



اسم المقال: تحقيق المزايا التنافسية واستدامتها باستخدام بعض المؤشرات المالية "دراسة تطبيقية في سوق العراق للأوراق المالية"

اسم الكاتب: أ.م.د. معن وعده الله المعاضيدي، م.د. حسن صبحي حسن العباس

رابط ثابت: <https://political-encyclopedia.org/library/3242>

تاريخ الاسترداد: 2025/05/10 08:34 +03

الموسوعة السياسية هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.

لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام

المتاحة على الموقع <https://political-encyclopedia.org/terms-of-use>

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة تنمية الراذدين كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الموصل ورفده في مكتبة الموسوعة السياسية مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكرية ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي يتضمن المقال تحتها.



تحقيق المزايا التنافسية واستدامتها باستخدام بعض المؤشرات المالية دراسة تطبيقية في سوق العراق للأوراق المالية*

الدكتور حسن صبحي حسن العباس
مدرس - قسم إدارة الأعمال
كلية الحدباء الجامعية – الموصل
hassn_subhee@yahoo.com

الدكتور معن وعد الله العاضدي
أستاذ مساعد - قسم نظم المعلومات الإدارية
كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة الموصل
maanalmaadhedee@yahoo.com

المستخلص

تعد المزايا التنافسية واستدامتها جوهر سعي الإدارة الإستراتيجية في المنظمات المختلفة، ولأغراض ذلك اعتمدنا على المنهجين الوصفي والتحليلي في تناول مشكلة كيفية امتلاك المنظمات لآليات تحقيق المزايا التنافسية واستدامتها وجنى منافعها الكبيرة بالشكل الذي يمكن المنظمة من الاستمرار بالنجاح والبقاء عنصراً فاعلاً ومؤثراً في الميدان التنافسي، إذ اتضح من خلال التحليلين النظري والميداني اللذين ذهبنا باتجاههما أن تحقيق واستدامة المزايا التنافسية للمنظمة يتطلب امتلاك مصادرها والأخذ بمجموعة كبيرة من الأدوات والآليات، وبحسب ما أشار إليه الباحثون فإن الأداة المالية المتمثلة بالمؤشرات المالية، يمكن استثمارها للتأكد من ذلك ميدانياً، مما شكل دافعاً لتبني ما طرحة كل من (Thomas & Waterman, 1988) في إمكانية اعتماد بعض تلك المؤشرات المالية للكشف عن إمكانيات تحقيق المنظمة للمزايا التنافسية واستدامتها، وبعد إتمام إجراءات البحث خلصنا إلى مجموعة الاستنتاجات منها ظهور علاقات ارتباط معنوية وقوية بين مؤشرات امتلاك المزايا التنافسية ومؤشرات استدامتها في القطاع الصناعي، فيما كانت تلك العلاقة غير معنوية وضعيفة فيأغلب السنوات التي غطتها البحث في القطاع المصرفي، فكان ذلك أساساً لطرح مجموعة مقترنات من شأنها أن تسهم في تجاوز حالات الضعف الظاهرة في المزايا التنافسية واستدامتها لدى بعض الشركات المبحوثة.

Gaining and Sustaining of Competitive Advantages by Using Some of The Financial Indicators Applied Study in Iraqi Stock Market

Ma'an W. Al-Ma'adhedee (PhD)

Assistant Professor

Dept. of Management Information Systems
University of Mosul

Hasan Subhee Al-Abbass (PhD)

Lecture

Al-Hadba' University College
Mosul

Abstract

Analytically and theoretically driven methodology, the current research tackled treating the problem of owning the dynamics to achieve competitive advantage by organizations. This can be done a result of sustaining their huge benefits in a way that enable organization to succeed and existing in the competitive race. Although, theoretically and civil analysis reached that the sustainability of competitive advantage of the business organization may need a group of tools and dynamics to achieve their goals. One of these tools is known as financial indicators. The research concluded into a group of results, there are considerable and fixed relations with the indicators of competitive advantages and indicators of sustaining the industrial sector. So, the inconsiderable and weak relation in most years covered by the current research in the banking sector had been taken. A group of recommendations have been sought to exceed the cases of weaknesses in the competitive advantages in some surveyed organizations.

المقدمة

تواجه منظمات الأعمال في إطار الضغوط البيئية والتنافسية المتزايدة مشكلات جوهرية تتمثل في سعيها المستمر للبحث عن المصادر التي تتمكن من خلالها من تحقيق النجاح في الميدان التنافسي، لذلك نجدها تسعى إلى تحقيق مستويات إنتاج واسعة أو تجميع الموارد (ملمودة وغير ملموسة) وبأحجام كبيرة لبناء قدرات إستراتيجية، ومن ثم تحقيق المزايا التنافسية للمنظمة والتآقلم مع الديناميكية المتضاعدة للبيئات التنافسية التي تعمل فيها وبما يحقق التفوق على قدرات المنافسين ويضمن تحقيق واستدامة المزايا التنافسية لإعاقبة دخول منافسين جدد إلى القطاع الذي تعمل فيه، وتحقيق استمرارية الأداء المتميز للمنظمة.

من هنا بدأت منظمات الأعمال التي حققت النجاح في الميادين التنافسية التفكير في إيجاد آليات تتمكن من خلالها المحافظة عليه، ووجدت أن تبني الاستراتيجيات الملائمة يمكن أن تحقق لها الوصول إلى المزايا التنافسية في الأطر الزمنية المختلفة، متمثلة بالبحث عن مؤشرات الأداء المنظمي المتميز وبخاصة ذات الطابع المالي منها والعمل على استمرارية واستدامة هذا الأداء في إطار المدى الزمني الطويل.

مشكلة البحث

يمكن طرح مشكلة البحث في إطار مجموعة تساؤلات تدفع باتجاه تبني
محاوره المحددة باتجاهات نظرية وتطبيقية وعلى النحو الآتي:

١. ما هي المضامين النظرية لتحقيق المزايا التنافسية واستدامتها؟
٢. هل تمتلك المنظمات عينة البحث أسس ومصادر تحقيق المزايا التنافسية
واستدامتها؟
٣. هل يعَد الربح من المعايير المستخدمة في الحكم على امتلاك المنظمة للميزة
التنافسية المستدامة؟
٤. ما مدى إمكانية اعتماد بعض المؤشرات المالية في تحقيق الميزة التنافسية
واستدامتها في المنظمات المبحوثة؟

أهداف البحث

انسجاماً مع الاستشارات البحثية المذكورة آنفًا، تتأثر الأهداف الأساسية للبحث
في التعرف على الكيفية التي تتمكن المنظمات من خلالها تحقيق المزايا التنافسية
واستدامتها استناداً إلى المؤشرات المالية التي يمكن استخدامها للكشف عن ذلك في
إطار مديات امتلاك تلك المزايا واستدامتها.

فرضيات البحث

ينطلق البحث من الفرضيتين الآتتين:

١. هناك علاقة ارتباط معنوية بين المؤشرات المالية المتعلقة بامتلاك المنظمة
للمزايا التنافسية ومؤشرات استدامتها.
٢. هناك علاقة تأثير معنوية بين المؤشرات المالية المتعلقة بامتلاك المنظمة
للمزايا التنافسية ومؤشرات استدامتها.

أسلوب البحث وإطاره

سعياً للوصول إلى الأهداف المحددة يستعرض البحث أسسه النظرية
والتحليلية بالاعتماد على المنهجين الوصفي والتحليلي توضيحاً للأبعاد الأساسية
المعبرة عن العلاقة بين امتلاك المنظمات لمصادر المزايا التنافسية وتحقيقها، ومن
ثم استدامتها، ووفقاً لذلك جاء البحث ضمن مجموعة محاور، وهي:
المحور الأول: المزايا التنافسية.

المحور الثاني: التأصيل النظري لاستدامة المزايا التنافسية.

المحور الثالث: الإطار الميداني.

المحور الرابع: الاستنتاجات والمقررات.

المحور الأول: المزايا التنافسية

أولاً - مفهوم المزايا التنافسية Competitive Advantages Concept

تعددت آراء الباحثين في تحديد مفهوم الميزة التنافسية، وقد جاء هذا التسوع بسبب تنوع واختلاف المزايا التي انطلق منها كل منهم في تحديد ذلك المفهوم. ففي إطار ما يعرف بمزايا المتحرك الأول First Mover Advantages يؤكد البعض على أنها "عملية إبداع" عندما يعرفها بأنها "اكتشاف طرائق جديدة أكثر فاعلية من تلك المستعملة من قبل المنافسين وقدرة المنظمة على تجسيد ذلك الاكتشاف ميدانياً، أي إحداث عملية إبداع واسعة النطاق" (Porter, 1993, 48).

فيما يعرفها البعض من زاوية القدرة على خلق أو تحقيق القيمة للزبون عندما يشير إلى أنها "مهارة أو تقنية أو مورد متميز يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للزبائن تتتفوق على القيم والمنافع التي يحققها المنافسون، ويؤكد تفوق المنظمة على منافسيها من وجهة نظر زبائنها جراء ما يحصلون عليه من منافع وقيم مقارنة بالمنتجات البديلة" (السلمي، ٢٠٠١، ١٠٤).

ومن زاوية إستراتيجية التفاصيل هناك من ينظر إلى الميزة التنافسية على أنها "عنصر تفوق المنظمة على منافسيها ويتم تحقيقها جراء إتباعها لإستراتيجية محددة للتلفاص تتضمن تحديد طريقة وميدان وأساس التفاصيل" (خليل، ١٩٩٨، ٣٧).

ومن زاوية الموقف التفاصلي تعرف الميزة التنافسية بأنها "قدرة المنظمة على البيع لمدة أطول مع تحقيق الأرباح".

ومن زاوية الكلفة المنخفضة تعرف الميزة التنافسية بأنها "القدرة على ممارسة الأنشطة بأدنى مستوى من الكلف مقارنة بالمنافسين، أو أنها القدرة على التميز والسيطرة على أسعار استثنائية تفوق الكلف الإضافية ل القيام بذلك" (Ghemawat & del Sol, 1998, 34).

ومن زاوية الكفاءات الجوهرية للمنظمة يعرفها (Kay) بأنها "عبارة عن تتبع للكفاءات أو المقدرات الجوهرية التي تتمثل في طبيعة المنظمة ومتملتها ، ويمكن أن تعرف بأنها معارف مجتمعة لدى المنظمة" (Kay, 1993, 44).

فيما عرفها (Ansoff) من زاوية الخواص المنفردة بأنها "عملية عزل الخصائص الناتجة عن الفروض المنفردة في إطار الميدان المرتبط بنطاق المنتج - السوق ووجهات النمو" (Ansoff, 1965, 110)، إذ نجد أن هنالك إشارة واضحة إلى حالة البحث عن الخواص المنفردة في أسواق المنتجات المستقلة والتي يمكن أن تمنح المنظمة موقفاً تنافسياً قوياً. ومن زاوية حيز المنافسة يعرفها (South) بأنها "فلسفة اختيار تلك المساحات التنافسية التي تحقق تفوق المنظمة وتوصف بأنها ممكنة الإنجاز أو التحقيق" (South, 1981, 15).

ومن زاوية مصادرها هناك من يعرفها بأنها "المصادر التي تتمكن المنظمة من خلالها من تحقيق المزايا التنافسية، وقد حددت تلك المصادر بـ (Porter, 1985, 117)

- مزايا الكلفة، وتشير إلى أهمية امتلاك المنظمة لمزايا الكلفة المنخفضة.

• مزايا التميّز، وتشير إلى أهمية امتلاك المنظمة لمزايا التميّز على منافسيها. ومن زاوية النظرة المستندة إلى الموارد نجد أن إحدى وجهات النظر المعاصرة تشير إلى إمكانية تحقيق الميزة التنافسية بالاستناد إلى الموارد التي تمتلكها المنظمة وتستخدمها، وبما يسهم في تحقيق تلك المزايا، ويتمثل ذلك فيما طرحته (Kay, 1993, 44) عندما حدد تلك المصادر بالنواحي الآتية: (الشهرة أو السمعة، المعمارية، الإبداع، الموجودات الإستراتيجية).

وبالاتجاه نفسه يؤكّد (Conner, 1991; Barney, 1991) أن الموارد التي تمتلكها المنظمة مثل (رأس المال المادي، ورأس المال البشري، والفرص التكنولوجية، والتعلم، ورأس المال المنظمي) تعدّ من مسببات تحقيق المنظمة للمزايا التنافسية.

ومن زاوية التفوق على المنافسين يشير البعض إلى أن المزايا التنافسية هي عبارة عن "خاصية أو مجموعة خصائص تمتلكها المنظمة وتحتفظ بها لمدة زمنية طويلة وتحقق من خلالها منافع متعددة ومنها تحقيق حالة التفوق على المنافسين" (الروسان، ١٩٩٧، ٣٦).

ثانياً - مفهوم الاستدامة Sustaining Concept

تبين وجهات نظر الكتاب والباحثين أيضاً بشأن تحديد المقصود بالاستدامة، إذ نجد أن المفهوم الذي طرحته (Porter, 1985, 1) أقل المفاهيم غموضاً، والذي يستند إلى استخدام عبارة الربحية طويلة الأجل في الإشارة إلى مفهوم الاستدامة، وأشار كذلك إلى الأداء فوق المتوسط في محاولة منه للتعبير عن كون أداء المنظمة متقدماً على أداء الصناعة التي تنتهي إليها تلك المنظمة (Porter, 1985, 11)، وهنا نجد أن مفهوم الاستدامة بحسب وجهة النظر هذه يرتبط بالأجل الطويل.

فيما استخدم (Barney) مصطلح الزمن بوصفه مصدراً لاستدامة المزايا التنافسية التي استمرت المنظمة بحالة الاحتفاظ بها بعد أن ضاعت جهودها لتكرار تلك المزايا بعد انقطاعها (Barney, 1991, 102)، ويعدّ هذا المفهوم أكثر دقة من الناحية النظرية، ولكنه ليس ممكناً وليس ذا معنى في الواقع العملي.

من جهةٍ أخرى (Wiggins, 1997, 6) أراء كل من (Porter) و (Barney) للأغراض تحديد ما إذا كان بالإمكان عدّ الأداء المتميز للمنظمة مستمراً، وأشار إلى أن استمرار الأداء الاقتصادي المتميز للمنظمة يمكن عدّه مقياساً لعملية المقارنة فيما بين أداء المنظمة وأداء القطاع الذي تنتهي إليه والذي يمكن أن يستمر في إطار المدى الزمني الذي يمكن أن يختلف من صناعة إلى أخرى اعتماداً على مجموعة من العوامل، منها ما هو خارجي مثل (دوره حياة المنتج، قوانين حماية براءات الاختراع)، وعوامل أخرى تخص طبيعة الصناعة (كصناعة الحواسيب الإلكترونية) التي توصف بأنها ذات دورة حياة قصيرة لا تتجاوز سنوات محدودة،

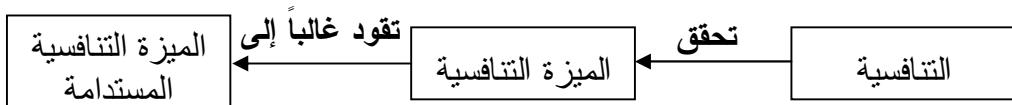
و(صناعة بعض الأجزاء الأوتوماتيكية وملحقاتها) التي تمتاز بأن دوره حياتها طويلة نسبياً.

فيما يشير البعض إلى أن مفهوم الاستدامة يمتد ليشمل كل التصرفات التي تقوم بها المنظمة والتي من شأنها أن تضيق أو تسد الطريق أمام المنافسين من القيام بتقليد نقاط القوة والقدرات الإستراتيجية المتفوقة للمنظمة أو قيامهم باستبدالها من خلال استخدام أية موارد أخرى .(<http://www.hsb.baylor.edu/ramsower/aisac.97/papers/gottsch.htm>)

يتضح مما سبق أن هناك ارتباطاً فيما بين الاستدامة والمدى الزمني الذي تتحقق فيه حالة الاستدامة من جهة، فضلاً عن الارتباط فيما بين الاستدامة والقطاع الذي تتنمي إليه المنظمة من جهة أخرى، ومدى طول أو قصر دورة حياة المنتجات التي تقدمها الصناعات المختلفة، وكذلك حالة الارتباط بين استدامة المزايا التنافسية ومجموعة التصرفات التي تسلكها المنظمات والتي من شأنها تحجيم قدرة المنافسين على التصرف بحرية لاستدامة مزاياهم التنافسية.

ثالثاً- المزايا التنافسية المستدامة

يمكن النظر إلى الميزة التنافسية المستدامة بوصفها مخرجات لحالة التنافسية التي تمارس منظمات الأعمال فيها أعمالها بعد أن تمكنت من تحقيق الميزة التنافسية، عند ذلك تحاول منظمات الأعمال جاهدة استدامة هذه المزايا التنافسية، ويمكن أن تتوضح تلك الصورة من خلال الآتي :(www.anu.edu.au/people/RogerClarks/SoS/StratISTh.html)



وفي إطار ذلك نرى أن المنافسة تتطلب استخدام نقاط قوة وقدرات متفردة لدى المنظمة، تسهم في الدفاع عن أعمالها ضد حالات التقليد من قبل المنظمات الأخرى، فنقط القوة والقدرات تلك يمكن أن تعد بمثابة مزايا تنافسية، تحاول منظمة الأعمال القيام بكل ما من شأنه من أفعال وتصيرفات تسهم في تضيق أو سد الطريق أمام المنظمات المنافسة للنجاح في تقليد استخدام نقاط قوة المنظمة وقدراتها المتفردة، بقصد التقليل من المزايا التنافسية للمنظمة الأولى من جهة، والإمداد بالميزاالت التنافسية التي تمتلكها المنظمة الثانية من جهة أخرى.

المحور الثاني: التأصيل النظري لاستدامة المزايا التنافسية

تركز غالبية البحوث في ميدان الإدارة الإستراتيجية على استقصاء وتوضيح الفروقات الجوهرية في الأداء فيما بين منظمات الأعمال، الأمر الذي يشير إلى تغير وتبديل في أداء المنظمات ونتائجها، وإن هذا التبديل يرتكز في الكثير من

جوانبه على الميزة التي تحققها منظمة الأعمال وتتفوق فيها على منافسيها، التي يصعب على المنظمات الأخرى تقليدها في غالب الأحيان، ولا سيما فيما إذا كانت قد بنيت استناداً إلى موارد المنظمة متفردة القيمة أو قدرات إستراتيجية أو التزامات إستراتيجية أو حاولات التجديد المستمر، وبما يهوي الفرصة أمام المنظمات التي حققتها للعمل على ديمومتها وتحقيق مستويات الأداء المتميز المستمر.

إن ثمة تشابهاً بين ما يعنيه الإداريون بمصطلح المزايا التنافسية المستدامة، مع الاقتصاديين الذين يشيرون إليه في إطار تحقيق مستويات من الأداء الاقتصادي المتميز المستمر، وكلا وجهتي النظر تؤكدان إمكانية تحقيق ذلك من خلال امتلاك مزايا تنافسية يصعب على المنافسين تقليدها (www.wiggo.com/CA97Acad.pdf).

وباستعراض التسلسل التاريخي لجهود الكتاب والباحثين في هذا المجال، نجد أن بدايات الاهتمام بالميزة التنافسية كانت قد ظهرت من خلال الجهود التي قام بها (Ansoff, 1965)، ثم تبعته جهود مجموعة الباحثين في Harvard Business School والتي أشارت إلى جهود (Porter) في أواخر السبعينيات وبدايات الثمانينيات (Porter, 1979، 1980)، تبعتها إصدارات Strategic Management Journal في إطار ما تضمنته من مقالات وبحوث علمية تحمل في طياتها نماذج وأمثلة إستراتيجية أشارت إلى أن "المزايا التنافسية أصبحت موضوعاً مركزياً يحتاج إلى الإثبات والفهم والتوضيح في إطار العلاقات السببية المؤدية إليه والمرتبطة به، وأشارت إلى أن إثبات ذلك ليس بال مهمة البسيطة والسلسة (Schendel, 1994, 3).

وفي إطار ذلك تركز الجهد والأعمال الأخيرة لـ (Porter, et. al.) (Porter, 1991) (Conner, 1991) (Barney, 1991) (Amit & Schoemaker, 1993) على اتساع مفهوم المزايا التنافسية في إطار طرح مفاده أن كثيراً من المزايا التنافسية يصعب تقليدها، وهي بذلك تعني ما يشير إليه الاقتصاديين بالأداء الاقتصادي المتميز المستمر، وفي هذا الاتجاه يميز البعض من الاقتصاديين فيما بين الأداء الاقتصادي المتميز المؤقت والذي ينسجم بشكل كبير مع مفهوم الميزة التنافسية في إطار المدى الزمني القصير (Arrow & Hahn, 1959) (Debreu, 1970; www.wiggo.com/CA97Acad.pdf) (Porter, 1985) (Ghemawat, 1986) (Porter, 1985) فيما تشير نظريات التسعير إلى أن الأداء الاقتصادي المتميز في المديين المتوسط والطويل في الحقيقة ناتج عن مستويات مختلفة من ربحية الصناعة المرتبطة بإحداث عوائق الدخول بوصفها آليات ممكنة لتحقيق الأداء الاقتصادي المتميز المستمر (Stigler, 1968)، وهذا ما يمكن إنجازه في إطار المدى الزمني الطويل.

من جهةٍ يؤكّد (Schmalensee, 1985) بأن هيكل السوق (الاحتكار واحتكار القلة) من جهةٍ والحصة السوقية من جهةٍ أخرى تعدّ محددات أساسية لمستويات الربحية، فيما ترى المدرسة الاقتصادية النمساوية Austrian School of Economics بأن الأداء الاقتصادي المتميز هو نتيجة منطقية لدورات الإبداع Cycles of Innovation والأنشطة المنظمية التي من شأنها أن تخلق وتحقق المزايا للمنظمة (Jacobson, 1992).

وتبنّت النظريات الاقتصادية التقليدية الحديثة Neoclassical Theory والمدرسة الاقتصادية النمساوية والأنموذج التناصي الموسع للإدارة الإستراتيجية (Jacobson, 1992; D'Aveni, 1994) أسباب متعددة ومتّوّلة لعدم استمرارية الأداء الاقتصادي المتميّز (المزايا التناصية) تضمنّت الديناميكية المؤقتة الناتجة عن التقليد، دخول المنافسين الجدد والمنتجات البديلة والتي تقود جميعاً إلى تآكل المزايا التناصية وعدم استمرارها.

من جهةٍ يشير (هل وجونز) إلى أن أهم مسببات عدم استمرارية المزايا التناصية تتعلّق بحالات التقليد التي تشهدُها بعض الصناعات، وقدرات المنافسين والتراكماتهم، وأخيراً الديناميكية ودرجة التغيير التي يشهدها القطاع الذي تنتهي إليه المنظمة (هل وجونز، ١٩٩٩، ٢١٨).

وفي إطار الإدارة الإستراتيجية يشير البعض إلى إمكانية تبني أحد المدخلين لاستدامة المزايا التناصية، وهما:

١. النّظرية المستندة إلى اقتصاديّات المنظمات الصناعيّة (Porter, 1980, 1985).
٢. النّظرية المستندة إلى الموارد (Resource Based View) والمرتبطة بالموارد غير القابلة للتقليد بوصفها وسيلة أساسية لتحقيق المزايا التناصية واستدامتها في إطار إشارتها إلى أن تعظيم الربح هو الهدف الأساس الذي يدفع منظمات الأعمال إلى ممارسة أعمالها، وهو في الوقت نفسه يدفعها نحو البحث عن الوسائل الكفيلة التي تساعدُها في تحقيق ما يفوق العوائد المستهدفة، وبما يقود إلى تحقيق استدامة المزايا التناصية وتحقيق الأداء الاقتصادي المتميّز المستمر (Barney, 1991, 132).

ولأغراض التحقق من العلاقات النّظرية بين متغيرات البحث، لا بد من الإشارة ابتداءً إلى أن تحقيق المزايا التناصية في أي من المنظمات يتطلّب امتلاك مصادرها وممكّناتها، وقد تبدو مسألة التعبير عن تلك المزايا باعتماد مدخل وظائف المنشأة من المسائل التي أسهمَ الكثير من الباحثين في التعبير عنها وتفسيرها، وفي إطار إجراءات هذا البحث المستندة إلى عدّ الوظيفة المالية وإحدى أدواتها المتمثلة بالمؤشرات المالية من الوسائل المناسبة للتّعبير عن مدى امتلاك المنظمات للمزايا التناصية واستدامتها، نشير إلى أن جهود بعض الباحثين في هذا المجال تؤكّد بأن المزايا التناصية لأي من المنظمات تعبر عن موقفها الاستراتيجي الذي يمكن الكشف عنه باستخدام بعض الأدوات المالية (مثل المؤشرات المالية) وتحليلاتها، إذ يمكن لهذا التحليل أن يساعد في التعرّف على موقف المنظمة مقارنة بمنافسيها (Pitts & Lee, 1996, 79, 80).

من جهةٍ أشار (Porter, 1985, 54) إلى إمكانية اعتماد الإدارة المالية وأدواتها على امتلاك المزايا التناصية، وذلك من خلال الكشف عن دورها الأساس في ذلك والذي يمكن التعبير عنه في إطار عوامل الجذب الصناعي وعلاقته بالنّمو والربحية، وما ينشأ عنّهما من تباين في أداء المنافسين الذي يعدّ دالة لنجاح المنشأة ومصدراً من مصادر ميزتها التناصية.

كما يؤكد (Clarke, et. al., 1988, 1) على إمكانية المنشآت من تحقيق المركز التنافسي بامتلاك المزايا التنافسية من خلال إحدى أدوات الإدارة المالية، وهو ما يعرف بمدخل سلسلة القيمة. إذ يعبر البعض عن ذلك في إطار ما يعرف بالتطبيط المستند على القيمة، وكذلك مدخل تأكيل القيمة بوصفها معبراً عن حجم النمو وهامش الربح العام واستثمار رأس المال العامل والثابت وكثافة رأس المال وقيمة مدة النمو وغيرها (Samy & Mohamed, API/WPS 9903).

وفي إطار الإشارة إلى استدامة المزايا التنافسية يؤكد (Porter) أن مدخل القوى التنافسية هو المحدد لقدرة المنظمة على تحقيق العائد على الاستثمار الذي يفوق كلفة رأس المال، كما يؤكد على أن الميزة التنافسية هي التي تساعده في تحقيق معدلات الربحية التي تفوق معدلاتها المحددة في الأجل الطويل (Reynolds, 1992, 225).

وللتتأكد من مدى امتلاك الشركات عينة البحث للمزايا التنافسية وتوضيح مساعدتها لاستدامتها سيتم استخدام بعض الأدوات المالية التي قد تسهم في التعبير عن علاقة الارتباط والتأثير بين امتلاك المزايا التنافسية واستدامتها، ونشير إلى أن تلك الأدوات تتمثل بالمؤشرات المالية التي تربط بشكل مباشر بين هذين البعدين (المزايا التنافسية واستدامتها)، وقد تم تحديد هذه المؤشرات استناداً إلى ماذكره كل من (Thomas & Waterman, 1988)، وهي مجموعتان من المؤشرات: منها المؤشرات التي تقيس مدى القدرة في تحقيق المزايا التنافسية، وأخرى تبين إمكانية استدامتها، إذ تتمثل المجموعة الأولى بمؤشرات القدرة الإيرادية وهامش الربح وللذين يقيسان إمكانية المنظمة على تحقيق الأرباح، وهذا ما يتفق مع آراء الكثير من الباحثين الذين يؤكدون أن تحقيق الأرباح يعد تأكيداً على امتلاك المنظمة للمزايا التنافسية - كما مر ذكره - أما المجموعة الثانية فتضمنت مؤشرات متوسط العائد إلى إجمالي رأس المال ومؤشر متوسط العائد إلى حق الملكية، وهذين المؤشران يمكنهما أن يوضحان مدى قدرة المنظمة على الاستمرار بتحقيق العوائد والأرباح في إطار سعيها لاستدامة مزاياها التي حققتها في إطار المدة الزمنية المحددة لهذا البحث.

المحور الثالث: الإطار التطبيقي^(*)

لغرض التأكد من صحة ما ذهبنا إليه، تم اختيار عينة من الشركات العراقية المدرجة فيما كان يعرف بسوق بغداد للأوراق المالية، ويعرف اليوم بسوق العراق للأوراق المالية التي صنفت بحسب القطاعات التي تنتهي إليها والموضحة في الجدول ٢ للمدة الزمنية المحصورة بين ١٩٩٩ و ٢٠٠٥ ولتعبر في ذلك عن (٧) دورات تجارية مررت بها هذه الشركات، وذلك لأغراض إبراز حالة التنافسية ضمن

(*) إنما وردت كلمة منظمة أو منشأة أو شركة بدءاً من هذا الجزء فيقصد بها الشركات الصناعية والمصارف عينة البحث.

القطاع الواحد، فقد تم تقسيم الشركات التي وقع الاختيار عليها لإجراء الجانب الميداني للبحث بحسب القطاعات التي تنتهي إليها إلى قطاعين وهما: القطاع الصناعي والقطاع المصرفي.

الجدول ٢

تاريخ التأسيس والإدراج للشركات المدرجة في سوق العراق المالي

القطاعات	سنة التأسيس	تاريخ الأدراج في السوق المالي
القطاع الصناعي		
الأصباغ الحديثة	١٩٧٦	١٩٩٢/٣/٢٣
الخياطة الحديثة	١٩٨٩	١٩٩٢/٣/٢٣
الصناعات الإلكترونية	١٩٧٣	١٩٩٢/٣/٢٣
الصناعات الخفيفة	١٩٥٩	١٩٩٢/٣/٢٣
الهلال الصناعية	١٩٦٢	١٩٩٢/٣/٢٣
القطاعات	سنة التأسيس	تاريخ الأدراج في السوق المالي
القطاع المصرفي		
الشرق الأوسط	١٩٩٣	١٩٩٣/٣/١٨
الاستثمار العراقي	١٩٩٣	١٩٩٥/٤/٨
الوركاء	١٩٩٢	١٩٩٣/٧/١
بغداد	١٩٩٢	١٩٩٣/٦/٢٨
دار السلام	١٩٩٣	١٩٩٣/٧/١

وإظهار العلاقة بين المزايا التنافسية ومدى استدامتها بالاستناد إلى العلاقة بين المؤشرات التي تعبر عن المزايا التنافسية ومؤشرات استدامتها تم اعتماد بعض أدوات الإحصاء الوصفي المتمثلة بالوسط الحسابي والانحراف المعياري، فضلاً عن اختبار صحة فرضيات البحث باعتماد الآتي:

- معامل الارتباط البسيط: الذي يستخدم لتحديد قوة العلاقة بين مؤشرات امتلاك المزايا ومؤشرات استدامتها.
- الانحدار البسيط: ويستخدم لتحديد معنوية تأثير مؤشرات امتلاك المزايا التنافسية على مؤشرات استدامتها. وقد جاءت النتائج لتتضمن الآتي :

أولاً - احتساب المؤشرات المالية لامتلاك المزايا واستدامتها
ظهرت مؤشرات المزايا التنافسية كما يأتي :

المزايا التنافسية على وفق مؤشر القدرة الإيرادية

القطاع	١٩٩٩	٢٠٠٠	٢٠٠١	٢٠٠٢	٢٠٠٣	٢٠٠٤	٢٠٠٥	Max	Min	mean	St.D
الصناعي											
الأصباغ الحديثة	٠,٢٥	٠,٢٤	٠,٣١	٠,٣٦	٠,٣٣	٠,٥٦	٠,٥٦	٠,٥٦	٠,٥٦	٠,٣٥٢	٠,١١٠
الخياطة الحديثة	٠,٤٢	٠,٥١	٠,٣٧	٠,٤١	٠,٣٠	٠,٥٢	٠,٥٢	٠,٣٠	٠,٣٠	٠,٤٣٥	٠,٠٨٥
الصناعات الإلكترونية	٠,٥١	٠,٤٦	٠,٥٤	٠,٥٢	٠,٤٢	٠,٢٨	٠,٣٣	٠,٥٢	٠,٥٢	٠,٤٠٨	٠,١١٨
الصناعات الخفيفة	٠,٦٢	٠,٤٢	٠,٤٢	٠,٦٢	٠,٤١	٠,٦٢	٠,٢٥	٠,٣٦	٠,٣٦	٠,٤١٧	٠,١٥٥
الهلال الصناعية	٠,٤٤	٠,٢٦	٠,٤٤	٠,٤٦	٠,٤٦	٠,٢٢	٠,٤٦	٠,٤٦	٠,٢٢	٠,٣٩٤	٠,١٦٦
المصرفي											
الشرق الأوسط	٠,٥٨	٠,٦٦	٠,٥٥	٠,٤٤	٠,٤٤	٠,٢٢	٠,٤٩	٠,٧٧	٠,٧٧	٠,٢٢	٠,٥٣٠
الاستثمار العراقي	٠,٥٩	٠,٦٧	٠,٥٩	٠,٣٩	٠,٢٧	٠,٧٥	٠,٧٥	٠,٧٧	٠,٧٧	٠,٢٧	٠,٥٥٢
الوركاء	٠,٥٤	٠,٦٧	٠,٥١	٠,٣٧	٠,٣٣	٠,٥٧	٠,٦١	٠,٦١	٠,٦٧	٠,٣٣	٠,٥١٤
بغداد	٠,٥٩	٠,٥٧	٠,٤٣	٠,٣٣	٠,٣٧	٠,٥٩	٠,٧٠	٠,٧٠	٠,٧٠	٠,٣٣	٠,٥١١
دار السلام	٠,٦٠	٠,٨٨	٠,٦١	٠,٥١	٠,٢٩	٠,٥٥	٠,٦٦	٠,٨٨	٠,٢٩	٠,٥٨٥	٠,١٧٦

إعداد الباحثين اعتماداً على النشرات السنوية لسوق العراق للأوراق المالية.

المزايا التنافسية على وفق مؤشر هامش الربح الجدول ٤

القطاع	١٩٩٩	٢٠٠٠	٢٠٠١	٢٠٠٢	٢٠٠٣	٢٠٠٤	٢٠٠٥	Max	Min	Mean	St.D
الصناعي											
الأصباغ الحديثة	٠,٣٠	٠,٥٠	٠,٢٢	٠,٣٩	٠,٣٦	٠,٥٧	٠,٥٥	٠,٥٧	٠,٥٧	٠,٤١٢	٠,١٣١
الخياطة الحديثة	٠,٣٨	٠,٤٩	٠,٣٩	٠,٤٤	٠,٣٣	٠,٥١	٠,٥٦	٠,٥٦	٠,٣٣	٠,٤٤٢	٠,٠٨١
الصناعات الإلكترونية	٠,٣٩	٠,٤٣	٠,٢٨	٠,٤٢	٠,٣٣	٠,٤٥	٠,٥٣	٠,٥٣	٠,٢٨	٠,٤٠٤	٠,٠٨١
الصناعات الخفيفة	٠,٣٨	٠,٤٨	٠,٢٩	٠,٥٨	٠,٣٩	٠,٥٨	٠,٥٧	٠,٥٥	٠,٢٩	٠,٤٦٢	٠,١١١
الهلال الصناعية	٠,٣٧	٠,٤٤	٠,٢٥	٠,٥٩	٠,٣٨	٠,٥٧	٠,٥٩	٠,٥٩	٠,٢٥	٠,٤٥٥	٠,١٣٢
المصرفى											
الشرق الأوسط	٠,٦٦	٠,٤٤	٠,٢٢	٠,٤٦	٠,٣٣	٠,٤٧	٠,٢٥	٠,٦٦	٠,٢٢	٠,٤٠٤	٠,١٥١
الاستثمار العراقى	٠,٣٥	٠,٤٨	٠,٣٦	٠,٤٣	٠,٤٠	٠,٤٥	٠,٢٢	٠,٤٨	٠,٢٢	٠,٣٨٤	٠,٠٨٦
الوركاء	٠,٨٤	٠,٤٢	٠,٢٨	٠,٤٣	٠,٤٥	٠,٥٢	٠,١٩	٠,٨٤	٠,١٩	٠,٤٤٧	٠,٢٠٦
بغداد	٠,٦٧	٠,٤٦	٠,٤٦	٠,٤٢	٠,٤٠	٠,٥٨	٠,١٨	٠,٦٨	٠,١٨	٠,٤٥٧	٠,١٩٨
دار السلام	٠,٦٩	٠,٤٧	٠,٤١	٠,٥٧	٠,٣٦	٠,٦٦	٠,٢٠	٠,٦٩	٠,٢٠	٠,٤٦٥	٠,١٨٤

إعداد الباحثين اعتماداً على النشرات السنوية لسوق العراق للأوراق المالية.

يتضح من الجدول ٤ أن مؤشر صافي الربح لتحديد المزايا التافسية للشركات عينة البحث خلال المدة التي شملها البحث، إذ بلغ أعلى مؤشر لشركات القطاع الصناعي في شركة الإصباغ الحديثة، والخياطة الحديثة، والصناعات الإلكترونية، والصناعات الخفيفة، والهلال الصناعية، ما مقداره 0.57، 0.56، 0.53، 0.59 على التوالي، وأدنى قيمة للمؤشر بلغت 0.22، 0.28، 0.33، 0.29، 0.25 على التوالي، وبلغ الوسط الحسابي للمؤشر للشركات ما مقداره 0.412، 0.442، 0.404، 0.462، 0.455 بانحراف معياري بلغ 0.131، 0.081، 0.081، 0.111، 0.132 على التوالي. أما شركات القطاع المصرفي فقد بلغت أعلى قيمة مؤشر هامش الربح في مصرف الشرق الأوسط، ومصرف الاستثمار العراقي، والوركاء، ومصرف بغداد، ودار السلام ما مقداره 0.66، 0.48، 0.84، 0.68، 0.69 على التوالي وبلغت أدنى قيمة للمؤشر ما مقداره 0.22، 0.20، 0.18، 0.19، 0.22، في حين بلغ المتوسط الحسابي للمؤشر ما مقداره 0.404، 0.384، 0.447، 0.457، 0.465 بانحراف معياري مقداره 0.151، 0.198، 0.206، 0.086، 0.184 على التوالي.

فيما ظهرت مؤشرات استدامة المزايا التنافسية الآتي :

الجدول ٥

استدامة المزايا على وفق مؤشر متوسط العائد على إجمالي رأس المال

St.D	Mean	Min	Max	٢٠٠٥	٢٠٠٤	٢٠٠٣	٢٠٠٢	٢٠٠١	٢٠٠٠	١٩٩٩	القطاع
الصناعي											
٠,٠٨٥	٠,٦٣٢	٠,٥٤	٠,٧٨	٠,٦٦	٠,٥٤	٠,٥٥	٠,٥٧	٠,٧٨	٠,٦٧	٠,٦٦	الأصباغ الحديثة
٠,١٣٩	٠,٥٩٢	٠,٤٣	٠,٧٨	٠,٥٥	٠,٤٣	٠,٤٥	٠,٥٦	٠,٧٧	٠,٦١	٠,٧٨	الخياطة الحديثة
٠,١٣٠	٠,٦٠٢	٠,٤٨	٠,٧٩	٠,٥١	٠,٤٨	٠,٤٨	٠,٥٥	٠,٧٩	٠,٦٦	٠,٧٥	الصناعات الإلكترونية
٠,١٢٠	٠,٥٨٥	٠,٤٤	٠,٧٧	٠,٥١	٠,٤٤	٠,٥١	٠,٥٤	٠,٧٢	٠,٦١	٠,٧٧	الصناعات الخفيفة
٠,١٠١	٠,٦٠٠	٠,٤١	٠,٧٣	٠,٦٥	٠,٤١	٠,٥٦	٠,٦٦	٠,٧٣	٠,٥٨	٠,٦١	الهلال الصناعية
المصرفي											
٠,١٠١	٠,٢٧٢	٠,١١	٠,٤٢	٠,١٩	٠,١١	٠,٢٧	٠,٣٣	٠,٤٢	٠,٢٦	٠,٣٣	الشرق الأوسط
٠,١٢٤	٠,٢٩١	٠,١٢	٠,٥١	٠,٢٧	٠,١٢	٠,٢٣	٠,٢٥	٠,٥١	٠,٢٧	٠,٣٩	الاستثمار العراقي
٠,١١٣	٠,٣٠٨	٠,١٥	٠,٤٥	٠,٢٥	٠,١٥	٠,٢١	٠,٣٩	٠,٤٢	٠,٢٩	٠,٤٥	الوركاء
٠,١١١	٠,٣١٤	٠,١٦	٠,٤٤	٠,١٩	٠,١٦	٠,٢٩	٠,٣٧	٠,٤٤	٠,٣١	٠,٤٤	بغداد
٠,٠٩٥	٠,٣٠٢	٠,٢٠	٠,٤٥	٠,٣٣	٠,٢٠	٠,٢٢	٠,٣١	٠,٤٥	٠,٢٢	٠,٣٩	دار السلام

إعداد الباحثين اعتماداً على النشرات السنوية لسوق العراق للأوراق المالية.

إذ يتضح من الجدول ٥ أن مؤشر متوسط العائد على إجمالي رأس المال الخاص بتحديد استدامة المزايا التنافسية للشركات عينة البحث خلال المدة التي شملها البحث إذ بلغ أعلى مؤشر لشركات القطاع الصناعي وهي الأصباغ الحديثة والخياطة الحديثة والصناعات الإلكترونية والصناعات الخفيفة والهلال الصناعية ما مقداره ٠.٠٨٥، ٠.١٣٩، ٠.١٣٠، ٠.١٢٠، ٠.١٠١ على التوالي وأدنى قيمة للمؤشر بلغت ٠.٠٩٥، ٠.١٢٤، ٠.١١٣، ٠.١١١، ٠.٠٩٥ على التوالي، وبلغ الوسط الحسابي للمؤشر للشركات مامقداره ٠.٣٠٢، ٠.٣١٤، ٠.٣٠٨، ٠.٢٩١، ٠.٢٧٢ على التوالي، وبانحراف معياري مقداره ٠.٠٨٥٥، ٠.١٣٩٥، ٠.١٣٠٥، ٠.١٢٠٥، ٠.١٠١٥، ٠.٠٩٥٥ على التوالي. أما شركات القطاع المصرفي فبلغت أعلى قيمة لمؤشر متوسط العائد على إجمالي رأس المال لمصرف الشرق الأوسط، والاستثمار العراقي، والوركاء، ومصرف بغداد، ودار السلام ما مقداره ٠.٣٣، ٠.٣٩، ٠.٤٥، ٠.٤٤، ٠.٣٠٢ على التوالي وبلغت أدنى قيمة للمؤشر ٠.٣٩، ٠.٤٤، ٠.٣١، ٠.٣٧، ٠.٣٣ على التوالي. أما شركات القطاع

الجدول ٦

استدامة المزايا التنافسية على وفق مؤشر متوسط العائد على حق الملكية

القطاع	١٩٩٩	٢٠٠٠	٢٠٠١	٢٠٠٢	٢٠٠٣	٢٠٠٤	٢٠٠٥	Min	Mean	St.D
الصناعي										
الأصباغ الحديثة										
٠.٦٦	٠.٣٧	٠.٤٤	٠.٤١	٠.٦٦	٠.٣٥	٠.٧٠	٠.٧٠	٠.٣٥	٠.٥١٢	٠.١٥٣
الخياطة الحديثة										
٠.٢٤	٠.٤٥٨	٠.٢٤	٠.٧٨	٠.٧٨	٠.٣٩	٠.٧٠	٠.٧٠	٠.٣٩	٠.٤٥٨	٠.٢٠٢
الصناعات الإلكترونية										
٠.٤٩	٠.٤٧	٠.٤٦	٠.٤٢	٠.٣٠	٠.٣٧	٠.٦٩	٠.٦٩	٠.٣٧	٠.٤٨٠	٠.١٣٦
الصناعات الخفيفة										
٠.٣٧	٠.٤٥	٠.٣٧	٠.٤٨	٠.٢٨	٠.٢٣	٠.١٩	٠.٧٥	٠.٧٥	٠.٤٥٠	٠.١٩٤
الهلال الصناعية										
٠.٤٥	٠.٤٧	٠.٤٥	٠.٤٧	٠.٢٢	٠.٦١	٠.٢٠	٠.٧١	٠.٧١	٠.٤٤٤	٠.١٨٦
المصرفي										
الشرق الأوسط										
٠.١٢	٠.٢٩	٠.١٢	٠.٣٤	٠.٥٢	٠.١٧	٠.١٨	٠.٥٢	٠.١٢	٠.٢٤٨	٠.١٤٥
الاستثمار العراقي										
٠.١٤	٠.٣٣	٠.١٩	٠.٤١	٠.٥٨	٠.١٣	٠.١٩	٠.٥٨	٠.١٣	٠.٢٨١	٠.١٦٧
الوركاء										
٠.١٠	٠.٣٧	٠.١١	٠.٤٠	٠.٤٥	٠.١٦	٠.١٦	٠.٤٥	٠.١٠	٠.٢٥٠	٠.١٥٠
بغداد										
٠.١٩	٠.٢٦	٠.١٨	٠.٣٨	٠.٤٨	٠.١٤	٠.١٩	٠.٤٨	٠.١٤	٠.٢٦٠	٠.١٢٤
دار السلام										
٠.٢٢	٠.٢٩	٠.١٩	٠.٣٣	٠.٤٣	٠.١٥	٠.٢٠	٠.٤٣	٠.١٥	٠.٢٥٨	٠.٠٩٧

إعداد الباحثين اعتماداً على النشرات السنوية لسوق العراق للأوراق المالية.

يوضح الجدول ٦ أن مؤشر متوسط العائد على حق الملكية الخاص بتحديد استدامة المزايا التنافسية للشركات عينة البحث خلال المدة التي شملها البحث، إذ بلغ أعلى مؤشر لشركات القطاع الصناعي، وهي الأصباغ الحديثة والخياطة الحديثة والصناعات الإلكترونية والصناعات الخفيفة والهلال الصناعية ما مقداره ٠.٣٥ ، ٠.٢٤ ، ٠.٣٠ ، ٠.٢٠ ، ٠.١٩ ، ٠.٣٥١٢ ، ٠.١٥٣ على التوالي، وأدنى قيمة للمؤشر بلغت ٠.٣٥ ، ٠.٢٤ ، ٠.٣٠ ، ٠.٢٠ ، ٠.١٩ ، ٠.٠٩٧ ، ٠.١٤٥ على التوالي، وبلغ الوسط الحسابي للمؤشر للشركات ما مقداره ٠.٤٤٤ ، ٠.٤٥٠ ، ٠.٤٥٨ ، ٠.٤٦٠ ، ٠.٤٨٠ ، ٠.٤٩٠ ، ٠.٥١٢ ، ٠.١٥٣ على التوالي. أما شركات القطاع المصرفي فيبلغت أعلى قيمة للمؤشر متوسط العائد على حق الملكية لمصرف الشرق الأوسط والاستثمار العراقي، ومصرف بغداد، ودار السلام ما مقداره ٠.٥٢٩ ، ٠.٥٣٣ ، ٠.٥٣٧ ، ٠.٥٤٠ ، ٠.٥٤١ ، ٠.٥٤٨ ، ٠.٥٤٨٠ ، ٠.٥٤٥٨ ، ٠.٥٤٥٨ ، ٠.٥٥٢ ، ٠.٥١٢ ، ٠.١٤٥ على التوالي. أما شركات القطاع الصناعي فيبلغت أعلى قيمة للمؤشر متوسط العائد على حق الملكية للأصناف الحديثة والخياطة الحديثة والصناعات الإلكترونية والصناعات الخفيفة والهلال الصناعية ما مقداره ٠.٤٧ ، ٠.٤٦ ، ٠.٤٥ ، ٠.٤٥٥ ، ٠.٤٥٨ ، ٠.٤٦٠ ، ٠.٤٦٣ ، ٠.٤٦٦ ، ٠.٤٦٧ ، ٠.٤٧٠ ، ٠.٤٧٨ ، ٠.٤٧٨ ، ٠.٤٧٩ ، ٠.٤٨٠ ، ٠.٤٨٢ ، ٠.٤٨٣ ، ٠.٤٨٦ ، ٠.٤٨٦ ، ٠.٤٩٠ ، ٠.٥١٢ ، ٠.٥١٣٢ ، ٠.٥١٣٦ ، ٠.٥١٩٤ ، ٠.٥١٨٦ ، ٠.٥٢٠٢ ، ٠.٥٢٠٥ على التوالي.

ثانياً - تحليل النتائج واختبار الفرضيات

لتحليل علاقة الارتباط والاثر بين أبعاد البحث والمتمثلة بمؤشرات المزايا مع مؤشرات الاستدامة تمأخذ هذه المؤشرات على الأساس الشهري خلال مدة البحث لتمثل ٨٤ مشاهدة وكما يأتي:

• تحليل علاقات الارتباط بين أبعاد البحث ومتغيراته

يتضمن هذا الجانب تشخيص طبيعة علاقات الارتباط بين أبعاد البحث ومتغيراته لاختبار صحة الفرضية الأولى التي تشير إلى وجود علاقة ارتباط معنوية بين مؤشرات امتلاك المنظمة للمزايا التنافسية ومؤشرات استدامتها.

الجدول ٧

القيم العددية لعلاقات الارتباط بين مؤشر المزايا (القدرة الابيرادية) ومؤشر

الاستدامة

(متوسط العائد إلى إجمالي رأس المال)

نوع العلاقة	t المحسوبة ^(٣)	R-Sq(adj)	القطاع
			الصناعي
معنوية	٢,٧١	% ٧٥	الأصباغ الحديثة
معنوية	٢,٨٣	% ٨٨	الخياطة الحديثة
معنوية	٣,٥٥	% ٧٢	الصناعات الإلكترونية
معنوية	٣,٥٧	% ٩١	الصناعات الخفيفة
معنوية	٥,٢٦	% ٨٠	الهلال الصناعية
			المصرفي
معنوية	٢,٤٢	% ٥٥	الشرق الأوسط
معنوية	٣,٤١	% ٤٤	الاستثمار العراقي
غير معنوية	٢,٠١	% ٢٤	الوركاء
غير معنوية	١,٥١	% ١٩	بغداد
غير معنوية	٢,١٣٥	% ٤٩	دار السلام

(*) قيمة t الجدولية تساوي ٢,١٤٥ عند مستوى معنوية .٠٠٥

يتضح من الجدول ٧ وجود علاقة ارتباط معنوية بين مؤشرات امتلاك المزايا المعبر عنها بالقدرة الابيرادية بمؤشر الاستدامة المعبر عنه بمتوسط العائد إلى إجمالي رأس المال لجميع شركات القطاع الصناعي قيد البحث عكسها قيمة (R-Sq(adj)) والتي كانت مرتفعة لجميع الشركات، فضلاً عن أن جميع العلاقات كانت معنوية من خلال مقارنة (t المحسوبة) مع (t الجدولية)، وهذا يعني أن شركات القطاع الصناعي سعت لامتلاك المزايا، ومن ثم استدامتها، فيما كانت علاقات الارتباط في شركات القطاع المصرفي عينة البحث ضعيفة فيما عدا مصرفين ظهرت العلاقات فيما معنوية وهما مصرفًا الشرق الأوسط والاستثمار

العرافى، أما بقية المصادر فى العينة فكانت العلاقة غير معنوية ما يعنى أن المصادر قد أخفقت إلى حد ما في خلق نوع من التوافق بين امتلاك المزايا والعمل على استدامتها.

الجدول ٨
القيم العددية لعلاقات الارتباط بين مؤشر المزايا (القدرة الایرادية) ومؤشر الاستدامة
(متوسط العائد إلى حق الملكية)

نوع العلاقة	t المحسوبة ^(*)	R-Sq(adj)	القطاع
معنوية	٥,٢١	% ٧٨	الأصباغ الحديثة
معنوية	٤,٥٨	% ٨٦	الخياطة الحديثة
معنوية	٦,٤٣	% ٩٤	الصناعات الإلكترونية
معنوية	٤,٨٧	% ٧٣	الصناعات الخفيفة
معنوية	٥,٠١	% ٨٣	الهلال الصناعية
			المصرفي
غير معنوية	٢,٢٥	% ٥٤	الشرق الأوسط
غير معنوية	١,٦٥	% ٥٩	الاستثمار العراقي
غير معنوية	٢,٣٣	% ٤٦	الوركاء
غير معنوية	٤,٠٩	% ٦١	بغداد
غير معنوية	٢,٦٨	% ٧٠	دار السلام

(*) قيمة t الجدولية تساوي ٤,٢٤٨ عند مستوى معنوية ٠,٠٥

يظهر الجدول ٨ وجود علاقة ارتباط معنوية بين امتلاك المزايا على وفق مؤشر القدرة الایرادية وعلاقته بمؤشر الاستدامة متوسط العائد على حق الملكية لجميع شركات القطاع الصناعي عينة البحث عكسها قيمة (R-Sq(adj)) والتي كانت مرتفعة لجميع الشركات، فضلاً عن أن جميع العلاقات كانت معنوية من خلال مقارنة (t المحسوبة) مع (t الجدولية)، وهذا يعني أن شركات القطاع الصناعي كانت تسعى لامتلاك المزايا واستدامتها، أما ما يخص شركات القطاع المصرفي عينة البحث فكانت علاقة الارتباط ضعيفة وغير معنوية، وذلك يشير إلى أن المصادر قد أخفقت إلى حد ما في خلق نوع من التوافق بين امتلاك المزايا والعمل على استدامتها.

الجدول ٩

القيم العددية لعلاقات الارتباط بين مؤشر المزايا (هامش الربح) ومؤشر الاستدامة (متوسط العائد إلى إجمالي رأس المال)

نوع العلاقة	t المحسوبة (*)	R-Sq(adj)	القطاع
			الصناعي
معنوية	٥,٣٦	% ٦٦	الأصياغ الحديثة
معنوية	٤,٣٥	% ٦٩	الخيطة الحديثة
معنوية	٥,٣٦	% ٧٨	الصناعات الإلكترونية
معنوية	٣,٤٨	% ٦١	الصناعات الخفيفة
معنوية	٢,٦٩	% ٨٩	الهلال الصناعية
			المصرفي
معنوية	١,٥٩	% ٤٤	الشرق الأوسط
معنوية	٢,٩٨	% ٢٠	الاستثمار العراقي
معنوية	٤,٥١	% ٣٢	الوركاء
غير معنوية	١,٠٢	% ٥١	بغداد
غير معنوية	٠,٦٨	% ١٢	دار السلام

(*) قيمة t الجدولية تساوي ١,٥٦٩ عند مستوى معنوية ٠,٠٥

يتضح من الجدول ٩ وجود علاقة ارتباط معنوية بين امتلاك المزايا على وفق مؤشر هامش الربح وعلاقته بمؤشر الاستدامة متوسط العائد على إجمالي رأس المال لجميع شركات القطاع الصناعي عينة البحث عكستها قيمة ((R-Sq(adj)) والتى كانت مرتفعة لجميع الشركات، فضلاً عن أن جميع العلاقات كانت معنوية من خلال مقارنة ((t المحسوبة)) مع ((t الجدولية))، مما يعني أن شركات القطاع الصناعي كانت مهتمة بامتلاك المزايا والسعى على استدامتها، أما ما يخص شركات القطاع المصرفي عينة البحث فكانت علاقة الارتباط ضعيفة وغير معنوية لمصرفي بغداد ودار السلام، وذلك يعني أن المصادر قد أخفقت إلى حد ما في خلق نوع من التوافق بين امتلاك المزايا والعمل على استدامتها.

الجدول ١٠

القيم العددية لعلاقات الارتباط بين مؤشر المزايا (هامش الربح) ومؤشر الاستدامة (متوسط العائد إلى حق الملكية)

نوع العلاقة	t المحسوبة (*)	R-Sq(adj)	القطاع
معنوية	٥,٣٢	% ٨٨	الصناعي
معنوية	٤,٣٦	% ٦٩	الأصياغ الحديثة
معنوية	٢,٢٤	% ٧٠	الخياطة الحديثة
غير معنوية	٢,٨٧	% ٦٩	الصناعات الإلكترونية
معنوية	٤,٥٤	% ٨١	الصناعات الخفيفة
			الهلال الصناعية
			المصرفي
غير معنوية	٢,٣٣	% ٧٠	الشرق الأوسط
غير معنوية	١,٦٢	% ٧٣	الاستثمار العراقي
غير معنوية	٢,١٢	% ٦١	الوركاء
معنوية	٣,٧٩	% ٤٩	بغداد
غير معنوية	٢,١٥	% ٥٤	دار السلام

(*) قيمة t الجدولية تساوي ٣,٠٢٤ عند مستوى معنوية ٠,٠٥

يشير الجدول ١٠ إلى وجود علاقة ارتباط معنوية بين امتلاك المزايا على وفق مؤشر هامش الربح وعلاقته بمؤشر الاستدامة متوسط العائد على حق الملكية لجميع شركات القطاع الصناعي عينة البحث عكسها قيمة (R-Sq(adj)) والتي كانت مرتفعة لجميع الشركات، فضلاً عن أن جميع العلاقات كانت معنوية باستثناء شركة الصناعات الخفيفة من خلال مقارنة (t المحسوبة) مع (t الجدولية)، مما يعني أن شركات القطاع الصناعي كانت مهتمة بامتلاك المزايا والسعى على استدامتها، أما ما يخص شركات القطاع المصرفي عينة البحث فكانت علاقة الارتباط ضعيفة وغير معنوية باستثناء مصرف بغداد، وذلك يعني أن المصارف قد أخفقت إلى حد ما في خلق نوع من التوافق بين امتلاك المزايا والعمل على استدامتها.

• تحليل علاقات التأثير بين أبعاد البحث ومتغيراته

هذه الفقرة توضح وتحدد علاقات التأثير بين أبعاد البحث ومتغيراته، فضلاً عن التأكيد من مدى معنوياتها عبر التحقق في مدى صحة الفرضية الثانية، التي تشير إلى وجود علاقة تأثير معنوية بين مؤشرات امتلاك المنظمة للمزايا التنافسية ومؤشرات استدامتها.

الجدول ١١**ملخص النتائج لعلاقة التأثير بين مؤشر المزايا (القدرة الابيرادية) ومؤشر الاستدامة****(متوسط العائد إلى إجمالي رأس المال)**

T الجدولية	R ² المحسوبة	القدرة الابيرادية		المتغير المستقل المتغير المعتمد
		B ₁	B ₀	
٢,٤٣٥٤	* ٦,٨٧٤	٠,١٦٣	٠,٣٢٥ *(٢,٣٨٩)	٢,٠٦٤

*P ≤ 0.05 df (1.121) N = 84 (2.389): Value of (t)

يبين الجدول ١١ وجود علاقة تأثير طردية ذات دلالة معنوية لمؤشر المزايا التنافسية (القدرة الابيرادية) على مؤشر الاستدامة (متوسط العائد إلى إجمالي رأس المال)، إذ إن مجموع ما يفسره مؤشر القدرة الابيرادية من تباين في بعد مؤشر متوسط العائد إلى إجمالي رأس المال قد بلغ (٠,١٦٣)، في حين أن (٥٧٧,٥٪) من التغير في مؤشر متوسط العائد إلى إجمالي رأس المال، مما يشير إلى وجود تأثير ذي دلالة معنوية، يعكس ذلك قيمة معامل الانحدار البالغة (٠,٣٢٥) التي تدل على أن تغيراً في مؤشر القدرة الابيرادية بمقدار وحدة واحدة ينتج عنه تغير في مؤشر متوسط العائد إلى إجمالي رأس المال بمقدار (٠,٣٢٥)، وذلك وفقاً لقيمة (t) المحسوبة التي بلغت (٦,٨٧٤)، وهي أكبر من القيمة الجدولية لها والبالغة (٢,٤٣٥٤) عند درجة حرية (١٢١)، وضمن مستوى معنوي (٠,٠٥).

الجدول ١٢**ملخص النتائج لعلاقة التأثير بين مؤشر المزايا (القدرة الابيرادية) ومؤشر الاستدامة****(متوسط العائد إلى حق الملكية)**

t الجدولية	R ² المحسوبة	القدرة الابيرادية		المتغير المستقل المتغير المعتمد
		B ₁	B ₀	
٢,٤٣٥٤	* ١٠,٤٣٩	٠,٨٨٩	٢,٨٧٩ *(٣,٦٤٩)	٣,٣٢٦

*P ≤ 0.05 df (1.121) N = 84 (3.649): Value of (t)

يبين الجدول ١٢ وجود علاقة تأثير طردية ذات دلالة معنوية لمؤشر المزايا التنافسية (القدرة الابيرادية) على مؤشر الاستدامة (متوسط العائد إلى حق الملكية)، إذ إن مجموع ما يفسره مؤشر القدرة الابيرادية من تباين في بعد مؤشر متوسط العائد إلى إجمالي رأس المال قد بلغ (٠,٨٨٩)، في حين أن (٨١,٣٢٪) من

التغير في مؤشر متوسط العائد إلى حق الملكية، مما يشير إلى وجود تأثير ذي دلالة معنوية، يعكس ذلك قيمة معامل الانحدار البالغة (٢,٨٧٩) التي تدل على أن تغيراً في مؤشر القدرة الإيرادية بمقدار وحدة واحدة ينتج عنه تغير في مؤشر متوسط العائد إلى حق الملكية بمقدار (٠,٣٢٥)، وذلك وفقاً لقيمة (t) المحسوبة التي بلغت (١٠,٤٣٩)، وهي أكبر من القيمة الجدولية لها والبالغة (٢,٤٣٥) عند درجتي حرية (١,١٢١) وضمن مستوى معنوي (٠,٠٥).

الجدول ١٣

ملخص النتائج لعلاقة التأثير بين مؤشر المزايا (هامش الربح) ومؤشر الاستدامة (متوسط العائد إلى إجمالي رأس المال)

t	R2	هامش الربح		المتغير المستقل المتغير المعتمد
		B1	B0	
١,٧٩٨	* ٦,٦٩٩	٠,٨٩٣	٣,٤٣٤ (٢,٦٥٧)*	٢,٦٦٧

*P ≤ 0.05

df (1.121)

N = 84

(2.657): Value of (t)

يبين الجدول ١٣ وجود علاقة تأثير طردية ذات دلالة معنوية لمؤشر المزايا التافسية (هامش الربح) على مؤشر الاستدامة (متوسط العائد إلى إجمالي رأس المال)، إذ إن مجموع ما يفسره مؤشر هامش الربح من تباين في بعد مؤشر متوسط العائد إلى إجمالي رأس المال قد بلغ (٠,٨٩٣)، في حين أن (٨١,٠٦%) من التغير في مؤشر متوسط العائد إلى إجمالي رأس المال، مما يشير إلى وجود تأثير ذي دلالة معنوية، يعكس ذلك قيمة معامل الانحدار البالغة (٣,٤٣٤) التي تدل على أن تغيراً في مؤشر هامش الربح بمقدار وحدة واحدة ينتج عنه تغير في مؤشر متوسط العائد إلى إجمالي رأس المال بمقدار (٣,٤٣٤)، وذلك وفقاً لقيمة (t) المحسوبة التي بلغت (٦,٦٩٩) وهي أكبر من القيمة الجدولية لها والبالغة (١,٧٩٨) عند درجتي حرية (١,١٢١) وضمن مستوى معنوي (٠,٠٥).

الجدول ١٤

ملخص نتائج علاقه التأثير بين مؤشر المزايا (هامش الربح) ومؤشر الاستدامة (متوسط العائد إلى حق الملكية)

t	R2	هامش الربح		المتغير المستقل المتغير المعتمد
		B1	B0	
٢,٦٧٣	*٧,٤٣٩	٠,٤١٢	٢,٦٥٧ (٣,٧٩٢)*	٣,٥٥٣

*P ≤ 0.05

df (1.121)

N = 84

(3.792): Value of (t)

يبين الجدول ١٤ وجود علاقة تأثير طردية ذات دلالة معنوية لمؤشر المزايا التنافسية (هامش الربح) على مؤشر الاستدامة (متوسط العائد إلى حق الملكية)، إذ إن مجموع ما يفسره مؤشر هامش الربح من تباين في بعد مؤشر متوسط العائد إلى حق الملكية قد بلغ (٤١٢٪)، في حين أن (71.2٪) من التغير في مؤشر متوسط العائد إلى حق الملكية مما يشير إلى وجود تأثير ذي دلالة معنوية، يعكس ذلك قيمة معامل الانحدار البالغة (٢,٦٥٧)، التي تدل على أن تغيراً في مؤشر هامش الربح بمقدار وحدة واحدة ينتج عنه تغير في مؤشر متوسط العائد إلى حق الملكية بمقدار (٢,٦٥٧٪)، وذلك وفقاً لقيمة (t) المحسوبة التي بلغت (٧,٤٣٩٪) وهي أكبر من القيمة الجدولية لها والبالغة (٢,٦٧٣٪) عند درجتي حرية (١,١٢١) وضمن مستوى معنوي (0.05).

المحور الرابع: الاستنتاجات والمقترنات

بموجب النتائج المعروضة يمكن طرح الاستنتاجات الآتية :

١. تسعى المنظمات إلى مواجهة متغيرات كبيرة تعavis ببيتها المنظمية، وأبرز هذه المتغيرات هو وعاء أداء أعمال المنظمة ومتضمناته، والذي يرتكز على مدى ما تتحققه المنظمة من مزايا تنافسية تتأثر في حالة القدرة على التفوق على المنافسين، وهذا ما دعا إلى الاهتمام بما يعرف بالمزايا التنافسية التي شملت في مجملها على ما يعرف بعوائق التقليد التي تبرز مع تحقق هذه الميزة للمنظمة، وقد كان ذلك محور اهتمام الاقتصاديين والإداريين على حد سواء.
٢. أشار الاقتصاديون في معرض بحوثهم عن المزايا التنافسية واستدامتها في إطار جهودهم لدراسة الأداء الاقتصادي من جانب ونظريات التسعير في جانب آخر، وللذان اعتمدَا على البعد الزمني القصير والمتوسط، وفي اتجاه آخر اتجه فريق اقتصادي آخر لدراسة هيكل السوق والحركة السوقية والتي مثلت في الواقع محددات أساسية للربحية التي تعدّ من الأركان الأساسية لاستدامة المزايا التنافسية.
٣. أشار الإداريون إلى إمكانية استدامة المزايا التنافسية من وجهتي نظر، تقوم الأولى على إمكانية تحقيق ذلك من خلال الاهتمام بما يعرف باقتصاديات المنظمات الصناعية، والنظرية المستندة إلى الموارد غير القابلة للتقليد.
٤. استناداً إلى النظرة المستندة إلى اقتصاديات المنظمات يشير الباحثان إلى إمكانية اعتماد المؤشرات المالية للكشف عن المزايا التنافسية لمنظمات الأعمال، ومن ثم الكشف عن حالات استدامتها.
٥. اتضح من خلال مؤشر القدرة الإيرادية ومؤشر هامش الربح أن هناك تقاربًا بين مدى أعلى وأدنى قيمة لشركات القطاع الصناعي، في حين أن هناك تبايناً كبيراً فيما بين أعلى وأدنى قيمة للمصارف التابعة للقطاع المصرفي عينة البحث، وهذا ما يؤكد امتلاك ومن ثم اهتمام المنظمات الصناعية عينة البحث

بالميزة التنافسية، في حين أن هناك عدم اهتمام أو انخفاض في مستوى امتلاك المصادر المبحوثة للمزايا التنافسية.

٦. أظهرت النتائج المتعلقة بوصف مؤشرات متوسط العائد على حق الملكية ومتوسط العائد على إجمالي رأس المال في القطاع الصناعي وجود حالة انخفاض المدى بين أدنى وأعلى قيمة لكلا المؤشرتين، ومن شأن ذلك أن يؤكّد تفوق الشركات عينة البحث في استدامة المزايا التنافسية، فيما أظهرت حالة التباين الكبيرة بين أعلى وأدنى قيمة للمؤشرات المذكورتين آنفاً في القطاع المصرفي، وبما يؤكّد ضعف استدامة المزايا التنافسية في المصارف المبحوثة.

٧. أشارت نتائج تحليل الارتباط بين مجموعة مؤشرات امتلاك المزايا ومجموعة مؤشرات استدامتها وجود علاقة ارتباط كبيرة ومعنوية لجميع شركات القطاع الصناعي، وذلك يؤكّد أهمية قيام الشركات الصناعية عينة البحث بالسعى المستمر للمحافظة على مزاياها التنافسية والعمل على استدامتها، في حين كانت علاقة الارتباط ضعيفة ومتذبذبة بين المعنوية وغير المعنوية في أغلب المصارف المبحوثة خلال السنوات التي غطتها البحث، مما يستدعي أهمية قيام المصارف بإعطاء أهمية أكبر لمصادر تحقيقها للمزايا التنافسية ومن ثم آليات استدامتها.

المقترحات

١. ضرورة الاهتمام بالآليات المناسبة لتجاوز حالة الواقتية في المزايا التنافسية من خلال السعي المستمر لتحقيق البقاء في الميدان التنافسي وفي القطاع الذي تتنمي إليه كل من المنظمات المبحوثة.

٢. في إطار ما تواجهه منظمات الأعمال في الوقت الحاضر والمتمثل بحالة وقته الميزة التنافسية الناجمة عن سرعة التغيير والдинاميكية البيئية، يعدّ ضرورياً إبداء اهتمام أكبر بمؤشرات تحقيق المزايا التنافسية واستدامتها لتحقيق هدفي البقاء والاستمرار في القطاع الذي تتنمي إليه كل منظمة.

٣. نظراً لتأكيدات الباحثين بإمكانية اعتماد بعض المؤشرات المالية في التعبير عن التفوق التنافسي للمنظمة واستدامتها، يؤكّد البحث على ضرورة الاهتمام بالأدوات المالية ومؤشراتها بوصفها من الوسائل المهمة التي تمكن المنظمات من تحديد موقعها التنافسي ومن ثم المحافظة عليه.

٤. ضرورة اهتمام الشركات المبحوثة بمؤشرات المالية المرتبطة بالربحية والعائد لكونها مؤشرات مفيدة للتعبير عن الوضع التنافسي للقطاع الذي تتنمي إليه، إذ يعد القطاعين عينة البحث من القطاعات الاقتصادية الرائدة في الحياة الاقتصادية في العراق، ولكونهما من القطاعات التي لم تتوقف على الرغم من الظروف والصعاب التي مرّ بها القطر.

٥. ضرورة استمرار الشركات بالتأكيد على مسألي الابتكار والريادية والتي تقود إلى ابتكار خدمات جديدة وسلسل قيمة متميزة تحد من قدرة المنافسين على القيام بالتقليد، وبما يحقق للمنظمة إمكانية إشباع الطلب في الوقت المناسب وبالشكل الذي يرغبه الزبون، وبخاصة بعد أن ازداد دوره وبدأت المنظمات تهتم بسماع صوته، لما لذلك من انعكاس على تحقيق العائد والأرباح المناسبة واستمراريتها وما لها من إسهام في تحقيق المزايا التنافسية واستدامتها.

المراجع أولاً - المراجع باللغة العربية

١. خليل، نبيل مرسي، ١٩٩٨، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية، مصر.
٢. الروسان، محمود علي محمد، ١٩٩٧، أثر العلاقة بين الميزة التنافسية والخيار الاستراتيجي على الأداء التصديرى، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
٣. السلمي، علي، ٢٠٠١، إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية، دار غريب للنشر والطباعة، القاهرة.
٤. المعاضيدي، معن وعده الله، ٢٠٠٦، إسهامات نظرية الاستراتيجية القائمة على الموارد في تحقيق الميزة التنافسية دراسة نظرية، مجلة بحوث مستقبلية، العدد ١٥، كلية الحدباء الجامعية، الموصل، العراق.
٥. هل، شارلز وجونز، جاريث، ١٩٩٩، الإدارة الإستراتيجية: مدخل متكامل، ترجمة ومراجعة: د. رفاعي محمد رفاعي و د. محمد سيد أحمد عبدالمتعال، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية.

ثانياً - المراجع باللغة الأجنبية

1. Amit, R. & Schoemaker, P. J., 1993, Strategic Assets and Organizational Rent. *Strategic Management Journal*, 14 (1).
2. Ansoff, H. I., *Corporate Strategy*, 1965. New York: McGraw-Hill.
3. Arrow, K. & Hahn, F., 1970, *General Competitive Analysis*, San Francisco: Holden Day.
4. Barney, J. B., 1991, Firm Resources and Sustaining Competitive Advantage, *Journal of Management*, 17.
5. Clerke, R. G., *et. al.*, 1988, *Strategic Financial Management*, Richard D. Irwin, U.S.A.,
6. Conner K. R., A, 1991 Historical Comparison of Resource-Based Theory and Five Schools of Thought within Industrial Organization Economics: Do we have a new theory of the firm? *Journal of Management*, 17.
7. D'Aveni, R. A., 1994, *Hyper-competition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering*, New York: The Free Press.
8. Debreu, G. , 1959, *The Theory of Value*, New York, Wiley.
9. Ghemawat, P. & del Sol, P., 1998, Commitment Versus Flexibility? *California Management Review*, Vol. 40, No. 4.
10. Jacobson, R., 1992, The Austrian' School of Strategy, *Academy of Management Review*, 16 (4).

الدكتور العاضيدى والدكتور العباس [٣٢]

11. Kay, J., Foundations of Corporate Success: How Business Add Value, Oxford University Press, 1993. In: Miller, R., 1995, Strategic Value Analysis: Linking Finance and Strategy, Management Accounting, Vol. 73, Issue 4, April.
12. Porter, M. E, 1980., Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, New York: The Free Press.
13. Porter, Michael, 1985, "Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance", The Free Press, New York.
14. Reynolds, G. W., 1992, Information System to Managers, 2nd.ed., West-Publishing Co., U.S.A.
15. Samy Ben Naccar & Mohamed Goaied, The Value Creation Process in the Tunisian Stock Exchange, API/WPS 9903.
16. Schendel, D., 1994, Introduction to the Summer 1994 Special Issue-Strategy: Search for New Paradigms', Strategic Management Journal, 15 (Summer Special Issue).
17. Schmalensee, R., 1985, Do Markets Differ Much? American Economic Review, 75 (3).
18. Schoemaker, J. Paul, 1992, "How to Link Strategic Vision to Core Capabilities", Sloan Management Review, Fall.
19. South, R., 1981, Competitive Advantage: The Cornerstone of Strategic Thinking, Journal of Business Strategy, 12.
20. Thomas J. Peters & Robert H. Waterman Jr., 1988, In Search of Excellence-Lesson from Amerce Best Run Companies, Harper & Row.

ثالثاً - الإنترنت

1. (www.wiggo.com/CA97Acad.pdf).
2. (www.anu.edu.au/people/RogerClarks/SoS/StratISTh.html).
3. (<http://www.hsb.baylor.edu/ramsower/aisac.97/papers/gottsch.htm>).