

# أثر رأس المال المعرفي على التفوق التنافسي

دراسة ميدانية على شركات الاتصالات في ليبيا

#### د. خالد عبد الواحد النخاط

قسم المحاسبة/كلية الاقتصاد/جامعة بنغازي khalednakat@yahoo.com

## د. أكرم على زوبى

قسم المحاسبة/كلية الاقتصاد/جامعة سرت akram.zoubi.65@gmail.com

#### د. يسري آدم عبد السلام

المعهد العالي للمهن الإدارية والمالية/بنغازي y1964\_adam@yahoo.co.uk

#### الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى اختبار اثر رأس المال المعرفي على التفوق التنافسي في قطاع الاتصالات في ليبيا، تم تحديد 7 شركات من القطاع: 4 شركات عامة، 3 شركات خاصة، و لتحقيق الهدف من الدراسة فقد تم تصميم استمارة استبيان وزع منها 85 استمارة على العاملين و الموظفين في مختلف المستويات التنظيمية للشركات المستهدفة، استرجع منها 59 استمارة في حين إن الصالحة للتحليل 48 استمارة ، و بالتالي كانت نسبة الرد 75% تقريبا، بعد ذلك تم تحليل البيانات باستخدام معامل الارتباط (بيرسون) و الانحدار المتعدد التدريجي، واخيرا أوضحت النتائج التي توصلت إليها الدراسة بان هناك علاقة قوية موجبة ذات دلالة معنوية بين متغيرات الدراسة، بالإضافة إلى إن هناك أثر لرأس المال العلاقاتي على التفوق التنافسي بينما استبعد كل من رأس المال البشري و رأس المال الهيكلي.

#### 1. المقدمة:

تعمل منظمات الأعمال في بيئة تتسم بالتغير المستمر و شدة المنافسة مما يجعلها أمام تحد دائم للتكيف مع تلك المتغيرات ، الأمر الذي يستلزم استغلال كل موردها وعلى رأسها الموارد المعرفية القادرة على خلق التكيف و الاستجابة مع هذه التغييرات خاصة مع توفر الخبرة والمهارة والقدرة على أحداث تغييرات جوهرية في مختلف أعمال المنظمة – وهذا لا يتأتى إلا إذا امتلكت هذه المنظمات كوادر بشرية على مستوى عالى من الفهم والدراية والمعرفة والكفاءة والقدرة على الإبداع والابتكار لكسب ودعم التفوق التنافسي، و بناءا على ذلك جاءت فكرة هذه الدراسة لمحاولة تفسير علاقة رأس المال المعرفي في تحقيق التفوق التنافسي.

#### 2. مشكلة الدراسة:

رأس المال المعرفي باعتباره يمثل قوى تتسم بالموهبة والمهارة المؤهلة، فانه يساهم إلى حد كبير في أحداث تغيير ايجابي على كافة المجالات في المنظمة مما يساهم في تحقيق تفوق تنافسي، كما وان شركات







الاتصالات ليست بمعزل عن شركات الأعمال الاخرى، فهي تحتاج إلى رأس مال معرفي يساعد المنظمة في القدرة على النمو والبقاء من خلال كسب تفوق تنافسي.

ويمكن توضيح مشكلة الدراسة في شكل التساؤل التالي:

هل هناك علاقة وتأثير ما بين رأس المال المعرفي بأبعاده المختلفة والتفوق التنافسي؟

#### 3. أهداف الدراسة:

يمكن توضيح أهداف هذه الدراسة في النقاط الرئيسية التالية:

- 1- التعرف على مفهوم رأس المال المعرفي بأبعاده المختلفة.
- 2- التعرف على مدى الاهتمام برأس المال المعرفي بأبعاده المختلفة في شركات الاتصالات قيد البحث.
  - 3- تحديد العلاقة والتأثير ما بين رأس المال المعرفي بأبعاده المختلفة والتفوق التنافسي.

## 4. أهمية الدراسة:

تظهر أهمية رأس المال المعرفي بكونه من الأصول الثمينة التي تمتلكها المنظمة وتساعدها على تحقيق موقع تتافسي متميز، وانطلاقاً من أهمية رأس المال المعرفي وتأثيراته المحتملة على الشركات كافة والشركات العاملة في قطاع الاتصالات بصفة خاصة، حيث يمثل قطاعا هاما في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، وكون الدراسة محاولة أكاديمية لإلقاء الضوء على رأس المال المعرفي وأهميته المتزايدة في منظمات الأعمال وفي الاقتصاد الليبي بشكل عام، وكيف يمكن تنميته والحفاظ عليه لتحقيق المزايا التنافسية ودعمها من خلاله، كما تنبع أهمية هذه الدراسة من كونها تتعامل مع مفهوم رأس المال المعرفي في تحقيق التفوق التنافسي، بشكل يوضح علاقة و أثر رأس المال المعرفي في تحقيق التفوق التنافسي، في شركات الاتصالات في ليبيا. في حين إن بعض البحوث السابقة تطرقت لاستكشاف هذه العلاقة في قطاعات وبيئات أعمال أخرى تختلف تماما عن البيئة الليبية محل الدراسة وذلك على حد علم الباحثين.

#### 5. فرضية الدراسة:

للإجابة على تساؤل الدراسة ولتحقيق أهدافها تمت صياغة الفرضية التالية:" توجد علاقة وأثر بين رأس المال المعرفي والتفوق التنافسي".

الفرضية الفرعية الأولي: - "توجد علاقة وأثر بين رأس المال البشري والتفوق التنافسي".

الفرضية الفرعية الثانية: - "توجد علاقة وأثر بين رأس المال الهيكلي والتفوق التنافسي".

الفرضية الفرعية الثالثة: -"توجد علاقة وأثر بين رأس المال العلاقاتي والتفوق التنافسي".

## 6. الدراسات السابقة:

ركزت بعض الدراسات مثل دراسة (العدوان وسليمان، 2012 والحدراوي،2007 وعبد المنعم والمطارنة، 2009) على التعرف علي رأس المال المعرفي ودوره في تحقيق الإبداع المنظمي وريادة الأعمال والتحقق من وجود علاقة ارتباط وتأثير معنوية. وهناك دراسات أخرى مثل دراسة (لويزة، 2016، الفتلاوي وآخرون،2004-





2006، الغرير وآخرون، 2014 وشعبان، 2011 وبلوناس وآخرون، 2009 والجرادات وآخرون، 2006 وحبّاينة، 2007) ركزت علي دراسة و تحديد دور رأس المال المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية، وذلك من خلال التعرف على مدى توافر متطلبات رأس المال المعرفي بأبعاده الثلاث (البشري والهيكلي والعلاقات) لدى تلك المنظمات، و دراسة العلاقة بين توافر تلك المتطلبات وتحقيق الميزة التنافسية لها. وبعض الدراسات تطرقت إلى مدي توفر متطلبات رأس المال المعرفي (البشري، الهيكلي، الزبوني) لتحقيق الميزة التنافسية، وتحديد أهم المعوقات توفرها (مسودة، 2011 وعبد الحميد، 2012). كما ركزت دراسة الصفار (2008) تأثير رأس المال البشري في أداء المصارف التجارية الأردنية، أما دراسة كاظم (2013) سعت إلى إبراز دور رأس المال البشري في اختيار استراتيجيات التغيير المناسب في المصارف الحكومية.

# 7. مفهوم رأس المال المعرفى (Intellectual Capital (IC):

كل المنظمات تحتاج إلى رأس المال من أجل إدارة عملياتها، ورأس المال مكون من شقين :مادي ومعرفي وتتحدد من خلالهما القيمة السوقية للمنظمة، هذا وقد تعددت تعريفات ومفاهيم راس المال المعرفي، كما تعددت مسمياته ومصطلحاته منها :الموجودات غير الملموسة، رأس المال غير الملموس، رأس مال المعرفة، رأس المال المعرفي الاستراتيجي، ورأس المال الرقمي، ولكن أكثر المصطلحات استعمالا وشيوعا هو رأس المال المعرفي.

ولقد وردت في الأدبيات ذات العلاقة العديد من التعريفات من قبل الأكاديميين أو الممارسين ومنها دراسة (2001) Bontis بأنه مجموع كل ما يعرفه كل الأفراد في المنظمة ويحقق ميزة تنافسية في السوق، وعرفت دراسة (2004) Marr رأس المال المعرفي بأنه مجموعة الأصول المعرفية التي يمكن أن تعزو إلى منظمة ما وتساهم بشكل فعال في تحسين قدرتها التنافسية بإضافة القيمة لأهم الأطراف ذات المصلحة بالمنظمة، بالإضافة إلى ذلك هناك تعريفان احدهما التعريف غير المحاسبي والذي تنص على انه الفرق بين القيمة السوقية للشركة وقيمتها الدفترية (2001 ,Mouritsen et al., 2001)، والتعريف المحاسبي يعرف الفرق بين القيمة السوقية للشركة والقيمة الدفترية لأصول الشركة بأنها "شهرة" وهي أصل غير ملموس ( ,1995 , 2001).

بالرغم من إن هناك عدة تصنيفات لمفهوم رأس المال المعرفي، فإن الباحثون في هذه الدراسة سيعتمدون على تصنيف (1998) Stewart تعيم من قبل الباحثين السابقين في هذا المجال من ناحية (Johnson, 1999)، ومن ناحية أخري يعتبر الأكثر شمولية في المنظمات (شعبان، 2011). والذي يقسم رأس المال المعرفي على النحو التالي:

# 1. .7. رأس المال البشري :Human Capital (HC)

ويقصد به قدرات مستخدمي الشركة اللازمة لتوفير حلولاً لعملائها، والابتكار والتجديد، وهو يمثل مصدر الابتكار والتحسين، ولكنه في الوقت نفسه هو الأصعب على القياس، وهو ينمو باستخدام الشركة لمعارف المستخدمين وبزيادة هذه المعارف (عبد المنعم، 2009). ولقد عرف بأنه عبارة عن مزيج عناصر المعرفة المتعلقة بالمهارات وتراكم الخبرة، والإبداع، والابتكار، ومقدرة أفراد المنشأة على أداء مهامهم، ويعتبر رأس المال البشري غير قابل للملكية من قبل المنشأة، ويتصف رأس المال البشري بصفة مهمة وهي أنه كلما تم استخدامه، كلما زادت المعرفة والخبرة والتعلم لديه مع مرور الوقت (روابح وتريكي، 2009).





د. خالد عبد الواحد النخاط/ جامعة بنغازي ؛ د. أكرم علي زوبي/ جامعة سرت ؛ د.يسرى آدم عبد السلام (المعهد العالي للمعن الإدارية والمالية/بنغازي

وبشكل عام هناك فرق بين مفهوم ورأس المال المادي ورأس المال البشري، إذ يتمثل رأس المال المادي في الموارد التي تظهر في ميزانية المنظمة كالعقارات والتجهيزات والمخزونات، بينما يمثل رأس المال البشري المهارات والإبداعات والخبرات المتراكمة للعنصر البشري في المنظمة (ناصر،2008).

من خلال التعريفات السابقة لرأس المال البشري فسيتم اعتماد الإبعاد التالية المكونة له وهي المعرفة من Capital – Knowledge (HCK) وهي ناتجة عن البيانات والمعلومات والتجربة التي يتم الحصول عليها عن طريق الممارسة والتعليم المتراكم في العنصر البشري، واستخدامها في حل المشاكل وتحقيق التفوق التنافسي القائم على التميز والتمايز (Birasnav et al., 2011)، ثم الخبرة العلمية العملية والشخصية القائم على التميز والتمايز والتمايز والتحارب مكتسبة التي يمر بها الإنسان خلال حياته العملية والشخصية والشخصية والمساهمة العاملين ذوي خبرات طويلة في مجالات أعمالهم و الاستفادة منها في تقديم حلول متميزة للمشاكل (Carpenter et al., 2001; Kor and Sundaramurthy, 2009)، يلي ذلك المهارات و القدرات (لاجتمار الإبداعية للتكيف مع ضغوط العمل و حل المشاكل، وأخيرا الابتكار (Lund ككتساب المهارات و القدرات الإبداعية للتكيف مع ضغوط العمل و حل المشاكل، وأخيرا الابتكار (المتعلقة بحل المشاكل ، ويتم التحفيز و التشجيع للمشاركة في الأفكار الجديدة ، امتلاك الموظفين القدرة و الشجاعة للقيام (Wozniak, 1984).

## 7. أس المال الهيكلي (Structural Capital (SC):

ويتمثل في الأشياء التي تدعم العاملين في أداء عملهم، ومنها البنية التحتية والداعمة للعاملين، ويتضمن الأشياء التقليدية كالبنايات والأجزاء المادية للحاسبات، والبرمجيات والعمليات وبراءة الاختراع والعلامات التجارية، وقد تم تعريف رأس المال الهيكلي بواسطة (2001), Roos et al., (2001 بأنه يتكون من العمليات الإدارية، وأنظمة المعلومات، والهيكل التنظيمي، والملكية المعرفية وأي أصول غير ملموسة أخرى تمتلكها الشركة ولكنها لا تظهر في ميزانيتها العمومية إضافة إلى أبعاد أخرى مثل نظم المعلومات، قواعد البيانات، السياسات، والإجراءات، والعمليات الإدارية. وبهذا يشير التعريف السابق بان رأس المال الهيكلي يتجسد في مجموعة من الأنظمة الفرعية للشركة والتي قد تمثّل أشكالاً أخرى العمليات التشغيلية والتصنيعية للشركة يضاف إليها جميع أشكال الملكية المعرفية التي تمتلكها.

وبناء على ما ذكر تم اعتماد الإبعاد التالية المكونة لرأس المال الهيكلي وهي أنظمة المعلومات العاملين، توفر Capital –Information Systems(SCIS) البيانات والمعلومات ذات العلاقة بأنشطة المنظمة وأعمالها، نظم المعلومات وقواعد بيانات متطورة ومدى واكبتها للتطورات والعمل على تحديثها بصفة مستمرة. يلي ذلك الهيكل التنظيمي – Structural Capital و يتمثل في صلاحية نظام الرقابة بالمنظمة، وضوح العلاقات (SCOS) و ويتمثل في صلاحية نظام الرقابة بالمنظمة، وضوح العلاقات الوظيفية بين الرؤساء والمرؤوسين في جميع المستويات الإدارية، المرونة للموظفين بالقيام بأعمالهم بحرية عن طريق تفويضات واسعة في السلطات (Chen et al., 2004)، ثم العمليات الإدارية: – Structural Capital وتتضمن مدة عمليات الأنشطة والأعمال، مستوى جودة المنتج، وكفاءة العمليات والإجراءات التشغيلية، مراجعة وتقييم العمليات الإدارية وتطويرها بصفة مستمرة للتقليل من





الأخطاء وتحقيق الأداء المتميز. و أخيرا السياسات العامة ( SCGP) و تشمل السياسات اللازمة لتسهيل العمليات و تنفيذها بكفاءة و فاعلية، ووضوحها للعاملين، سياسات السقطاب الموارد البشرية ذات المهارات التقنية و القدرات الإبداعية(Ordóñez de Pablos, 2004).

# : Relational Capital (RC) أس مال العلاقات. 3.7

وهو ما يطلق عليه أيضا رأس المال الزبائني والذي يعكس طبيعة العلاقات التي تربط المنظمة بعملائها ومورديها ومنافسيها. ويتمثل في رضا الزبون وولاءه ومدى قدرة المنظمة بالاحتفاظ به من خلال إشباع حاجاته تلبية رغبته والاهتمام بمقترحاته ومعالجة الشكاوى المقدمة منه، وإن أساس نجاح اي منظمة يتطلب توجيه الجهود لتحديد حاجات ورغبات الزبائن والعمل على تقديم المنتجات التي يكون الزبون بحاجة أليها وقادرا على شرائها بشكل يؤدي إلى تحسين الصورة الذهنية عن المنظمة ومنتجاتها، وهذا لا يتأتى الا بتحليل الأنماط السلوكية والاستهلاكية للزبائن كونهم مختلفين في تفضيلاتهم السلعية وطرق إشباعها ( ,2006 .

مما سبق يتضح أن رأس المال العلاقاتي يتضمن كل من العلاقة مع العملاء وحل أي إشكاليات معهم Customer Relationship (RCCR) وهو معرفة احتياجات ومتطلبات العملاء وحل أي إشكاليات معهم وتلبية متطلباتهم ورغباتهم، رضا وولاء العملاء والمحافظة على علاقات متينة معهم، إنشاء مراكز خدمات Relational Capital –Suppliers Relationship لجميع المناطق. ويتضمن أيضا العلاقة مع الموردين الحفاظ على علاقات طويلة الأجل مع الموردين، توفير بيانات (RCSR) وتشمل سياسات اختيار الموردين، الحفاظ على علاقات طويلة الأجل مع الموردين، توفير بيانات متكاملة عن الموردين (Fazli et al., 2013).

# 8. التفوق التنافسي (CS) التفوق التنافسي .8

توجد مفاهيم مختلفة للتفوق التنافسي ، فعلي سبيل المثال هناك مفهوم التفوق التنافسي علي مستوي الدولة و علي مستوي الدولة يقصد به علي مستوي المشاركة في الأسواق العالمية والصمود أمام المنافسة الدولية علي المدى الطويل (الشيمي، 2007) بطريقة تضمن تحقيق معدل مرتفع لدخل الفرد (رشيد و رشيد 2013)، و بالتالي فإن التفوق التنافسي يعتبر مؤشر على أداء المنتجات المحلية في الأسواق المحلية والخارجية مقارنة بالسلع الأجنبية المماثلة.

في حين أن التفوق التنافسي على مستوي المشروع يقصد به قدرة التميز على المنافسين والقدرة على استقطاب عملاء جدد وزيادة رضاء العملاء الحاليين والجدد على حد سواء (الشيمي، 2007)، وعليه يعتمد التفوق التنافسي، حسب هذا المفهوم، بشكل أساسي على الأسعار النسبية وجودة الإنتاج. هذا وقد عرف (العربي، 2006) التفوق التنافسي بأنه مدي قدرة المؤسسات إلي تكوين المزايا التنافسية التي تستطيع من خلالها المحافظة علي نفسها اتجاه المنافسين وتعزيز مكانتها السوقية. في حين أفاد الطائي والحفاجي (2009) أن التفوق التنافسي يعبر عن الحالة التي تكون فيها المؤسسة في وضعية أفضل مقارنة بالمنافسين وذلك لامتلاكها لكفاءات معينة ينتج عنها امتلاك المنظمة لعوامل النجاح. يشير عدد من الكتاب والباحثين إلى أن التفوق التنافسي يقاس من خلال مجموعة من الأبعاد، إلا انه سيتم التطرق إلى أربعة منها وذلك لاعتماد معظم الدراسات عليها (الفتلاوي وآخرون، 2006).



# أثر رأس المال المعرفي على التفوق التنافسي دراسة ميدانية على شركات الاتصالات في ليبيا د. خالد عبد الواحد النخاط/ جامعة بنغازي ؛ د. أكرم علي زوبي/ جامعة سرت ؛ د.بسرى آدم عبد السلام (المعهد العالي للمعن الإدارية والمالية/بنغازي



## 8. 1. الجودة (CSQ) الجودة. (CSQ) علياً .8

يعنى قدرة الشركة على تصميم، تصنيع، تسويق منتج أقل تكلفة بالمقارنة مع الشركات المنافسة وبما يؤدي في النهاية إلى تحقيق عوائد أكبر (تقليل الهدر والفاقد في عمليات الإنتاج مع المحافظة على الجودة المطلوبة. لقد أصبحت الجودة هي الاهتمام الأول للمؤسسات التي ترغب في البقاء في المنافسة، فالعملية الإنتاجية الخالية من أي عيوب تدعم وتزيد الكفاءة ومن ثم تخفض التكاليف، هذا ويتم تحقيق الجودة باستخدام التكنولوجيا الجديدة بالإضافة إلي تحسين العمليات من خلال عملية البحث والتطوير والتدريب الجيد للعاملين. هذا وقد أشار جونز (2001) إن الجودة العالية لمخرجات المؤسسات ستزيد من قيمة هذه المخرجات بالنسبة للعملاء مما سيمكنها من فرض سعر أعلى للمنتجات ما يؤدي إلى تفوق تنافسي يضمن بقاء المؤسسات واستمرارها.

# 8. 2. المرونة (CSF) Competitive Superiority - Flexibility

تُعرف المرونة بأنها قدرة المؤسسة على إجراء التغييرات السريعة المرتبطة بالصناعة وهيكلة السوق وحاجات الزبائن والتكنولوجيا. المرونة هى القدرة على إنتاج مجموعة واسعة من المنتجات وإدخال منتجات جديدة وتعديل المنتجات الحالية بسرعة، فضلا عن الاستجابة لاحتياجات الزبون. وبمعني أخر أن المرونة تعني قابلية الشركة على تقديم منتجات متنوعة في الوقت المطلوب فضلا عن قدرة الشركة في تطوير المنتجات الموجودة فعلا وتحسين عملياتها لتقديم منتجات جديدة. أن المرونة هي الأساس لتحقيق التفوق التنافسي للمؤسسات من خلال الاستجابة السريعة للتغيرات التي قد تحدث في تصميم المنتجات وبما ما يلائم حاجات الزبائن.

# 8. 3. التمايز (CSD) Competitive Superiority – Distinction

تتميز المنظمة على منافسيها عندما يكون بمقدورها الحيازة على خصائص فريدة تجعل الزبون يتعلق بها، وتمنح ميزة التميز للمنظمة القدرة على بيع كميات أكبر من منتجاتها بسعر مرتفع نسبيا وضمان وفاء العملاء لمنتجاتها، هذا وقد أكدا (2008) Johnson et al., (2008) بأن التمايز يتكون في منظمات الأعمال من خلال قدرتها على الانفراد عن غيرها من المنظمات الأخرى المنافسة في نفس قطاع الأعمال ، سواء أكان ذلك بطبيعة المنتجات أم الخدمات التي تقدمها ، وكذلك طبيعة الموارد التي تمتلكها ، مما يمكنها من تحقيق التفوق التنافسي وتحقيق الاستمرارية وتقديم المنتجات الأفضل التي يصعب تقليدها. ولا يمكن استمرار تحقيق التفوق على المدى الطويل إلا من خلال الموارد النادرة (المتميزة).

## 8. 4. الكفاءة (Competitive Superiority - Efficiency (CSE)

تتمثل الكفاءة في الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة، وتقاس بكمية المدخلات المستخدمة لإنتاج مخرجات محددة، باعتبار المؤسسة أداة لتحويل المدخلات إلى مخرجات، فالمدخلات هي العوامل الأساسية للإنتاج مثل العمالة والأرض أما المخرجات تتمثل في السلع والخدمات، فكلما ارتفع معدل كفاءة المؤسسة كلما قلت المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة. أن المؤسسات التي لديها كفاءة إنتاجية عالية تنتج السلع والخدمات بتكلفة أدنى من تكلفة إنتاج المنافسين، مما يتيح لهذه المؤسسات بالحصول على مزايا تنافسية (الحسيني وآخرون،2013، جونز، 2001).





## 9. مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من الشركات الليبية العاملة فى قطاع الاتصالات سواء كانت مملوكة للمجتمع أو تابعة للقطاع الخاص، أما عينة الدراسة تم اختيارها عشوائيا من المسؤولين والموظفين بمختلف الادارات والمستويات التنظيمية فى الشركات قيد الدراسة والواقعة فى نطاق مدينة بنغازي.

## 10. طرق تجميع وتحليل البيانات:

تعتمد هذه الدراسة على استمارة الاستبيان كاده رئيسية لجمع البيانات من عينة الدراسة، والجدول رقم (1) يوضح عينة الدراسة وعملية توزيع الاستمارات على النحو التالي:

جدول رقم (1) الاستمارات الموزعة والمرجعة والصالحة للتحليل

	الاستمارات							
نسبة الردود	النسبة التكرارية	صالحة للتحليل	غير صالحة	المرجعة	المفقودة	الموزعة	اسم الشركة	ت
0.75	0.31	15	1	16	4	20	المدار الجديد	1
0.60	0.25	12	3	15	5	20	ليبيانا للهاتف المحمول	2
0.50	0.21	10	2	12	8	20	ليبيا للاتصالات والتقنية	3
0.50	0.10	5	2	7	3	10	أيون للاتصالات والتقنية	4
0.40	0.04	2	1	3	2	5	هاتف ليبيا	5
0.60	0.06	3	1	4	1	5	خبراء الأنظمة	6
0.20	0.02	1	1	2	3	5	سما العالم	7
0.565	1.00	48	11	59	26	85	الاجمالي	

ولقد تم تصميم استمارة الاستبيان و التي تم تقسيمها إلى جزئيين الأول يتضمن البيانات الديموغرافية و تشمل متغيرات ( المؤهل العلمي و الخبرة العملية و الوظيفة الحالية و النوع و العمر)، فيم خصص الثاني لمتغيرات الدراسة والذي قسم إلى ثلاث متغيرات هي: رأس المال المعرفي والتفوق التنافسي وريادة الأعمال، وسبق أن استخدم المتغيران الأخيران في دراسة "بعنوان أثر ريادة الأعمال في تحقيق التفوق التنافسي: دراسة ميدانية على شركات الاتصالات في ليبيا"، حيث تمت المشاركة بتلك الدراسة في وقائع المؤتمر العلمي الأول ريادة الأعمال في ليبيا: الواقع والمأمول، والذي انعقد في مدينة سوسة بتاريخ 11-2017/11/12م.

فى هذه الدراسة تم التركيز على متغيران – حسب ما جاء في الإطار النظري – مستقل (رأس المال المعرفي) و تابع (التفوق التنافسي) كما هو مبين في الرسم أدناه، ويتكون المتغير المستقل (رأس المال المعرفي) من ثلاث متغيرات فرعية، و كل من المتغيران (رأس المال البشري و رأس المال الهيكلي) يتكونان من أربع متغيرات كل





د. خالد عبد الواحد النخاط/ جامعة بنغازي ؛ د. أكرم علي زوبي/ جامعة سرت ؛ د.يسرى آدم عبد السلام (المعهد العالي للمعن الإدارية والمالية/بنغازي

منها تكون من فقرتان، أما المتغير الثالث رأس المال العلاقاتي تكون من متغيران و لكل متغير أربع فقرات و بالتالي يكون عدد الفقرات في المتغير المستقل من استمارة الاستبيان 24 فقرة، و بالنسبة للمتغير التابع (التفوق النتافسي) تكون من أربع متغيرات ويتكون كل متغير من فقرتان و بالتالي يكون عدد الفقرات ثمانية. وقد استخدام مقياس (ليكرت) الخماسي في قياس فقرات متغيرات الدراسة، فيما يتعلق بتحليل البيانات فقد تم استخدام معاملات الارتباط لقياس العلاقة بين المتغيرات، وفي حال وجود علاقة فسيتم اختبار أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.

# 

رأس المال العلاقات	رأس المال الهيكلي	رأس المال البشري
العلاقة مع العملاء	أنظمة المعلومات وقواعد البيانات	المعرفة
العلاقة مع الموردين	الهيكل التنظيمي	الخبرة العملية
	العمليات الإدارية	المهارات والقدرات
	السياسات العامة	الابتكار
<b>\</b>	<b>\</b>	$\downarrow$
	[	

<b>*</b>
التفوق التنافسي
الجودة
المرونة
التمايز
الكفاءة

المصدر: من إعداد الباحثين

## 11. حدود الدراسة

هذه الدراسة واجهة بعض الحدود التي تم أخذها في الاعتبار فيما يتعلق بتعميم النتائج، وهذه الحدود تشمل:

• الحدود الموضوعية: تهتم هذه الدراسة بمعرفة تحديد علاقة رأس المال المعرفي في تحقيق التفوق التنافسي: دراسة ميدانية على شركات الاتصالات في ليبيا.





- الحدود البشرية: المسؤولين والموظفين بالإدارات الوسطى في الشركات العاملة في قطاع الاتصالات.
  - الحدود المكانية: الشركات العاملة في قطاع الاتصالات والواقعة في نطاق مدينة بنغازي.
    - الحدود الزمنية: إعداد هذه الدراسة في 2018 والعمل الميداني في 2017.

## 12. صدق وثبات فقرات أداة الدراسة

تم التحقق من صدق أداة الدراسة من خلال عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال العلوم الإدارية والمالية والاقتصادية لما لهم من خبرة في هذا المجال، وطلب منهم إبداء الرأي حول فقرات استمارة الاستبيان، وذلك سواء بالحذف و/أو التعديل و/أو الإضافة، وبناء على مقترحات وملاحظات المختصين فقد تم تعديل استمارة الاستبيان حتى ظهرت الاستمارة في صورتها النهائية.

تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) للتأكد من الثبات (معامل الثبات) فقرات الدراسة، وبأخذ الجذر ألتربيعي لقيمة معامل الثبات يتم الحصول على معامل الصدق لفقرات الدراسة، كما هي مبينة في الجدول (2) أدناه:

معامل الصدق معامل الثبات عدد الفقرات البيان الرمز ت رأس المال البشري 0.920 0.848 8 HC 1 رأس المال الهيكلي 0.934 0.874 SC 2 8 رأس مال العلاقات 0.804 0.804 8 RC 3 رأس المال المعرفي 0.965 0.933 24 IC 4 التفوق التنافسي 5 0.963 0.928 8 **CS** 0.982 0.965 32 المتوسط العام للمحاور All

جدول رقم (2) معاملات الثبات والصدق

تشير النتائج في الجدول أعلاه أن معامل الثبات لجميع فقرات استمارة الاستبيان قد بلغ 96.5%، وبلغ معامل الصدق 98%، وهذا يدل على أن استمارة الاستبيان اتسمت بالثبات والصدق وبدرجة كبيرة، وعليه يمكن اعتبار هذه المعاملات تصب في مصلحة أداة الدراسة مما يؤهلها تكون أداة قياس مناسبة وفاعلة لهذه الدراسة وبمكن تطبيقها بثقة وبجعل منها صالحة لأغراض التحليل.

#### 13. تحليل بيانات الدراسة الميدانية:

تم تحليل البيانات المتحصل عليها بواسطة أداة جمع البيانات استمارة الاستبيان على النحو التالي:

#### 1.13 تحليل البيانات الديموغرافية:

يبين الجدول رقم (3) البيانات الديموغرافية المتعلقة بعينة الدراسة (المسئولين والموظفين بمختلف الإدارات والمستويات التنظيمية) وذلك حسب ما هو موضح كالتالي:







## الجدول رقم (3) البيانات الديموغرافية

النسبة	التكرار	المتغير	البيان
27.1	13	من 20 سنة إلى اقل من 30 سنة	
52.1	25	من 30 سنة إلى اقل من 40 سنة	
18.8	9	من 40 سنة إلى اقل من 50 سنة	العمر
2.1	1	من 50 سنة إلى اقل من 60 سنة	اعمر
100.0	48	المجموع	
2.1	1	شهادة ثانوية	
8.3	4	دبلوم متوسط	
12.5	6	دبلوم عالي	
70.8	34	بكالوريوس	ate that a st
6.3	3	ماجستير	المؤهل العلمي
100.0	48	المجموع	
6.3	3	مدير أدارة	
2.1	1	مدیر مکتب	
12.5	6	ر ئيس قسم	
27.1	13	رئيس وحدة	
2.1	1	مساعد مدير دائرة	الوظيفة الحالية
50.0	24	موظف	
100	48	المجموع	
6.3	3	الشؤون المالية	
2.1	1	الشؤون القانونية	
25.0	12	الشؤون الإدارية	
39.6	19	الشؤون الفنية	
16.7	8	المبيعات	طبيعة عمل الوظيفة
2.1	1	المشتريات	طبيعه عمل الوطيعه الحالية
8.3	4	تسويق	
100	48	المجموع	
0.06	3	اقل من 5 سنوات	
0.04	2	من 6 سنوات إلى أقل من 11 سنوات	7.111.5 11
0.78	37	من 11 سنة إلى أقل من 16 سنة	الخبرة العملية - للمشاركين -
0.08	4	من 16 سنة إلى أقل من 21 سنة	للمساردين
0.04	2	أكثر من 21 سنة	
100	48	المجموع	

تبين من الجدول (3) للباحثين أن أكثر الفئات العمرية تمثيلاً في العينة هم من الفئة من 30 -40 إذ مثلوا ما نسبته 52.1% من عينة الدراسة، فضلاً على ما نسبته 83.3% هم من حملة مؤهلات البكالوريوس والدبلوم العالي، وهذا مؤشر جيد وإيجابي يشير إلى كفاية التأهيل العلمي وتفهم عينة الدراسة للإجابة على فقرات الاستبيان بشكل جيد مما يساهم في تعميم نتائج الدراسة.

كما أتضح للباحثين إن ما نسبته 50% من عينة الدراسة يمثلون الموظفين الذين يشغلون وظائف قيادية هامة في شركاتهم (مدير أدارة -مدير مكتب -رئيس قسم -رئيس وحدة -مساعد مدير دائرة)، والنسبة الباقية 50% يمثلون موظفين موزعين على مختلف الإدارات والمستويات التنظيمية في الشركات قيد الدراسة وذلك بنسب مختلفة مما يدل على تنوع عينة الدراسة على النشاطات المختلفة لهذه للشركات. كما أن أغلبية العينة هم من ذو الخبرة في مجالهم، حيث أن 78% منهم خبرتهم تزيد عن 11 سنة، وهذا يعتبر مؤشر جيد يشير إلى الاطلاع والمعرفة الجيدة لعينة الدراسة على طبيعة أعمال الشركات ومستجداتها ومتطلباتها البيئية.





## اختبار فرضية الدراسة: 2.1 3

فى هذا الجزء سيتم اختبار فرضيات الدراسة باستخدام أسلوب الارتباط لبيرسون لاختبار العلاقات بين متغيرات الدراسة، حيث أن بيانات الدراسة موزعة طبيعيا باستخدام اختبار الاعتدال من نوع (Q-Q Plots)، بالإضافة إلى استخدام الانحدار الخطي البسيط والمتعدد التدريجي لتحديد أثر بعض المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة.

## 1.2.13 اختبار الفرضية الرئيسية:

وتنص هذه الفرضية على " توجد علاقة وأثر بين كلا من رأس المال المعرفي والتفوق التنافسي"، والجدولان التاليان يوضحان ارتباط بيرسون لاختبار العلاقة بين رأس المال المعرفي(IC) والتفوق التنافسي (CS) والانحدار الخطي البسيط لقياس أثر رأس المال المعرفي على التفوق التنافسي.

جدول رقم (4) يبين علاقة الارتباط بين رأس المال المعرفي(IC) والتفوق التنافسي (CS)

CS	IC	البيان		
.775**	1.000	معامل الارتباط بيرسون		
.000		قيمة الدلالة	IC	
1.000		معامل الارتباط بيرسون		
		قيمة الدلالة	CS	

يتضح من الجدول رقم (4) بأن هناك علاقة ارتباط قوية موجبة بين رأس المال المعرفي (1C) و التفوق التنافسي (CS) مما يدل على إن لراس المال المعرفي دور رئيسي في تحقيق التفوق التنافسي ، و بالتالي يتم عدم الرفض للفرضية الرئيسية بناء على قيمة معامل الارتباط (0.775)، كما أن قيمة الدلالة أقل من مستوى المعنوية ( $\alpha = 0.05 = 1$ )، وطالما وجدت علاقة بين المتغيران فهذا يدل على أنه يوجد اثر لرأس المال المعرفي (1C) على التفوق التنافسي (CS) والجدول رقم (5) التالي يبين ملخص النموذج للعلاقة بين رأس المال المعرفي و التفوق التنافسي :

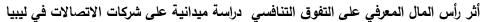
جدول رقم (5) يبين ملخص النموذج للعلاقة بين رأس المال المعرفي(IC) والتفوق التنافسي (E)

الخطاء المعياري المقدر	معامل التحديد المعدل	معامل التحديد $\mathbb{R}^2$	Rمعامل الارتباط	النموذج
.600	.592	.601	.775 <sup>a</sup>	1

## a. Predictors: (Constant), IC

ويبين الجدول رقم (5) معامل التحديد ( $\mathbb{R}^2$ ) والذي يوضح القدرة التفسيرية لمتغير رأس المال المعرفي( $\mathbb{R}^2$ ) في التفوق التنافسي ( $\mathbb{C}$ S)، أي أن المتغير المستقل رأس المال المعرفي( $\mathbb{C}$ S) يفسر ما نسبته  $\mathbb{C}$ 30.0 في المتغير التابع التفوق التنافسي ( $\mathbb{C}$ S) والباقي ما نسبته  $\mathbb{C}$ 39.1 غير التابع التفوق التنافسي نستعرض الجدولان ( $\mathbb{C}$ S) مقدار الأثر للمتغير المستقل رأس المال المعرفي على المتغير التابع التفوق التنافسي نستعرض الجدولان ( $\mathbb{C}$ S) على النحو التالي:









## جدول رقم (6) يبين تحليل التباين بين رأس المال المعرفي (IC) والتفوق التنافسي (CS)

الدلالة	F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	النموذج	
		24.933	1	24.933	الانحدار	1
.000 <sup>b</sup>	69.148	.361	46	16.587	البواقي	
			47	41.520	المجموع	

a. Dependent Variable: CS

b. Predictors: (Constant), IC

جدول رقم (7) يبين قيمة (B) لاختبار الانحدار

الدلالة	t	المعاملات المعيارية	لا معيارية	معاملات	النموذج	
		Beta	الخطاء المعياري	В		
.383	880		.486	428	)الثابت(	1
.000	8.316	.775	.131	1.086	IC	

a. Dependent Variable: CS

فى النتائج المتوصل إليها فى الجدولان السابقان يتبين أن الأثر بين المتغيران ذو دلالة معنوية عند مستوي 5% وبالتالى يمكن صياغة معادلة الانحدار بالنموذج التالى:

CS=0.428+ 1.086 IC

وهذا يشير إلى أن التغير بمقدار (1) فى رأس المال المعرفي (1C) سوف يحدث تغير قدره (1.086) في المتغير التابع التفوق التنافسي (CS)، كما أن قيمة الدلالة أقل من مستوي المعنوية (= 0.05 > 0.05)، وعليه لا ترفض الفرضية الرئيسية، وللتأكيد على نتائج اختبارها سيتم اختبار الفرضيات المتفرعة منها، حيث تم قياس العلاقة وأثر كل مكون من مكونات رأس المال المعرفي على التفوق التنافسي بواسطة الارتباط بيرسون والانحدار الخطى المتعدد التدريجي وذلك على النحو التالى:

## اختبار الفرضيات الفرعية: 3.2.12

تم صياغة عدد ثلاث فرضيات فرعية لقياس العلاقة والأثر بين مكونات رأس المال المعرفي والتفوق التنافسي وهي:

الفرضية الفرعية الأولي: -"توجد علاقة وأثر بين رأس المال البشري والتفوق التنافسي". الفرضية الفرعية الثانية: -"توجد علاقة وأثر بين رأس المال الهيكلي والتفوق التنافسي". الفرضية الفرعية الثالثة: -"توجد علاقة وأثر بين رأس المال العلاقاتي والتفوق التنافسي". والجداول التالية تقيس العلاقة والأثر بين مكونات رأس المال المعرفي والتفوق التنافسي.





# جدول رقم (8) يبين علاقات الارتباط بين مكونات رأس المال المعرفى والتفوق التنافسي

	RC SC	НС	cs		
1**	771** 0.698**	0.640**	1	ارتباط بيرسون	
00	.000	.000		قيمة الدلالة	CS
6**	0.744**	1		ارتباط بيرسون	
00	.000			قيمة الدلالة	нс
8**	48** 1			ارتباط بيرسون	
00	000			قيمة الدلالة	sc
	1			ارتباط بيرسون	
				قيمة الدلالة	RC

من خلال النتائج المتوصل إليها في الجدول أعلاه يتضح أن علاقات الارتباط بين المتغيرات رأس المال البشري ورأس المال العلاقاتي (0.640 و 0.771) على التوالي، وهذا يدل على وجود علاقة ارتباط قوية وموجبة وذات دلالة معنوية بين المتغيرات، حيث وكذلك قيمة الدلالة أقل من مستوى المعنوية (P value > 0.05)، بالتالي لا يتم الرفض للفرضيات الفرعية، وتم اختبار الجزء الأخر من خلال قياس أثر مكونات رأس المال المعرفي على التفوق التنافسي في الجداول المبينة أدناه:

جدول رقم (9) ملخص نموذج العلاقات بين مكونات رأس المال المعرفي (IC) والتفوق التنافسي (CS)

الخطاء المعياري المقدر	معامل التحديد المعدل	$R^2$ معامل التحديد	معامل الارتباط R	النموذج
.605	.586	.595	.771 <sup>a</sup>	1

a. Predictors: (Constant), RC

ويبين الجدول رقم (9) معامل التحديد ( $\mathbb{R}^2$ ) والذي يوضح القدرة التفسيرية لمتغير رأس المال العلاقاتى ( $\mathbb{R}^2$ ) كأحد مكونات رأس المال المعرفي – في التفوق التنافسي ( $\mathbb{C}$ S)، أى أن المتغير المستقل رأس المال العلاقاتى كأحد مكونات رأس المال المعرفي من التغير في المتغير التابع التفوق التنافسي ( $\mathbb{C}$ S)، هذا وقد تم استبعاد كلا رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي لان هذا النموذج (الانحدار التدريجي) يأخذ اعلى علاقة ارتباط.

جدول رقم (10) يبين تحليل التباين بين مكونات رأس المال المعرفي (IC) والتفوق التنافسي (CS)

الدلالة	F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	النموذج	
		24.707	1	24.707	الانحدار	1
.000 <sup>b</sup>	67.601	.365	46	16.812	البواقي	
			47	41.520	المجموع	

a. Dependent Variable: CS

b. Predictors: (Constant), RC



د. خالد عبد الواحد النخاط/ جامعة بنغازي ؛ د. أكرم علي زوبي/ جامعة سرت ؛ د.يسرى آدم عبد السلام (المعهد العالي للمعن الإدارية والمالية/بنغازي



## جدول رقم (11) يبين قيمة (B) لاختبار الانحدار

			المعاملات المعيارية	( معيارية	معاملات لا		
الدلالة	t	Beta	الخطاء المعياري	В	النموذج		
.426	803		.487	391	(الثابت)	1	
.000	8.222	.771	.127	1.043	RC		

a. Dependent Variable: CS

فى النتائج المتوصل إليها فى الجدولان السابقان يتبين فى النموذج الوحيد أن الأثر بين المتغيران ذو دلالة معنوية عند مستوي 0.05، وبالتالى يمكن صياغة معادلة الانحدار بالنموذج التالى:

$$CS = -0.391 + 1.043 RC$$

و هذا يشير إلى أن التغير بمقدار (1) في رأس المال العلاقاتي (RC) سوف يحدث تغير قدره (1.043) في P value >  $0.05 = \alpha$  المتغير التابع التفوق التنافسي (CS)، كما أن قيمة الدلالة أقل من مستوي المعنوية (  $\alpha$  )، و بناء عليه لا ترفض الفرضية الفرعية الثالثة المتعلقة بالفرضية الرئيسية ، في المقابل ترفض الفرضيات الفرعية الأولى و الثانية، و أجمالا لا ترفض الفرضية الرئيسية .

#### 14. الخاتمة:

استعرضت هذه الدراسة العلاقات والأثر بين كلا من رأس المال المعرفي بمكوناته والتفوق التنافسي من خلال استخدام معامل الارتباط لبيرسون لقياس العلاقة بين المتغيرات والانحدار الخطي البسيط لقياس الأثر -في حالة وجود علاقة -لمتغيران (مستقل وتابع)، والانحدار الخطي المتعدد التدريجي في حالة وجود أكثر من متغيرين، وعليه فقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن هناك علاقة ارتباط قوية موجبة بين رأس المال المعرفي (IC) والتفوق التنافسي (CS) مما يدل على إن لرأس المال المعرفي دور رئيسي في تحقيق التفوق التنافسي، وهذا ما تم تأييده من خلال عملية اختبار الفرضية الرئيسية، حيث تبين إن قيمة معامل الارتباط (0.775)، وان قيمة الدلالة اقل من مستوى المعنوبة (P < 0.05).
- حما تبین من خلال تحلیل البیانات أن هناك أثر لراس المال المعرفي (IC) على التفوق التنافسي (CS) حیث تبین أن التغیر بمقدار (1) في رأس المال المعرفي (IC) سوف یحدث تغیر قدره (CS) في المتغیر التابع التفوق التنافسي (CS)، كما أن قیمة الدلالة أقل من مستوي المعنویة (P value >  $0.05 = \alpha$ ).
- تبين أيضا وجود علاقة ارتباط قوية وموجبة بين مكونات رأس المال المعرفي (IC) -رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس المال العلاقاتي والتفوق التنافسي(CS)، وأن أثر التغير بمقدار (1) في رأس المال العلاقاتي (RC) سوف يحدث تغير قدره (1.043) في المتغير التابع التفوق التنافسي (CS) بينما استبعد كل من رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي لان هذا النموذج (الانحدار التدريجي) يأخذ أعلى علاقة ارتباط.





وأخيراً يمكن طرح بعض المقترحات والتوصيات التي من شأنها أن تسهم بشكل أو بأخر في أحداث تغيير اليجابي والاستفادة من رأس المال المعرفي بأبعاده المختلفة في تحقيق تفوق تنافسي يعزز من قدرة المنظمات على النمو والبقاء وذلك على النحو التالى:

- يتوجب على المنظمات الاستفادة من رأسمالها المعرفي باعتباره أصل غير مادي وتقديم الدعم والمساندة له من خلال توفير جميع الاحتياجات من أجهزة ومعدات والمناخ الملائم والحوافز المادية والمعنوية لحثهم على الإبداع والابتكار مما ينعكس ايجابيا على أداء المنظمة وتحقيقها مزايا تنافسية.
  - الاهتمام بالاستثمار المعرفي وبرامج لتدريب وتطوير العاملين مما يسهم في زيادة الكفاءة والخبرة لديهم والذي بدوره يسهم في تحقيق تفوق تنافسي.
- أجراء بحوث مستقبلية تتناول رأس المال المعرفي من جوانب أخرى منها سبل تنميته وعلاقته بمتغيرات أخرى لم تتطرق أليها هذه الدراسة.

## قائمة المراجع:

## المراجع العربية:

- بلوناس، عبد الله وأمينة قذايفة (2009)، دور رأس المال المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، المؤتمر العلمي الثالث: إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن.
- بيومي، الشيمى (2007) "دعم القدرة التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة"، الإدارة العامة لتنمية صادرات المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وزارة التجارة والصناعة، جمهورية مصر العربية.
- ثائر محمود رشيد وإيناس محد رشيد (2013) "استراتيجية دعم الصناعات الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية العربية السعودية مع إشارة إلى تجربة العراق"، مجلة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 5 العدد 10.
- الجرادات، عمر وفاطمة السامري، ونورا جاد الله (2012) رأس المال المعرفي ودوره في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة دائرة الضرائب الأردنية، المجلة الأوربية للأبحاث العلمية"، المجلد 69 العدد 3.
  - جونز (2001) إدارة الاستراتيجية مدخل متكامل، ترجمة رفاعي الرفاعي، دار المريخ، السعودية.
- حبّاينة، مجد (2007) دور رأس المال المعرفي في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة، دراسة مقارنة بين اتصالات الجزائر (AT) واورسكوم تيليكوم الجزائر (OTA)، رسالة ماجستير، جامعة سعد دحلب، الجزائر.
- الحدراوي، حامد كريم (2007) الريادة كمدخل لمنظمات الإعمال المعاصرة في ظل تبني مفهوم رأس المال المعرفي: دراسة ميدانية في مستشفي بغداد التعليمي، الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، السنة التاسعة، العدد السابع والعشرون، 85 –128.
- الحسيني، أحمد خليل وكامل شكير الوطيفي وعبد الخالق دبي الجبوري (2013)، إدارة الجودة الشاملة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في مصنع المحاقن الطبية في بابل، مجلة جامعة بابل، العلوم الإنسانية، 21، 4.







- شعبان، مصطفى رجب (2011) رأس المال المعرفي ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال، ماجستير إدارة أعمال، الجامعة الإسلامية عزة.
- شعبان، مصطفي رجب، رأس المال المعرفي ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الاسلامية غزة، كلية التجارة، 2011.
- الصفار، احمد عبد إسماعيل (2008)، تأثير راس المال البشري في الأداء المصرفي دراسة تحليلية لآراء عينة من موظفي المصارف التجارية الأردنية، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد السبعون.
- الطائي، محمد عبد حسين ونعمة عباس خضير الحفاجي (2009) <u>نظم المعلومات الإستراتيجية</u> منظور الميزة الاستراتيجية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.
  - عبد الباقي روابح، ياسين تريكي (2009)، رأس المال المعرفي وتحديات العولمة، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009، WWW.hrdisscussion.Com
- عبد الحميد، عفاف السيد بدوي (2012) ، رؤية إستراتيجية لرأس المال المعرفي ودوره في تحقيق الميزة التنافسية -دراسة ميدانية قسم المحاسبة بكلية التجارة جامعة الأزهر.
- عبد المنعم، أسامة وعبد الوهاب المطارنة (2009)، رأس المال المعرفي وأثره على الإبداع والتفوق المؤسسي في الشركات الصناعية الأردنية، مجلة أبحاث الاقتصادية والإدارية، العدد السادس ديسمبر 2009، جامعة الزرقاء الخاصة، الأردن.
  - عبد المنعم، اسامة (2009) رأس المال المعرفي وأثره على منشآت الأعمال الصناعية دراسة حالة شركة الألبسة الجاهزة الأردنية، الاردن.
- العدوان، عاطف وسحر سليمان (2012) رأس المال المعرفي ودوره في تحقيق الإبداع المنظمي، دراسة ميدانية في شركات التأمين الأردنية، دراسات العلوم الإدارية، المجّلد 39، العدد 2.
- العربي، تيقاوي (2006)، دور حاضنات الأعمال في بناء القدرات التنافسية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة -كنموذج للمقاولاتية -من وجهة نظر العاملين، المؤتمر العربي الأول للمناولة الصناعية،12-15 سبتمبر 2006، الجزائر.
- الغرير، موسى وشادي بيطار ومعتصم إسماعيل، (2014) دور رأس المال المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية الشركات الاتصالات في سورية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية-سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (63) العدد (3).
- الفتلاوي، ميثاق هاتف، حسين فلاح ورد ومحمود فهد عبد علي، (2004–2006) دور رأس المال المعرفي في خلق الميزة التنافسية دراسة ميدانية في شركات قطاع الاستثمار المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية للمدة "، مجلة الإدارة والاقتصاد، 2، 7.
- فرحاتي، لويزة (2016) دور رأس المال المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة باتنة رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير تخصص : تنظيم الموارد البشرية.





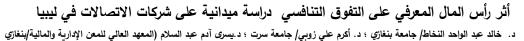
كاظم، سناء جواد (2013) دور رأس المال البشري في اختيار استراتيجيات التغيير المناسب دراسة استطلاعية لأراء مدراء عينة من المصارف الحكومية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 15، العدد 3، 2013، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة القادسية.

- مسودة، سناء (2011)، مدى توفر متطلبات رأس المال المعرفي (البشري، الهيكلي، الزبوني) لتحقيق الميزة التنافسية ومعوقات توفرها دراسة ميدانية في قطع الصناعات الدوائية الأردنية، مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الإنسانية المجلد25، العدد4، 2011، جامعة الأردن.
- ناصر، مراد (2008)، الاستثمار في رأس المال المعرفي مدخل لتحقيق التنمية الاقتصادية في الدول العربية، مجلة الدراسات الاقتصادية، يصدرها مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، الجزائر، العدد العاشر 73.

## المراجع الأجنبية:

- Birasnav, M., S. Rangnekar and A. Dalpati (2011), "Transformational leadership and human capital benefits: The role of knowledge management," <u>Leadership & Organization Development Journal</u> **32**(2): 106-126.
- Bontis, N. (2001), "Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital," <u>International journal of management reviews</u> **3**(1): 41-60.
- Botham, R. and B. Downes (1999), "Industrial clusters: Scotland's route to economic success," Scottish Affairs **29**(1): 43-58.
- Carpenter, M. A., W. G. Sanders and H. B. Gregersen (2001), "Bundling human capital with organizational context: The impact of international assignment experience on multinational firm performance and CEO pay," <u>Academy of Management Journal</u> **44**(3): 493-511.
- Chen, J., Z. Zhu and H. Yuan Xie (2004), "Measuring intellectual capital: a new model and empirical study," <u>Journal of Intellectual Capital</u> **5**(1): 195-212.
- Cousins, P. D., R. B. Handfield, B. Lawson and K. J. Petersen (2006), "Creating supply chain relational capital: the impact of formal and informal socialization processes," <u>Journal of operations management</u> **24**(6): 851-863.
- Fazli, S., M. Hooshangi and A. Hosseini (2013), "The relationship between relational capital and buyer performance," <u>International Research Journal of Applied and Basic Sciences</u> **5**(4): 436-440.
- Johnson, G., K. Scholes and R. Whittington (2008), <u>Exploring corporate strategy:</u> text & cases, Pearson Education







- Johnson, W. H. (1999), "An integrative taxonomy of intellectual capital: measuring the stock and flow of intellectual capital components in the firm,"

  International journal of technology management **18**(5-8): 562-575.
- Kor, Y. Y. and C. Sundaramurthy (2009), "Experience-based human capital and social capital of outside directors," <u>Journal of Management</u> **35**(4): 981-1006.
- Lund Vinding, A. (2006), "Absorptive capacity and innovative performance: A human capital approach," <u>Economics of innovation and New Technology</u> **15**(4-5): 507-517.
- Marr, B. (2004), "Measuring intangible assets—the state of the art," <u>Measuring</u>

  <u>Business Excellence</u> **8**(1).
- Mouritsen, J., H. T. Larsen and P. N. Bukh (2001), "Intellectual capital and the 'capable firm': narrating, visualising and numbering for managing knowledge," Accounting, Organizations and Society **26**(7-8): 735-762.
- Ohlson, J. A. (1995), "Earnings, book values, and dividends in equity valuation,"

  <u>Contemporary Accounting Research</u> **11**(2): 661-687.
- --- (2001), "Earnings, book values, and dividends in equity valuation: An empirical perspective," <u>Contemporary Accounting Research</u> **18**(1): 107-120.
- Ordóñez de Pablos, P. (2004), "Measuring and reporting structural capital: Lessons from European learning firms," <u>Journal of Intellectual Capital</u> **5**(4): 629-647.
- Roos, G., A. Bainbridge and K. Jacobsen (2001), "Intellectual capital analysis as a strategic tool," <u>Strategy & Leadership</u> **29**(4): 21-26.
- Stewart, T. (1998). Intellectual Capital Nicholas Brealey Publishing, London.
- Wozniak, G. D. (1984), "The adoption of interrelated innovations: A human capital approach," The Review of Economics and Statistics: 70-79.



					رأس المال المعرفي Intellectual Capital											
	الأهمية النسبية	الانحراف	المتوسط					الإجابات						Human Capitalرأس المال البشري		
الترتيب		المعياري	الحسابي	حدث	•	را.		يانا		البا		ئما		(HC)	ت	المكونات
				%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد			
5	69%	1.031	3.46	6.3	3	8.3	4	31.3	15	41.7	20	12.5	6	يتم الاحتفاظ بالموظفين ذوي المهارات والمعارف المتنوعة ومشاركتها بين	1	
				0.5	3	0.5	4	31.3	13	41.7	20	12.3	U	والمعارف المدنوعة والمداركة بين القدامي والجدد	1	ال ـ فة
	60%													إشراك الموظفين في دورات تدريبية لتنمية		المعرفة
8	0070	1.255	3.00	14.6	7	22.9	11	20.8	10	31.3	15	10.4	5	معارفهم ومهاراتهم ومن ثم وضع الرجل المناسب في المكان المناسب	2	
3	74%	.824	3.71			6.3	3	33.3	16	43.8	21	16.7	8	يمتلك العاملين خبرات طويلة في مجالات	1	
														أعمالهم والاستفادة منها لدى الشركة العدد الكافي من العاملين ذوي		الخبرة
2	76%	.849	3.79			6.3	3	29.2	14	43.8	21	20.8	10	الخبرة والمساهمة في تقديم حلول متميزة	2	العملية
		.047	3.17			0.3	٦	27.2	17	73.0	21	20.0	10	للمشاكل	2	
	82%													لدى موظفي الشركة القدرات والمهارات		
1	0270	.751	4.10			4.2	2	10.4	5	56.3	27	29.2	14	على تحمل المسؤوليات والحرص على أداء الأعمال بطريقة صحيحة	1	
														تركز الشركة على التدريب والتطوير		المهارات والقدرات
6	67%	1.176	3.35	8.3	4	10.4	5	39.6	19	20.8	10	20.8	10	كأساس لاكتساب المهارات والقدرات	2	واعدرات
		1.170	3.33	0.5		10.1	5	37.0		20.0	10	20.0		الإبداعية للتكيف مع ضغوط العمل		
	67%													يمتلك الموظفين القدرة على توليد الأفكار		
7	0770	1.243	3.33	8.3	4	16.7	8	31.3	15	20.8	10	22.9	11	القيام بحل المشاكل يتم تحفيز هم وتشجيعهم	1	
	<b>5</b> 00/													للمشاركة في الأفكار الجديدة		الابتكار
4	70%	.968	3.50	2.1	1	14.6	7	27.1	13	43.8	21	12.5	6	يمتلك الموظفين القدرة والشجاعة للقيام بأعمال الابتكار وتطوير العمل	2	
	71%	.716	3.53											المتوسط العام		

	_									Inte	llectua	ر <b>في</b> tal	رأس المال المعر					
11	الانحراف الأهمية				.,	1 1	1.	ابات	٠,	1 1 1	1.	ما ا	:1	Structural Capitalرأس المال الهيكلي				
الترتيب	النسبية	المعياري	الحسابي	دث %	العدد ا	ر ا %	ىاد العدد	بانا %	احد احد	البا %	عا العدد	ما %	داد العدد	(SC)	ت	المكونات		
3	74%	1.071	3.71	2.1	1	10.4	5	31.3	15	27.1	13	29.2	14	تتوفر نظم معلومات وقواعد بيانات متكاملة تتضمن معلومات عن كل الأنشطة ومتاحة لكافة المستويات الإدارية لاستخدامها في اتخاذ القرارات وأداء الأعمال	1	أنظمة المعلومات		
2	78%	.831	3.90			6.3	3	20.8	10	50.0	24	22.9	11	تمتاز نظم المعلومات وقواعد البيانات بتطورها ومواكبتها للتطورات والعمل على تحديثها بصفة مستمرة	2	وقواعد البيانات		
8	68%	1.048	3.42	2.1	1	16.7	8	37.5	18	25.0	12	18.8	9	لدي الشركة هيكل تنظيمي مرن يسمح الموظفين بالقيام بأعمالهم بحرية عن طريق تفويضات واسعة في السلطات	1	الهيكل		
1	80%	1.101	4.02	2.1	1	10.4	5	14.6	7	29.2	14	43.8	21	يوضح الهيكل التنظيمي العلاقات الوظيفية بين الرؤساء والمرؤوسين في جميع المستويات الإدارية	2	التنظيمي		
4	73%	1.155	3.67			18.8	9	31.3	15	14.6	7	35.4	17	نقوم الشركة بمراجعة وتقييم عملياتها الإدارية وتطويرها بصفة مستمرة للتقليل من الأخطاء وتحقيق الأداء المتميز	1	العمليات		
5	71%	1.201	3.56	8.3	4	6.3	3	33.3	16	25.0	12	27.1	13	تقارن الشركة أداء عملياتها مع الشركات الممثلة بهدف تحسين الأداء	2	الإدارية		
7	71%	1.219	3.56	4.2	2	16.7	8	29.2	14	18.8	9	31.3	15	يتم وضع السياسات اللازمة لتسهيل العمليات وتنفيذها بكفاءة وفاعلية وشرحها للعاملين بوضوح	1	السياسات العامة		
6	71%	1.202	3.54	6.3	3	12.5	6	29.2	14	25.0	12	27.1	13	تسمح السياسات باستقطاب الموارد البشرية ذات المهارات التقنية والقدرات الإبداعية	2	العامه		
	73%	.810	3.67											المتوسط العام				

					رأس المال المعرفي Intellectual Capital											
	الأهمية	_						ابات	•		RC) Relational)رأس مال العلاقات	ت				
الترتيب	المعياري النسبية الترتيب		الحسابي		لا يحدث		نادرا		أحيانا		غ	دائما		Capital		المكونات
				%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	-		
1	81%	.885	4.06			6.3	3	16.7	8	41.7	20	35.4	17	تسعى الشركة إلى رضا وولاء عملائها والمحافظة على علاقات متينة معهم	1	
2	79%	.836	3.94					37.5	18	31.3	15	31.3	15	تهتم الشركة بمعرفة احتياجات ومتطلبات عملائها وحل أي إشكاليات معهم	2	العلاقة
7	70%	1.072	3.50	6.3	3	10.4	5	25.0	12	43.8	21	14.6	7	تغطي مراكز الخدمات جميع المناطق وتسعى الى تابية متطلبات ورغبات العملاء	3	مع العملاء
8	70%	1.111	3.48	2.1	1	20.8	10	25.0	12	31.3	15	20.8	10	توفر الشركة لعملائها إمكانية طلب أو تفعيل أو الغاء الخدمات المطلوبة الكترونيا وبأقل وقت ممكن	4	
6	73%	1.064	3.63	4.2	2	10.4	5	25.0	12	39.6	19	20.8	10	تعطي الشركة وقتا طويلا نسبيا لاختيار مورديها	1	
3	79%	1.210	3.94	6.3	3	8.3	4	12.5	6	31.3	15	41.7	20	تهدف الشركة إلى الحفاظ على علاقات طويلة الأجل مع مورديها مع الحرص على سداد مستحقاتهم	2	العلاقة مع
4	78%	1.178	3.88	8.3	4	4.2	2	12.5	6	41.7	20	33.3	16	لدي الشركة سجلات تحتوي كافة البيانات حول مورديها ويتم تحديثها بصفة مستمرة	3	الموردين
5	76%	1.148	3.79	8.3	4	2.1	1	20.8	10	39.6	19	29.2	14	تفوض الشركة لتنفيذ بعض الوظائف الثانوية إلى موردين مختصين	4	
	76%	.695	3.78											المتوسط العام		

				التفوق التنافسي (Competitive Superiority (CS)												
	الانحراف الأهمية		المتوسط			الإجابات										مكونات
الترتيب	النسبية	المعياري	الحسابي	حدث	لا يـ	را	ناد	يانا	أح	البا	غ	ئما	دا	فقرات التفوق التنافسي	ت	التفوق
				%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد			التنافسي
2	75.4%	1.016	3.771	2.1	1	8.3	4	27.1	13	35.4	17	27.1	13	تقدم الشركة خدمات عالية الجودة تلبي رغبات العملاء وطبقا لمواصفات ومعايير الجودة	1	الجودة
3	75.0%	1.229	3.750	6.3	3	12.5	6	14.6	7	33.3	16	33.3	16	يتم اختيار الموردين على أساس الجودة بغية التحسين المستمر	2	
4	74.6%	1.005	3.729	2.1	1	10.4	5	22.9	11	41.7	20	22.9	11	لدي الشركة القدرة على الاستجابة لرغبات العملاء وجعل خدماتها ذات جودة عالية	1	
8	64.6%	1.325	3.229	12.5	6	18.8	9	22.9	11	25.0	12	20.8	10	يتم إجراء بحوث التسويق للتعرف على رغبات العملاء ووضع الخطط والسياسات لمواجهة التغيرات في الرغبات	2	المرونة
6	67.1%	1.158	3.354	6.3	3	16.7	8	31.3	15	27.1	13	18.8	9	توجد ثقافة تنظيمية تساعد في تطوير الخدمات المقدمة للعملاء بما يتميز عن المنافسون وتأمين فرص التمايز	1	التمايز
1	77.1%	0.922	3.854			8.3	4	25.0	12	39.6	19	27.1	13	يتم استخدام تقنية المعلومات وتحديثها باستمرار لمواكبة التطورات للمساعدة في تطوير وتنويع الخدمات المقدمة	2	اسمير

7	66.3%	1.223	3.313	8.3	4	18.8	9	25.0	12	29.2	14	18.8	9	دعم أنشطة البحث والتطوير ونظم المعلومات الإدارية بهدف تقديم خدمات بتكاليف إدارية وتشغيلية منخفضة	الكفاءة
4	67.5%	1.282	3.375	12.5	6	8.3	4	31.3	15	25.0	12	22.9	11	تبني طرق وأساليب التطوير والتقنية الحديثة للإنجاز العمليات التشغيلية والإدارية	الكفاعة
	70.9%	0.940	3.547											المتوسط العام	