



المؤتمر العلمي الدولي السنوي السابع لكلية الاقتصاد بجامعة المرقب
رأس المال الفكري والاقتصاد القائم على المعرفة الواقع واستشراف المستقبل:
الاقتصاد الليبي ما بعد النفط

الخميس/ ليبيا: 14-15 نوفمبر 2023

الرأس المال الفكري ودوره في بناء الميزة التنافسية لمؤسسات القطاع العام
"دراسة تطبيقية على شركة المدار الجديد للاتصالات بمدينة بنغازي"

د. عائشة الهادي محمد ابو عبدالله

كلية الاقتصاد العجيلات بجامعة الزاوية

aishahdei6@gmail.com

د. مبروكة عبدالله حديدان الخفيفي

كلية الاقتصاد - جامعة بنغازي

shahed20062099@yahoo.com

المستخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر رأس المال الفكري على الميزة التنافسية في شركة المدار الجديد للاتصالات بمدينة بنغازي ، ولتحقيق أهداف الدراسة ، أتبع الباحثان المنهج الوصفي التحليلي ، واستخدما أستماره الاستبيان كأداة رئيسية في تجميع البيانات، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع الموظفين في الشركة محل الدراسة والبالغ قوامه (250) موظفا ، قام الباحثان بسحب عينة عشوائية عددها (50) مفردة ، واستخدام برنامج الحزم الإحصائية (SPSS) في تحليل البيانات، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، أهمها : إن مستوى ابعاد الثلاثة للرأس المال الفكري في الشركة الخاضعة للدراسة كان مرتفعا ، وأن مستوى الميزة التنافسية في الشركة محل الدراسة كان مرتفع ومرتبطة ارتباطا قويا بكل ابعاد رأس المال الفكري المدروسة، وكذلك وجود اثر قوي ذو دلالة احصائية بين ابعاد رأس المال الفكري مجتمعة (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس مال العلاقات) على الميزة التنافسية ، وكذلك وجود اثر قوي لكل بعد من ابعاد رأس المال الفكري على الميزة التنافسية بمستوى تأثير ذو دلالة معنوية عالية ، كما قدمت الدراسة عدة توصيات التي من المؤمل أن تسهم في تفعل اثر الرأس المال الفكري في زيادة الميزة التنافسية بالشركة محل الدراسة.

الكلمات الدالة: الرأس المال الفكري، الميزة التنافسية، شركة المدار الجديد.

Abstract

The study aimed to identify the impact of intellectual capital on the competitive advantage in Al-Madar Al-Jadeed Telecommunications Company in the city of Benghazi. To achieve the objectives of the study, The study population consisted of all employees, which consisted of (250) employees, from which a simple random sample of (42) employees was selected, The researchers used the questionnaire as a means of collecting data necessary for the practical aspect of the study, and to analyze the data of the study used the Statistical Program of Social Sciences (SPSS).

The study found that: the most important of which are: that the level of the three dimensions of intellectual capital in the company under study was high, and that the level of competitive advantage in the company under study was high and strongly linked to all dimensions of intellectual capital studied, as well as the presence of a strong, statistically significant effect. between the dimensions of intellectual capital combined (human capital, structural capital, relationship capital) on competitive advantage, as well as the presence of a strong impact for each dimension of intellectual capital on competitive advantage with a level of influence with high moral significance. The study also presented several recommendations that It is hoped that it will contribute to activating the impact of intellectual capital in increasing the competitive advantage of the company under study.

Key words: Intellectual Capital, Competitive Advantage, Al-Madar Al-Jadeed Company

الاطار العام:

1.1 مقدمة :

يعد الاهتمام برأس المال الفكري أحد أبرز التحديات التي تواجه المنظمات، وذلك بسبب الحاجة الملحة إلى تنظيم كل من الابتكار والإبداع والعمل المعرفي تنظيمياً علمياً، حيث يركز رأس المال الفكري على الطاقات الابتكارية والإبداعية الموجودة لدى الموارد البشرية في المنظمة، وكيفية اكتشافها واستثمارها والمحافظة عليها، باعتبار أن المنظمات المعاصرة تنظر إلى مواردها البشرية على أنها أعلى الموارد وأكثر أصول المنظمة قيمة، أي إنه عندما تتطور الأسواق والتكنولوجيا، ويزداد المنافسون، وتصبح الخدمات متقدمة، فإن المنظمات الناجحة هي تلك التي تنشئ رأس مال فكري، ثم تنشره عن طريق التعلم بشكل موسع في جميع أنحاء المنظمة، خصوصاً وأن المنافسة التي كانت تقوم على عوامل الإنتاج المادية أصبحت الآن تقوم على رأس المال الفكري، الذي يعد آخر مصادر الميزة التنافسية وأهمها، وذلك لصعوبة تقليده وبطء تقدمه، ولأنه هو المحرك الأساسي لرأس المال المادي في ظل الاقتصاد القائم على المعرفة . (حسين بوزناق، 2018)

ركزت هذه الدراسة على موضوع رأس المال الفكري ودوره في بناء ميزة تنافسية لمؤسسات القطاع العام، وكطبيق عملي تم اختيار قطاع الاتصالات في البيئة الليبية ممثلاً في شركة المدار الجديد للاتصالات في مدينة بنغازي .

1.2 الدراسات السابقة:

أولاً: .: دراسة (بيصار، 2017)، بعنوان دور الاستثمار في رأس المال الفكري في تحقيق الأداء المتميز لمنظمات الأعمال، دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية المسيلة، الجزائر . تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المكونات الرئيسية للاستثمار في رأس المال الفكري وكذلك الأداء المتميز، من خلال التعرف على مدى اهتمام المؤسسة محل الدراسة ببناء وتنمية رأس المال الفكري وتحديد طبيعة العلاقة بين المكونات الرئيسية للاستثمار في رأس مالها الفكري، ولتحقيق أهداف الدراسة وفق المنهج الوصفي التحليلي، فقد تم جمع ومعالجة وتحليل آراء (141) موظفاً من الموظفين الإداريين في مجموعة من المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة والبالغ عددهم (90) مؤسسة، وتم جمع البيانات عن طريق استمارة استبيان، وبعد عملية التحليل توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها : أن العناصر الأساسية والتي تتعلق بالموظفين والإدارة والزبائن، أي أن مكونات رأس المال الفكري تشمل رأس المال البشري، والهيكل، والزبوني. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستثمار في رأس المال الفكري

بمكوناته (البشري، الهيكلي، الزبوني) وتحقيق الأداء المتميز للمؤسسات محل الدراسة. توجد اهتمام متزايد للمؤسسات الاقتصادية محل الدراسة بالاستثمار في رأس المال الفكري من أجل الوصول نحو تحقيق الأداء المتميز. ثانياً: - دراسة الروسان والعجلوني (2010)، بعنوان أثر رأس المال الفكري في الإبداع في المصارف الأردنية (دراسة ميدانية) هدفت الدراسة إلى الوقوف على مدى الاهتمام الذي توليه المصارف الأردنية لرأس المال الفكري من حيث أبعاده الخمسة (الصناعة والاستقطاب والتنشيط والمحافظة والاهتمام بالزبائن)، وعلاقة هذه الأبعاد بالإبداع لدى العاملين بالمصارف، وتوصلت الدراسة إلى أن الاهتمام برأس المال الفكري لا يزال محدوداً، وأن هناك تأثيراً إيجابياً لكل من الأبعاد (الصناعة والتنشيط والمحافظة) مع الإبداع، في حين غابت العلاقة الإيجابية لكل من (الاستقطاب والاهتمام بالزبائن) في تنمية الإبداعات. وقدمت الدراسة توصيات أبرزها ضرورة الاهتمام بالموجودات الفكرية وإعطاء جهود التنمية بعداً استراتيجياً.

ثالثاً: - دراسة (عبد الحميد، 2012): بعنوان رؤية استراتيجية لرأس المال ودوره في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على شركة الاتصالات المصرية، وهدفت إلى التعرف على مدى توفر رأس المال الفكري ومدى الاهتمام به، إضافة إلى التعرف على دوره في تنمية القدرات الإبداعية في شركات الاتصالات و ثم خلق قيمة مضافة تحقق الميزة التنافسية من خلال تفسير علاقة الارتباط بين رأس المال الفكري بأبعاده المختلفة وبين الميزة التنافسية بالشركة المبحوثة. واستخلصت الدراسة أن رأس المال الفكري، والعمل على استقطاب وصناعة وتنشيط رأس المال الفكري، ودعم استمراره وتجده.

1.3 مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

نظراً لما تعانيه الشركة من تدني في مستوى الخدمات المقدمة والمتمثل في: (ارتفاع أسعار الخدمات، ضعف الخدمات، عدم وصول الخدمات إلى كل المدن الليبية)، وذلك وفق ما أشار إليه رئيس مجلس إدارة الشركة في حوار مع موقع مراسلون إن أسعار الاتصالات في ليبيا متوسطة وليست رخيصة إذ ما قورنت بدول الجوار (16-02-2018) (www.afrigatenews.net/node2018)

ومن هذا المنطلق فإن الشركة محل الدراسة أمام تحد كبير باتجاه التكيف مع البيئة ومدى قدرتها على بناء ميزة تنافسية، خصوصاً في ظل الانفتاح العالمي والتحول إلى اقتصاد المعرفة، ودخول شركات عالمية منافسة لها مستقبلاً. لذا أصبح من الضروري توجيه اهتمام المسؤولين بالشركة محل الدراسة إلى أهمية امتلاكهم لرأس مال فكري، والعمل على تحقيقه وإدارته باعتباره المفتاح الرئيسي للنجاح، والذي بدوره قد يسهم في بناء ميزة تنافسية تمكنها من البقاء والنمو والتطور في المستقبل. عليه يمكن أن تتضح مشكلة الدراسة من خلال التساؤل الرئيسي التالي: ما هو الدور الذي يؤديه رأس المال الفكري في تحقيق ريادة الأعمال لشركات الاتصالات في ليبيا؟

و انبثق من هذا السؤال الاسئلة الفرعية التالية:

1. ما مستوى توفر المكونات الرئيسية للراس المال الفكري الثلاثة (راس المال البشري، راس المال الهيكلي، راس مال العلاقات العامة) في الشركة محل الدراسة.
2. ما دور رأس المال الفكري بمكوناته الثلاثة على توفر الميزة التنافسية في الشركة محل الدراسة.
- 1.4 أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف منها الآتي :-

1. الكشف عن مدى توفر عناصر الميزة التنافسية في الشركة محل الدراسة

2. التعرف على مدى توفر مكونات الأساسية لتحقيق وإدارة رأس المال الفكري (راس المال البشري، الهيكلي، العلاقات العامة) في الشركة محل الدراسة.

3. تحديد الدور الذي يؤديه رأس المال الفكري في بناء الميزة التنافسية للشركات محل الدراسة.

4. تقديم أفكار وآراء جديدة فيما يخص الاقتصاد المعرفي وأهم إسهاماته في تحقيق ميزة تنافسية لشركات الاتصالات المحلية .

1.5 فرضيات الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على عدة فرضيات :

الفرضية الرئيسية: يوجد دور ذو دلالة احصائية بين لرأس المال الفكري بمكوناته الثلاثة (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس مال العلاقات) على بناء الميزة التنافسية ببعديها (القيمة المدركة لدى الزبون، التميز) للشركات محل الدراسة .

ويتفرع من الفرضية الرئيسية ثلاث فرضيات الفرعية الآتية :

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد دور ذو دلالة احصائية لرأس المال البشري على بناء الميزة التنافسية ببعديها (القيمة المدركة لدى الزبون، التميز) للشركات محل الدراسة .

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد دور ذو دلالة احصائية لرأس المال الهيكلي على بناء الميزة التنافسية ببعديها (القيمة المدركة لدى الزبون، التميز) للشركات محل الدراسة .

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد دور ذو دلالة احصائية لرأس مال العلاقات على بناء الميزة التنافسية ببعديها (القيمة المدركة لدى الزبون، التميز) للشركات محل الدراسة .

1.6 متغيرات الدراسة :

- المتغير المستقل : والمتمثل في رأس المال الفكري ويضم ثلاث متغيرات تعبر عن مكونات رأس المال الفكري:

1. متغير رأس المال البشري: ويشمل أبعاد (المعرفة والخبرة، الإبداع والابتكار، المهارات والقدرات).

2. متغير رأس المال الهيكلي: ويشمل أبعاد: (السياسات، الإجراءات، البرامج، العمليات الإدارية، نظم المعلومات) .

3. متغير رأس مال العلاقات : ويشمل على أبعاد : (العلاء، المنافسين المحتملين، التحالفات الاستراتيجية).

المتغير التابع : والمتمثل في بناء الميزة التنافسية ويضم بعدين هما (القيمة المدركة لدى الزبون، التميز) .

1.7 أهمية الدراسة :

تستمد هذه الدراسة أهميتها من عدة اعتبارات نذكرها فيما يلي :

1. أهمية قطاع الاتصالات ودوره في العملية التنموية، حيث تولى الدولة هذا القطاع أهمية كبيرة تتمثل في الدعم المادي والمعنوي له، اعترافاً بدوره في نشر المعلومات وتطوير المعرفة، ولما له من أدوار مجتمعية رائدة خصوصاً من الناحية التكنولوجية والمعرفية، وبالتالي فإنه تطبيقه في قطاع الاتصالات يعد خطوة تجاه تبينه في نطاق واسع يشمل جميع القطاعات .

2. الأهمية المتنامية لمفهوم رأس المال الفكري باعتباره مورداً استراتيجياً ومصدراً مهماً للربحية وداعماً أساسياً لريادة الأعمال، وارتباطه بشكل وثيق بظهور اقتصاد المعرفة، وذلك لتحقيق فهم واع، وأدرك لمفهومه وتحقيق إدارته وتطبيقه في شركات الاتصالات المحلية .

3. النتائج التي سنتوصل إليها والتي ستجعل مركز القرار في الشركة محل الدراسة تدرك أهمية الاستثمار في رأس

المال الفكري كسبيل لبناء التميز التنافسي في المستقبل .

4. إن هذه الدراسة تمثل إضافة علمية للمكتبة المحلية والعربية، وبالتالي تسد بعض النقص الحاصل في أدبيات هذا الموضوع .

8.1 منهجية الدراسة :

انطلاقاً من طبيعة الدراسة، والإجابة عن تساؤل الدراسة، واختبار فرضياتها، ولتحديد دور رأس المال الفكري في بناء ميزة تنافسية للشركات محل الدراسة، فقد تم استخدام المنهج الوصفي والتحليلي، والذي يعتمد على وصف الظاهرة محل الدراسة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، من خلال جمع المعلومات المتعلقة بالدراسة واستقصاء مظاهرها وعلاقاتها المختلفة، بل يتعداه إلى التحليل والربط والتفسير للوصول إلى نتائج الدراسة .

1.9 مجتمع وعينة الدراسة :

تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين بشركة المدار الجديد للاتصالات بمدينة بنغازي ، والبالغ عددهم (250) مفردة ، تم سحب عينة عشوائية بسيطة بلغ عددهم (50) مفردة.

1.10 حدود الدراسة :

الحدود الموضوعية : اقتصرت هذه الدراسة على قياس دور رأس المال الفكري ودوره في بناء الميزة التنافسية بشركة المدار الجديد للاتصالات بمدينة بنغازي.

الحدود المكانية : اقتصرت هذه الدراسة على شركة المدار الجديد للاتصالات بمدينة بنغازي.

الحدود الزمنية : 2022 – 2023 .

2. الإطار النظري :

1.2 مفهوم رأس المال الفكري

يعتبر (Ralph Stayer) الذي كان يعمل مديراً لشركة جونسون فيلي للأطعمة ، أول من أطلق عبارة رأس المال الفكري منذ بداية تسعينيات القرن الماضي حيث قال " في السابق كانت المصادر الطبيعية أهم مكونات الثروة الوطنية وأهم موجودات الشركات ، بعد ذلك أصبح رأس المال متمثلاً في النقد والموجودات الثابتة هما أهم مكونات الشركات والمجتمع ، أما الآن فقد حل محل المصادر الطبيعية والنقد والموجودات الثابتة رأس المال الفكري الذي يعد أهم مكونات الثروة الوطنية وأعلى موجودات الشركات (عادل حرشوش ، 2007)." كما يشير الي أن هناك تبايناً في آراء الكتاب والباحثين حول تحديد واضح لتعريف رأس المال الفكري ويمكن نذكر نماذج لهذه التعريفات وفق الآتي (عبد الله بلوناس ، 2009)

ويرى الباحث من خلال عرض نماذج التعريفات السابقة أنها ركزت على أن رأس المال الفكري مرتبط بالمعرفة والمهارات والخبرات والإبداع في قدرات العاملين بمنظمات الأعمال بحيث يساعد في أداء الوظائف وخلق قيمة مضافة تزيد القدرة التنافسية لتلك المنظمات ويكون محورها المعرفة ، والتعلم التنظيمي والابتكار والإبداع .

2.2 أهمية رأس المال الفكري

تتجلى أهمية رأس المال الفكري فيما يلي (Kangarlouei, et al, 2012) :

1. زيادة حجم منظمات الأعمال وتنوعها .

2. ثورة تكنولوجيا المعلومات وظاهرة التحول نحو الاقتصاد المعرفي .

3. تزايد أهمية المعرفة والاقتصاد القائم على المعرفة .

4. تغيير أساليب وأنشطة الاتصال وشبكات العلاقات .

5. ظهور الابتكار والإبداع كأهم محددات للمنافسة .

6. زيادة متطلبات وتوقعات العميل والتوجه نحو زيادة الاهتمام بالقطاع الخدمي .

2.3 الميزة التنافسية

2.3.1 تعريف الميزة التنافسية

أصبح اكتساب الميزة التنافسية أهم مفاتيح النجاح في إطار الاقتصاد الحديث المتميز بالانفتاح، حيث يتمثل الهدف من تحليل تنافسية المؤسسة في تحديد طبيعة الميزة بها عن منافسيها المباشرين بالدرجة الأولى، ثم عن بقية المنافسين في السوق الوطنية والخارجية بدرجة ثانية، مما يسمح لها بالحفاظ على حصتها السوقية وتوسيعها (22Nacer Daddi-Addoun,2007:p).

كما تعرف على أنها : " القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالنوعية الجيدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى (نبيل مرسي، 1998:84) .

هي المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي تتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم المنافسون، ويؤكد تميزها واختلافها عن المنافسين من وجهة العملاء الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز، حيث يحقق لهم المزيد من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه لهم المنافسون الآخرون (السلمي،2001:11) .

كما تعرف الميزة التنافسية على أنها مجال تتمتع فيه المنظمة بقدرة أعلى من منافسيها في استغلال الفرص الخارجية أو الحد من أثر التهديدات، وتنبع الميزة التنافسية من قدرة المنظمة على استغلال مواردها المادية أو البشرية، قد تتعلق بالجودة أو التكنولوجيا أو القدرة على تخفيض التكلفة، أو الكفاءة التسويقية أو الابتكار والتطوير أو وفرة الموارد المالية، أو تميز الفكر الإداري، أو امتلاك موارد بشرية مؤهلة (إدريس، المرسي،2002:88) .

يرى (porter) أن الميزة التنافسية تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا، وبمعنى آخر بمجرد أحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع (porter:2006:p 15)

2.3.2 خصائص الميزة التنافسية

من أهم خصائص الميزة التنافسية ما يلي: (طاهر الغالبي، 2009:309)

1. أن تكون مستمرة ومستدامة بمعنى أن تحقق المؤسسة سبق على المدى الطويل وليس على المدى القصير فقط .
2. إن الميزات التنافسية تتسم بالنسبية مقارنة بالمنافسين أو مقارنتها في فترات زمنية مختلفة وهذه الصفة تجعل فهم الميزات في إطار مطلق صعب التحقيق .
3. أن تكون متجددة وفق معطيات البيئة الخارجية من جهة وقدرة وموارد المؤسسة الداخلية من جهة أخرى .
4. أن تكون مرنة بمعنى يمكن إحلال ميزات تنافسية بأخرى بسهولة ويسر وفق اعتبارات التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية أو تطور موارد وقدرة وجدارات المؤسسة من جهة أخرى.
5. أن يتناسب استخدام هذه الميزات التنافسية مع الأهداف والنتائج التي تريد المؤسسة تحقيقها سواء في المدى القصير أو المدى البعيد.

2.2.3 أنواع الميزة التنافسية

للميزة التنافسية أنواع ومن أشهرها (الزعي، 2005:44):

1. ميزة التكلفة الأقل: يمكن لمؤسسة ما أن تحوز ميزة التكلفة الأقل إذا كانت تكاليفها المترجمة بالأنشطة المنتجة للقيمة أقل من نظيرتها لدى المنافسين، وللحيازة عليها يتم الاستناد إلى مراقبة عوامل تطور التكاليف، حيث أن التحكم الجيد في هذه العوامل مقارنة بالمنافسين يكسب المؤسسة ميزة التكلفة الأقل.
2. ميزة التميز: تتميز المؤسسة عن منافسيها عندما يكون بمقدورها الحيازة على خصائص فريدة تجعل الزبون يتعلق به وحتى يتم الحيازة على هذه الميزة يستند إلى عوامل تدعى بعوامل التفرد.
3. ميزة التركيز: وهي تحديد فئة أو طبقة معينة من السوق والتركيز عليها وخدمتها بشكل مميز ومختلف عن المنافسين.

3. الدراسة الميدانية:

3.1 ثبات أداة الدراسة وصدقها

3.1.1 الصدق:

تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين تكونت من أساتذة الجامعات المتخصصين في تخصص ادارة الاعمال و الإحصائي والبالغ عددهم (5)، من الأساتذة المحكمين حيث قاموا بإبداء آرائهم حول مناسبة فقرات الاستبانة، ومدى انتماء الفقرات إلى كل مجال من مجالات الاستبانة وكذلك مدى وضوح صياغتها اللغوية، ويُشير مفهوم الصدق إلى مدى مناسبة الاستبانة للغرض الذي صممت من أجله، وللتأكد من صدق الاستبانة تم استخدام طريقة الصدق الذاتي أو الإحصائي، ويُقاس بحساب الجذر التربيعي لمعامل ثبات الاختبار، فقد بلغ معامل الصدق (0.97). كما يوضح الجدول (1)، مما يدل على الثقة في صدق مقياس الدراسة وتم تصميمها فعلاً لما يجب قياسه.

3.1.2 ثبات مقياس الدراسة

يقصد بثبات الاستبانة هو الاستقرار في نتائج الاستبانة وعدم تغيرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على الأفراد عدة مرات خلال فترات زمنية معينة، وقد تحقق الباحث من ثبات الاستبانة من خلال معامل الثبات (ألفا كرونباخ) (Cronbach's Alpha) حيث تم حساب معامل الثبات لأسئلة الاستبانة وكانت قيمة المقياس للاستبيان ككل (72 فقرة) 0,98 ، حيث أعطت درجة ثبات كافية تدعو إلى الثقة في كل مجالات الدراسة وذلك كما هو موضح بالجدول الآتي:

جدول (1) ثبات وصدق مقياس الدراسة

| معايير الصدق | معامل الثبات الفا كرونباخ | عدد العبارات | محاور الدراسة |
|--------------|---------------------------|--------------|-------------------------|
| 0.99 | 0.98 | 23 | رأس المال البشري |
| 0.99 | 0.98 | 16 | رأس المال الهيكلي |
| 0.99 | 0.98 | 19 | رأس المال العلاقات |
| 0.99 | 0.98 | 14 | الميزة التنافسية للشركة |
| 0.99 | 0.98 | 72 | الاستبانة ككل |

جدول (2) ميزان درجات مقياس ليكرت الخماسي

| مرتفع جدا | مرتفع | متوسط | منخفض | منخفض جدا | مستوى اتجاه الإجابة |
|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|----------------------|
| 4.20-5 | 3.40-4.10 | 2.60-3.39 | 1.8-2.59 | 1.79 | الوسط الحسابي المرجح |

جدول (2) يوضح مستويات ليكرت الخماسي حسب قيمة الوسط الحسابي المرجح من أجل تفسير النتائج اعتماداً

على هذا الجدول.

3.2 توزيع أستمارة الاستبيان

قام الباحثان بتوزيع عدد (50) استمارة استبيان علي عينة عشوائية من الموظفين في شركة المدار الجديد للاتصالات في مدينة بنغازي واستغرقت مدة توزيع و أستلام الاستمارات مدة شهر ، بغية الحصول علي نسبة أستلام مرتفعة ، ومنح عينة الدراسة الوقت المناسب كي يدلوا ببيانات تتمتع بالدقة والموضوعية، يمكن الوثوق بها و الاعتماد عليها في التحليل الإحصائي .وقد بلغ عدد الاستمارات المستلمة والصالحة للتحليل (43) استمارة، بما نسبته (86%) من عدد الاستمارات الموزعة، وهي نسبة مرتفعة تعطي الثقة في نتائج هذه الدراسة.

3.3 توزيع بيانات الدراسة حسب البيانات الشخصية

جدول (3) توزيع بيانات الدراسة حسب متغير النوع

| المتغير | التصنيف | التكرار | النسبة % |
|---------|---------|---------|----------|
| النوع | ذكر | 39 | 90.7 |
| | أنثى | 4 | 9.3 |
| | المجموع | 43 | 100.0 |

يتضح من الجدول (3) ان عينة الدراسة اغلبيتها كانت من الذكور حيث بلغت نسبة الذكور 99.2 %، هذا يجسد الواقع العملي لطبيعة التوظيف في شركات الاتصالات في ليبيا، و التي تتناسب مع طبيعة العمل جنس الذكور في هذه المؤسسات .

جدول (4) توزيع بيانات الدراسة حسب متغير العمر

| المتغير | التصنيف | التكرار | النسبة % |
|---------|-----------------------------|---------|----------|
| العمر | من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة | 7 | 16.3 |
| | من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة | 20 | 46.5 |
| | من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة | 16 | 37.2 |
| | المجموع | 43 | 100.0 |

يوضح الجدول رقم(4) ان الفئة العمرية من 30 الى اقل من 40 سنة تحصلت على اكبر تكرار بنسبة 46.5 % بينما تحصلت الفئة العمرية من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة على اقل نسبة 16.3 %، و يدل ذلك على ان اغلب موظفي المصرف من الفئة العمرية الشبابية و التي تناسب نشاط العمل في هذه المؤسسة.

جدول (5) توزيع بيانات الدراسة حسب متغير المؤهل التعليمي

| المتغير | التصنيف | التكرار | النسبة % |
|------------------|----------------|---------|----------|
| المستوى التعليمي | ثانوي أو متوسط | 2 | 4.7 |
| | دبلوم عالي | 19 | 44.2 |
| | ماجستير | 10 | 23.3 |
| | دكتوراه | 12 | 27.9 |
| | المجموع | 43 | 100.0 |

من جدول(5) يتضح ان المستوى التعليمي (دبلوم عالي) حاز على اعلى نسبة 44.2 % بينما تحصل المستوى التعليمي ثانوي أو متوسط على اقل نسبة 4.7 %، و يدل ذلك ان اكبر نسبة من الموظفين شملت المتخصصين بدبلوم عالي متخصص و اقل نسبة من غير المتخصصين، هذا يتوافق لطبيعة العمل في هذه المؤسسة.

جدول (6) توزيع بيانات الدراسة حسب متغير المسمى الوظيفي

| المتغير | التصنيف | التكرار | النسبة % |
|----------------|------------|---------|----------|
| المسمى الوظيفي | مدير إدارة | 1 | 2.3 |
| | رئيس قسم | 9 | 20.9 |
| | موظف | 19 | 44.2 |
| | مشرف وحده | 11 | 25.6 |
| | مهندس | 3 | 7.0 |
| | المجموع | 43 | 100.0 |

يوضح الجدول رقم (6) ان المسمى الوظيفي موظف تحصل على اكبر تكرار بنسبة 44.2 % بينما تحصل المسمى الوظيفي مدير إدارة على اقل نسبة 2.3 %، و هذه النسب تؤكد طبيعة تقسيم المهام داخل المصرف التي اوضحت ان عدد الموظفين هو العدد الكبر من بقية المسميات الوظيفية الاخرى.

جدول (7) توزيع بيانات الدراسة حسب متغير عدد سنوات الخبرة (مدة الخدمة في الوظيفة)

| المتغير | التصنيف | التكرار | النسبة % |
|------------------|--------------------------|---------|----------|
| عدد سنوات الخبرة | اقل من 5 سنوات | 6 | 14.0 |
| | من 5 الى اقل من 10 سنوات | 13 | 30.2 |
| | من 10 الى اقل من 15 سنة | 10 | 23.3 |
| | من 15 الى اقل من 20 سنة | 12 | 27.9 |
| | من 20 سنة فاكثر | 2 | 4.7 |
| | المجموع | 43 | 100.0 |

من خلال الجدول (7) يتضح ان عدد سنوات الخبرة الاكثر نسبة كانت من 5 الى اقل من 10 سنوات (30.2%) بينما كانت النسبة الاقل من نصيب الفئة من 20 سنة فاكثر (4.7 %)، تعكس هذه النسبة ان متوسطي الخبرة هم اعلى نسبة في حين ان ذوي الخبرة يشكلون اقل نسبة ربما يعكس هذا عمليات التوظيف في المصرف بشكل مستمر لتجديد الدماء والخبرات.

3.4 عرض وتحليل البيانات المتعلقة بال محور الأول : رأس المال البشري ويشمل (المعرفة والخبرة العلمية و العملية، الإبداع والابتكار، المهارات والقدرات).

3.4.1 بعد المعرفة والخبرة العلمية والعملية

جدول رقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى اهمية والتطبيق

بعد المعرفة والخبرة العلمية والعملية .

| ت | بعد المعرفة والخبرة العلمية والعملية | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | مستوى التطبيق |
|---|--|-----------------|-------------------|---------|---------------|
| 1 | تقوم إدارة الشركة بتطوير المعرفة بشكل متجدد . | 3.9535 | .92462 | 2 | مرتفع |
| 2 | يعمل الموظفون على تقاسم المعلومات والمعارف فيما بينهم في مواقع العمل. | 3.9302 | .93593 | 3 | مرتفع |
| 3 | مؤهلات الموظفين تتلائم مع الوظائف المناط بهم . | 3.7442 | .84777 | 5 | مرتفع |
| 4 | تحافظ إدارة الشركة على الخبرات المتراكمة من أجل تطوير مهارات الموظفين بشكل مستمر . | 3.5349 | 1.07679 | 7 | مرتفع |

| | | | | | |
|-------|---|---------|--------|--|---|
| مرتفع | 8 | 1.07421 | 3.4186 | يملك الموظفون الذين يتولون المناصب الإدارية المهمة بالشركة خبرات عالية في الإدارة . | 5 |
| مرتفع | 1 | 0.72375 | 4.0000 | تساهم الخبرة العلمية التي يمتلكها الموظفون في تقديم حلول علمية متميزة للمشكلات التي تواجههم في العمل . | 6 |
| مرتفع | 3 | .76828 | 3.9302 | تملك الشركة عدد كاف من الموظفين الذين يمتلكون الخبرات العلمية اللازمة لأداء العمل . | 7 |
| مرتفع | 4 | .92162 | 3.7674 | يمتلك الموظفون المعرفة الكاملة باستمرار عن الخدمات التي تقدمها الشركة. | 8 |
| مرتفع | 6 | .98325 | 3.5581 | يتناقش الموظفون في فترات الراحة المشاكل التي تواجههم في العمل وكيفية حلها . | 9 |
| مرتفع | | 0.64238 | 3.7597 | المتوسط العام والانحراف المعياري العام | |

يوضح الجدول (8) المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة ببعده المعرفة والخبرة العلمية والعملية حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا البعد بين (3.4186-4.0000) حيث جاءت في المرتبة الاولى الفقرة التي تنص على "تساهم الخبرة العلمية التي يمتلكها الموظفون في تقديم حلول علمية متميزة للمشكلات التي تواجههم في العمل" بمتوسط حسابي 4.0000 بانحراف معياري 0.72375 بينما تحصلت الفقرة التي تنص على "يملك الموظفون الذين يتولون المناصب الإدارية المهمة بالشركة خبرات عالية في الإدارة" على المرتبة الاخيرة بمتوسط 3.4186 بانحراف معياري 1.07421 وبصفة عامة كان مستوى تطبيق بعد المعرفة والخبرة العلمية والعملية مرتفع من وجهة نظر افراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي عام 3.7597 ، هذا يدل على اهتمام الشركة بتوفير مستوى مرتفع من المعرفة و الخبرة العلمية لدى العنصر البشري في داخل هذه المؤسسة، و انحراف معياري 0.64238 الذي يبين تقارب درجات الاجابات بين المبحوثين في عينة الدراسة.

3.4.2 بعد الإبداع والابتكار

جدول رقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التطبيق الإبداع والابتكار

| ت | الإبداع والابتكار بعد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | مستوى التطبيق |
|---|--|-----------------|-------------------|---------|---------------|
| 1 | يسعى الموظفون في الشركة لتطوير أنفسهم لإيجاد طرائق جديدة في العمل. | 3.8140 | .85233 | 3 | مرتفع |
| 2 | لدى موظفو الشركة القدرة على تفسير المعلومات التي ترد من الأقسام والدوائر الأخرى . | 3.8140 | .69884 | 3 | مرتفع |
| 3 | يمتلك الموظفون القدرة الكافية للقيام بأعمال ابتكارية . | 3.7442 | .92821 | 4 | مرتفع |
| 4 | تشكل براءات الاختراع الخاصة بموظفي الشركة المتميزين نسبة عالية من مجمل نشاطات الشركة | 3.0698 | 1.24203 | 6 | مرتفع |
| 5 | لا يتردد الموظفون في إحداث أو تبني التغيير المطلوب لصالح العمل . | 3.6512 | .78327 | 5 | مرتفع |
| 6 | تعمل إدارة الشركة بمكافأة كل من يقوم بابتكار طريقة عمل جديدة أو كل من يأتي بفكرة جديدة . | 3.8372 | 1.06749 | 2 | مرتفع |
| 7 | يعتبر موظفو الشركة متميزون مقارنة بالشركات المماثلة | 4.2791 | .766120 | 1 | مرتفع جدا |
| | المتوسط العام والانحراف المعياري العام | 3.7597 | 0.69046 | | مرتفع |

يوضح الجدول (9) المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة ببعيد الإبداع والابتكار حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا البعد بين(4.2791-3.0698) حيث جاءت في المرتبة الاولى الفقرة التي تنص على " يعتبر موظفو الشركة متميزون مقارنة بالشركات المماثلة" بمتوسط حسابي 4.2791 بانحراف معياري 0.76612 بينما تحصلت الفقرة التي تنص على " تشكل براءات الاختراع الخاصة بموظفي الشركة المتميزين" نسبة عالية من مجمل نشاطات الشركة على المرتبة الاخيرة بمتوسط 3.0698 بانحراف معياري 1.24203 وبصفة عامة كان مستوى تطبيق بعد الإبداع والابتكار مرتفع من وجهة نظر افراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي عام 3.7597 ، و هذا الارتفاع يدل على اهتمام شركة المدار الجديد بالاهتمام بمستوى الإبداع و الابتكار لدى العنصر البشري داخل هذه الشركة، و الانحراف المعياري العام 0.69046، الذي يبين تقارب درجات الاجابات بين المبحوثين في عينة الدراسة .

3.4.3 بعد المهارات والقدرات

جدول رقم (10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى التطبيق لبعيد المهارات والقدرات

| ت | بعد المهارات والقدرات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | مستوى التطبيق |
|---|---|-----------------|-------------------|---------|---------------|
| 1 | تتوفر روح التعاون بين المدراء والموظفين . | 3.7442 | 1.00221 | 7 | مرتفع |
| 2 | لدى الموظفين القدرة على استخدام التكنولوجيا الحديثة | 4.2326 | .75078 | 1 | مرتفع جدا |
| 3 | تسود روح الفريق والتعاون في الشركة وأقسامها كنظام عائلي . | 4.0698 | .91014 | 2 | مرتفع |
| 4 | توجد مشاركة جماعية في إنجاز الأعمال، وفي حل المشكلات والتعامل مع قضايا العمل . | 3.9302 | .73664 | 3 | مرتفع |
| 5 | تتوفر لدى الموظفين المهارة اللازمة لفهم أفكار الآخرين والقدرة على فهم ما يجري بالمنظم ككل | 3.9070 | .78115 | 4 | مرتفع |
| 6 | يحاول موظفو الشركة بأنفسهم اكتشاف المشكلات قبل وقوعها بهدف حلها. | 3.8372 | .92402 | 6 | مرتفع |
| 7 | يتعلم الموظفون من بعضهم البعض في مجالات أعمالهم المختلفة . | 3.8837 | .87856 | 5 | متوسط |
| | المتوسط العام والانحراف المعياري العام | 3.9435 | 0.69016 | | مرتفع |

يوضح الجدول (10) المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة ببعيد المهارات والقدرات حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا البعد بين(4.2326-3.7442) حيث جاءت في المرتبة الاولى الفقرة التي تنص على " لدى الموظفين القدرة على استخدام التكنولوجيا الحديثة" بمتوسط حسابي 4.2326 بانحراف معياري 750780. بينما تحصلت الفقرة التي تنص على "تتوفر روح التعاون بين المدراء والموظفين" على المرتبة الاخيرة بمتوسط 3.7442 بانحراف معياري 1.00221 وبصفة عامة كان مستوى تطبيق بعد المهارات والقدرات مرتفع من وجهة نظر افراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي عام 3.9435 ، هذه النسبة تؤكد مستوى الاهتمام لدى شركة المدار الجديد بتوفر المهارات و القدرات لدى العنصر البشري في هذه الشركة، و الانحراف المعياري العام 0.69016 ، الذي يوضح ان اجابات المبحوثين كانت متقاربة.

3.5 عرض وتحليل البيانات المتعلقة بالمحور الثاني : رأس المال الهيكلي : ويشمل (السياسات والإجراءات والبرامج، العمليات الإدارية ونظم المعلومات، الهيكل التنظيمي)

3.5.1 بعد السياسات والإجراءات والبرامج

جدول رقم (11) والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الأهمية لبعـد السياسات و الإجراءات و البرامج

| ت | بعـد السياسات والإجراءات والبرامج | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | مستوى التطبيق |
|---|---|-----------------|-------------------|---------|---------------|
| 1 | تطور وتسجل إدارة الشركة عدداً من حقوق الملكية الفكرية كل سنة مقارنة بالشركات المماثلة . | 3.6512 | .99723 | 6 | مرتفع |
| 2 | تركز الشركة على تطوير وتعليم الموظفين كأساس لاكتساب المهارات . | 3.7674 | .78185 | 1 | مرتفع |
| 3 | تتبنى إدارة الشركة سياسة منح حوافز عالية للموظفين المتميزين والمبدعين | 3.6977 | 1.05864 | 3 | مرتفع |
| 4 | توفر إدارة الشركة سياسيات واضحة لحرية البحث العلمي . | 3.5116 | 1.05497 | 8 | مرتفع |
| 5 | تضع إدارة الشركة استراتيجيات وإجراءات واضحة لإدارة حقوق الملكية الفكرية | 3.5349 | 1.05444 | 7 | مرتفع |
| 6 | تسعى إدارة الشركة نحو استقطاب الموارد البشرية ذات المهارات التقنية والقدرات الإبداعية . | 3.6977 | .93948 | 4 | مرتفع |
| 7 | تدعم إدارة الشركة الأفكار الجديدة التي يمكن تسجيلها كبراءة اختراع . | 3.7442 | 1.00221 | 2 | مرتفع |
| 8 | تخصص إدارة الشركة ميزانية كافية ومناسبة للبحث والتطوير في صناعة الاتصالات | 3.6744 | 1.08498 | 5 | مرتفع |
| | المتوسط العام والانحراف المعياري العام | 3.6599 | 0.83511 | | مرتفع |

يوضح الجدول (11) المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة ببعـد السياسات والإجراءات والبرامج حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا البعد بين(3.7674- 3.5116) حيث جاءت في المرتبة الأولى الفقرة التي تنص على "تركز الشركة على تطوير وتعليم الموظفين كأساس لاكتساب المهارات"، بمتوسط حسابي 3.7674 بانحراف معياري 0.78185 بينما تحصلت الفقرة التي تنص على "توفر إدارة الشركة سياسيات واضحة لحرية البحث العلمي" على المرتبة الأخيرة بمتوسط 3.5116 بانحراف معياري 1.05497 وبصفة عامة كان مستوى تطبيق بعـد السياسات والإجراءات والبرامج مرتفع من وجهة نظر افراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي عام 3.6599 ، توضح هذه النسب ارتفاع مستوى الاهتمام بالسياسات و الإجراءات و البرامج المتعلقة براس المالي الهيكلي داخل الشركة، و انحراف معياري عام 0.83511 ، الذي ان اجابات الباحثين متقاربة في عينة الدراسة .

3.5.2 بعد العمليات الإدارية ونظم المعلومات

جدول رقم (12) والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الأهمية لمحور العمليات

الإدارية ونظم المعلومات

| ت | فقرات المحور العمليات الإدارية ونظم المعلومات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | درجة الأهمية |
|---|---|-----------------|-------------------|---------|--------------|
| 1 | تتميز أنظمة المعلومات الإدارية في الشركة بالدقة والحداثة والتوقيت المناسب يتم تقييم أداء العاملين | 3.9070 | .81105 | 1 | مرتفع |

| | | | | بالشركة وفق نظم المشاركة والمعرفة . | |
|-------|---|---------|--------|--|---|
| مرتفع | 4 | .95930 | 3.7209 | يتم مقارنة أداء العمليات مع عمليات مماثلة في مؤسسات أخرى بهدف تحسين عمليات الشركة . | 2 |
| مرتفع | 3 | .74188 | 3.7907 | يوجد تطوير مستمر للعمليات الإدارية في الشركة بالشكل يحقق الأداء المتميز في إنجاز الأعمال . | 3 |
| مرتفع | 2 | .80351 | 3.7907 | تزود نظم المعلومات المستخدمة في الشركة متخذي القرار بالمعلومات اللازمة بكفاءة وسرعة مناسبة . | 4 |
| مرتفع | | 0.70828 | 3.8023 | المتوسط العام والانحراف المعياري العام | |

يوضح الجدول (12) المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة ببعد العمليات الإدارية ونظم المعلومات حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا البعد بين(3.7209- 3.9070) حيث جاءت في المرتبة الاولى الفقرة التي تنص على "تتميز أنظمة المعلومات الإدارية في الشركة بالدقة والحداثة والتوقيت المناسب يتم تقييم أداء العاملين بالشركة وفق نظم المشاركة والمعرفة" بمتوسط حسابي3.9070 بانحراف معياري .811050 بينما تحصلت الفقرة التي تنص على "يتم مقارنة أداء العمليات مع عمليات مماثلة في مؤسسات أخرى بهدف تحسين عمليات الشركة" على المرتبة الاخيرة بمتوسط 3.7209 بانحراف معياري 959300. وبصفة عامة كان مستوى تطبيق بعد العمليات الإدارية ونظم المعلومات مرتفع من وجهة نظر افراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي عام 3.8023 ، توضح هذا الاهتمام بتطبيق و استخدام العمليات الادارية و نظم المعلومات المتعلقة بالراس المال الهيكلي بدرجة عالية في شركة المدار الجديد، و انحراف معياري العام0.70828، الذي يوضح ان اجابات المبحوثين متقاربة في عينة الدراسة .

3.5.3 بعد الهيكل التنظيمي

جدول رقم (13) والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الاهمية لبعد الهيكل التنظيمي

| ت | فقرات بعد الهيكل التنظيمي | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | درجة الاهمية |
|---|--|-----------------|-------------------|---------|--------------|
| 1 | يضمن الهيكل التنظيمي الحالي للشركة تدفق سريان المعلومات لجميع المستويات الإدارية في الشركة بسهولة . | 3.7907 | .83261 | 1 | مرتفع |
| 2 | تقوم إدارة الشركة بتطوير هيكلها التنظيمي بشكل مستمر بما يتناسب مع البيئة التنافسية المحيطة بها وكلما دعت الحاجة لذلك . | 3.5814 | 1.07421 | 4 | مرتفع |
| 3 | يوفر الهيكل التنظيمي للشركة درجة كبيرة من الوضوح في العلاقات القائمة بين الرؤساء والمرؤوسين . | 3.6977 | 1.03590 | 2 | مرتفع |
| 4 | تتبنى إدارة الشركة هيكل تنظيمي مرن، يزود الموظفين بالتسهيلات اللازمة لأداء مهامهم على أفضل وجه | 3.6047 | .92940 | 3 | مرتفع |
| | المتوسط العام والانحراف المعياري العام | 3.6686 | 0.85168 | | |

يوضح الجدول (13) المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة ببعد الهيكل التنظيمي حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا البعد بين(3.7907-3.5814) حيث جاءت في المرتبة الاولى الفقرة التي تنص على "يضمن الهيكل التنظيمي الحالي للشركة تدفق سريان المعلومات لجميع المستويات

الإدارية في الشركة بسهولة " بمتوسط حسابي 3.7907 بانحراف معياري 832610. بينما تحصلت الفقرة التي تنص على "تقوم إدارة الشركة بتطوير هيكلها التنظيمي بشكل مستمر بما يتناسب مع البيئة التنافسية المحيطة بها وكلما دعت الحاجة لذلك " على المرتبة الأخيرة بمتوسط 3.5814 بانحراف معياري 1.07421 وبصفة عامة كان مستوى تطبيق بعد الهيكل التنظيمي مرتفع من وجهة نظر افراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي عام 3.6686 ، توضح هذا ارتفاع الاهتمام بالهيكل التنظيمي كجزء من الراس المال الهيكلي داخل شركة المدار الجديد، و انحراف معياري العام 0.85168، الذي يبين تقارب اجابات المبحوثين في عينة الدراسة.

3.6 رأس مال العلاقات : ويشمل (العملاء، المنافسين المحتملين، التحالفات الاستراتيجية).

3.6.1 بعد العملاء

جدول رقم (14) والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الاهمية لبعء العملاء

| ت | فقرات بعد العملاء | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | درجة الاهمية |
|---|--|-----------------|-------------------|---------|--------------|
| 1 | تمنح إدارة الشركة زبائنها الدائمين مزايا إضافية تميزهم عن الزبائن العاديين. | 3.3023 | 1.01266 | 6 | متوسط |
| 2 | تنفق إدارة الشركة مبالغ كبيرة لدعم ما تقدمه من خدمات ما بعد البيع للزبائن. | 3.6512 | .84187 | 2 | مرتفع |
| 3 | معظم زبائن الشركة راضون عن الخدمات التي تقدمها لهم الشركة . | 3.3721 | .72451 | 5 | متوسط |
| 4 | تسمح الشركة للزبائن بتقديم اقتراحاتهم وأرائهم حول الخدمات التي يرغبونها أو يتوقعونها من الشركة . | 3.3953 | .97930 | 4 | متوسط |
| 5 | تجرى الشركة استطلاعات للأسواق للتعرف على آراء الزبائن وأذواقهم بشأن الخدمات | 3.2326 | .92162 | 7 | متوسط |
| 6 | تسعى إدارة الشركة باستمرار نحو كسب زبائن محتملين جدد . | 3.7209 | .73438 | 1 | مرتفع |
| 7 | تخصص إدارة الشركة موازنة مناسبة لتقديم خدمات ما بعد البيع للزبائن . | 3.5116 | .79798 | 3 | مرتفع |
| | المتوسط العام والانحراف المعياري العام | 3.4551 | 0.70073 | | |

يوضح الجدول (14) المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة ببعء العملاء حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا البعد بين(3.7209-3.2326) حيث جاءت في المرتبة الأولى الفقرة التي تنص على "تسعى إدارة الشركة باستمرار نحو كسب زبائن محتملين جدد" بمتوسط حسابي 3.7209 بانحراف معياري 734380. بينما تحصلت الفقرة التي تنص على " تجرى الشركة استطلاعات للأسواق للتعرف على آراء الزبائن وأذواقهم بشأن الخدمات" على المرتبة الأخيرة بمتوسط 3.2326 بانحراف معياري 0.921620 وبصفة عامة كان مستوى تطبيق بعد العملاء مرتفع من وجهة نظر افراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي عام 3.4551 ، تبين هذا المستوى العالي للتطبيق لبعء العملاء اهتمام شركة المدار الجديد بالعملاء كأحد اساسيات راس مال العلاقات، و انحراف معياري عام 0.70073، يبين تقارب اجابات المبحوثين في عينة الدراسة.

3.6.2 بعد المنافسين المحتملين

جدول رقم (15) والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد المنافسين المحتملين

| ت | بعد المنافسين المحتملين | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | مستوى الأهمية |
|---|---|-----------------|-------------------|---------|---------------|
| 1 | تقوم إدارة الشركة بمراقبة الشركات الرائدة في قطاع الاتصالات الدولية بشكل دوري من أجل التعرف على الخدمات . | 3.6977 | .80282 | 2 | مرتفع |
| 2 | يتوفر لدى إدارة الشركة معرفة بالمنافسين المحتملين الجدد الداخليين في السوق المحلي من حيث (العدد، الأسعار، الخدمات، التكنولوجيا) . | 3.6047 | .90342 | 5 | مرتفع |
| 3 | تعمل إدارة الشركة على تحديث البيانات والمعلومات الخاصة بالمنافسين المحتملين . | 3.5116 | .82728 | 6 | مرتفع |
| 4 | تقوم إدارة الشركة بجمع معلومات وبيانات عن البيئة التنافسية العالمية في قطاع الاتصالات . | 3.6279 | .87351 | 3 | مرتفع |
| 5 | تسعى إدارة الشركة للتعرف على التطلعات المستقبلية للشركات المماثلة الأجنبية والعالمية . | 3.6977 | .91378 | 1 | مرتفع |
| 6 | تستطيع إدارة الشركة توفير المعلومات المطلوبة عن المنافسين المحتملين في الوقت المناسب وبالسرية الكافية . | 3.6047 | .92940 | 4 | مرتفع |
| | المتوسط العام والانحراف المعياري العام | 3.6240 | 0.74010 | | مرتفع |

يوضح الجدول (15) المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة ببعد المنافسين المحتملين حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا البعد بين(3.5116-3.6977) حيث جاءت في المرتبة الاولى الفقرة التي تنص على تسعى إدارة الشركة للتعرف على التطلعات المستقبلية للشركات المماثلة الأجنبية والعالمية بمتوسط حسابي 3.6977 بانحراف معياري 0.91378. بينما تحصلت الفقرة التي تنص على تعمل إدارة الشركة على تحديث البيانات والمعلومات الخاصة بالمنافسين المحتملين على المرتبة الاخيرة بمتوسط 3.5116 بانحراف معياري 0.82728 وبصفة عامة كان مستوى تطبيق بعد المنافسين المحتملين مرتفع من وجهة نظر افراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي عام 3.6240، يبين ذلك انه يتم التركيز على المنافسين المحتملين كجزء من مكونات رأس مال العلاقات في شركة المدار الجديد ، و انحراف معياري عام 0.74010، الذي يؤكد تقارب اجابات الباحثين.

3.6.3 بعد التحالفات الاستراتيجية

جدول رقم (16) والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد التحالفات الاستراتيجية

| ت | بعد التحالفات الاستراتيجية | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | مستوى الأهمية |
|---|--|-----------------|-------------------|---------|---------------|
| 1 | تقوم الشركة بإنجاز الكثير من أعمالها من خلال التحالفات والتعاون مع المؤسسات المحلية والدولية . | 3.9070 | .78115 | 3 | مرتفع |
| 2 | تقيم الشركة مجموعة من التحالفات الاستراتيجية (الشراكة) مع شركات أخرى من أجل إنجاز أعمالها . | 3.9767 | .83062 | 1 | مرتفع |
| 3 | تدرك إدارة الشركة أن الدخول في تكتلات مع شركات مشابهة أمر ضروري لمواكبة التغيرات العالمية . | 3.6279 | .95177 | 6 | مرتفع |

| | | | | | |
|-------|---|---------|--------|---|---|
| مرتفع | 2 | .80144 | 3.9767 | تتعاون الشركة مع شركات أجنبية في بعض المجالات للاستفادة منها في تطوير خدماتها . | 4 |
| مرتفع | 4 | .98099 | 3.8837 | تدرك إدارة الشركة أن مواجهة الشركات الكبيرة أمر صعب . | 5 |
| مرتفع | 5 | .85233 | 3.8140 | تهتم الشركة بمشاركة حلفائها بالمعرفة والمعلومات في مجال الاتصالات . | 6 |
| مرتفع | | 0.85894 | 3.8643 | المتوسط العام والانحراف المعياري العام | |

يوضح الجدول (16) المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة ببعد التحالفات الاستراتيجية حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا البعد بين (3.9767- 3.6279) حيث جاءت في المرتبة الاولى الفقرة التي تنص على " تقيم الشركة مجموعة من التحالفات الاستراتيجية (الشراكة) مع شركات أخرى من أجل إنجاز أعمالها" بمتوسط حسابي 3.9767 بانحراف معياري .830620 بينما تحصلت الفقرة التي تنص على "تدرك إدارة الشركة أن الدخول في تكتلات مع شركات مشابهة أمر ضروري لمواكبة التغيرات العالمية" على المرتبة الاخيرة بمتوسط 3.6279 بانحراف معياري 0.951770 وبصفة عامة كان مستوى تطبيق بعد التحالفات الاستراتيجية مرتفع من وجهة نظر افراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي عام 3.8643 ، حيث يدل ذلك على اهتمام شركة المدار الجديد بالتحالفات الاستراتيجية كأحد مكونات راس مال العلاقات، و بانحراف معياري العام 0.85894، الذي يبين تقارب اجابات المبحوثين في عينة الدراسة.

3.7 الميزة التنافسية للشركة وتشمل كلا من (القيمة المدركة لدى الزبون، التميز)

3.7.1 بعد القيمة المدركة لدى الزبون

جدول رقم (17) والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد القيمة المدركة لدى الزبون

| ت | بعد القيمة المدركة لدى الزبون | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | مستوى الاهمية |
|---|---|-----------------|-------------------|---------|---------------|
| 1 | تركز إدارة الشركة على سياسية البيع بأقل . | 3.6744 | .86523 | 4 | مرتفع |
| 2 | تمتلك الشركة القدرة على تقليص كلفتها وتحقيق فوائد أعلى من خلال السعر مقارنة بالشركات المماثلة لها . | 3.6047 | 1.00332 | 6 | مرتفع |
| 3 | تستطيع الشركة منافسة الشركات الأجنبية المحتملة من حيث سرعة الخدمات التي يقدمونها . | 3.4884 | .93534 | 8 | مرتفع |
| 4 | تقدم الشركة خدمات تتميز بنوعية عالية من حيث خصائصها ومواصفاتها. | 3.6977 | .88734 | 3 | مرتفع |
| 5 | تقدم الشركة خدمات ما بعد البيع للزبائن وفي أقرب الأجل . | 3.6279 | .87351 | 5 | مرتفع |
| 6 | يعد تقديم الخدمات للزبائن في الوقت المحدد من الأولويات الأساسية للشركة. | 3.7209 | .90831 | 2 | مرتفع |
| 7 | تستطيع الشركة بناء ميزة تنافسية قوية يصعب تقليدها من قبل الشركات العاملة في قطاع الاتصالات العربية والدولية . | 3.6047 | .95468 | 7 | مرتفع |
| 8 | يمكن للشركة ضمان موقع تنافسي مناسب على أساس السعر . | 3.7907 | .70906 | 1 | مرتفع |
| | المتوسط العام والانحراف المعياري العام | 3.6512 | 0.69894 | | مرتفع |

يوضح الجدول (17) المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة ببعده القيمة المدركة لدى الزبون حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا البعد بين (3.4884-3.7907) حيث جاءت في المرتبة الأولى الفقرة التي تنص على "يمكن للشركة ضمان موقع تنافسي مناسب على أساس السعر" بمتوسط حسابي 3.7907 بانحراف معياري 709060. بينما تحصلت الفقرة التي تنص على "إستطيع الشركة منافسة الشركات الأجنبية المحتملة من حيث سرعة الخدمات التي يقدمونها" على المرتبة الأخيرة بمتوسط 3.4884 بانحراف معياري 0.935340 وبصفة عامة كان مستوى تطبيق بعد القيمة المدركة لدى الزبون مرتفع من وجهة نظر افراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي عام 3.6512، يبين ذلك اهتمام مرتفع من قبل شركة المدار الجديد بالقيمة المدركة لدى الزبون باعتبارها احد الابعاد الأساسية لتحقيق الميزة التنافسية، و بانحراف معياري عام 0.69894 الي يوضح تقارب اجابات المبحوثين في عينة الدراسة.

3.7.2 بعد التميز:

جدول رقم (18) والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعده التميز

| ت | بعد التميز | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | مستوى الاهمية |
|---|---|-----------------|-------------------|---------|---------------|
| 1 | تتمتع الشركة بسمعة طيبة وثقة متبادلة من قبل جميع الأطراف المتعاملة معها في المجتمع الليبي . | 3.9535 | .87160 | 2 | مرتفع |
| 2 | لدى إدارة الشركة قناعة بأن المهارات الفكرية والمعرفية والقدرات البشرية المتوفرة لديها تعد أساس بناء الميزة التنافسية واستمرارها في الأجل الطويل . | 4.0000 | .75593 | 1 | مرتفع |
| 3 | تعتمد الشركة على تقليد خدمات الشركات المماثلة بدلاً من الابتكار والإبداع. | 3.2093 | .96506 | 6 | مرتفع |
| 4 | تستطيع الشركة البقاء والنمو في حالة دخول شركات أجنبية منافسة لها . | 3.7674 | .97192 | 4 | مرتفع |
| 5 | تركز الشركة على تقديم أشكال عديدة ومتنوعة من الخدمات من أجل منح الزبون حرية أكبر للاختيار والمفاضلة . | 3.7907 | .83261 | 3 | مرتفع |
| 6 | إن ما يميز الشركة في السوق هو استحواذها واحتكارها للسوق المحلية . | 3.4651 | .93475 | 5 | مرتفع |
| | المتوسط العام والانحراف المعياري العام | 3.6977 | 0.6302 1 | | مرتفع |

يوضح الجدول (18) المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة ببعده التميز حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا البعد بين (3.4651-4.000) حيث جاءت في المرتبة الأولى الفقرة التي تنص على "لدى إدارة الشركة قناعة بأن المهارات الفكرية والمعرفية والقدرات البشرية المتوفرة لديها تعد أساس بناء الميزة التنافسية واستمرارها في الأجل الطويل" بمتوسط حسابي 4.000 بانحراف معياري 75593. بينما تحصلت الفقرة التي تنص على " إن ما يميز الشركة في السوق هو استحواذها واحتكارها للسوق المحلية" على المرتبة الأخيرة بمتوسط 3.4651 بانحراف معياري 0.93475 وبصفة عامة كان مستوى تطبيق بعد التميز مرتفع من وجهة نظر افراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي عام 3.6977 ، هذا يوضح تركيز مرتفع من قبل شركة المدار الجديد على بعد التميز لتحقيق الميزة التنافسية للشركة، و انحراف معياري عام 0.63021 ، الي بين تقارب اجابات المبحوثين في عينة الدراسة.

3.8 اختبار فرضيات الدراسة

في هذا الجزء يتم اختبار فرضيات الدراسة الرئيسية و الفرعية باستخدام اسلوب الانحدار الخطي المتعدد و البسيط لبيان دور رأس المال الفكري على بناء الميزة التنافسية.

3.8.1 الفرضية الرئيسية:

يوجد دور ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) بين لرأس المال الفكري بمكوناته الثلاثة (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلية، رأس مال العلاقات) على بناء الميزة التنافسية ببعديها (القيمة المدركة لدى الزبون، التميز) للشركة محل الدراسة .

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد لمعرفة دور المتغير المستقل رأس المال الفكري بمكوناته الثلاثة على بناء الميزة التنافسية للشركة محل الدراسة . كما موضح في الجدول الاتي:

جدول (19) اختبار تحليل الانحدار المتعدد لمعرفة دور المتغير المستقل رأس المال الفكري بمكوناته الثلاثة مجتمعة على بناء الميزة التنافسية.

| مستوى الدلالة α | احصائي الاختبار t | المعاملات الانحدار β | مستوى الدلالة α | F المحسوبة | معامل التحديد | معامل الارتباط | المتغير التابع | |
|------------------------|-------------------|----------------------------|------------------------|------------|---------------|----------------|-----------------------|--------------------|
| 0556 | 0.594 | 0.170 | 0.000 | 95.912 | 0.822 | 0.906 | بناء الميزة التنافسية | |
| | | الثابت | | | | | | |
| 0159 | 1.437 | 0.147 | | | | | | رأس المال البشري |
| 0.028 | 2.280 | 0.255 | | | | | | رأس المال الهيكلية |
| 0.000 | 5.018 | 0.548 | | | | | رأس مال العلاقات | |

يكون التأثير ذا دلالة احصائية عند مستوى معنوية (≥ 0.05)

يوضح جدول (19) دور المتغير المستقل رأس المال الفكري بمكوناته الثلاثة مجتمعة على بناء الميزة التنافسية للشركة محل الدراسة حيث اظهرت نتائج التحليل الاحصائي وجود دور ذو دلالة معنوية لرأس المال الفكري على بناء الميزة التنافسية حيث بلغت قيمة احصائي الاختبار F 95.912 بمستوى دلالة إحصائية ($0.05 \leq 0.000$) و هذا يؤدي الى رفض الفرضية القائلة لا يوجد دور رأس المال الفكري بمكوناته الثلاثة مجتمعة (رأس المال البشري، رأس مال العلاقات، رأس المال الهيكلية) على الميزة التنافسية ، و قبول الفرضية القائلة وجود دور للرأس المال الفكري بمكوناته الثلاثة مجتمعة (رأس المال البشري، رأس مال العلاقات، رأس المال الهيكلية) على الميزة التنافسية كما بلغت قيمة معامل الارتباط للرأس مال العلاقات 0.548 و هو اعلى معامل و اقوى ارتباط يليه رأس المال الهيكلية بمعامل ارتباط 0.255، و اخيرا رأس المال البشري بمعامل ارتباط 0.147 ، مما يدل على وجود علاقة طردية قوية بين المتغير المستقل رأس المال الفكري و بناء الميزة التنافسية اما قيمة معامل التحديد فقد بلغت 0.822 وهذا يعنى ان 82.2% من التغيرات في مستوى بناء الميزة التنافسية للشركة محل الدراسة ناتج عن التغيرات في رأس المال الفكري.

3.8.2 الفرضيات الفرعية

الفرضية الفرعية الأولى

يوجد دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) لرأس المال البشري على بناء الميزة التنافسية ببعديها

(القيمة المدركة لدى الزبون، التميز) للشركة محل الدراسة.

جدول (20) نتائج تحليل الانحدار البسيط لمعرفة دور المتغير المستقل رأس المال البشري على المتغير التابع بناء الميزة التنافسية للشركة محل الدراسة

| المتغير التابع | معامل الارتباط | معامل التحديد | F المحسوبة | مستوى الدلالة α | المعاملات الانحدار β | احصائي الاختبار t | مستوى الدلالة α |
|-----------------------|----------------|---------------|------------|------------------------|----------------------------|-------------------|------------------------|
| بناء الميزة التنافسية | 0.704 | 0.496 | 40.377 | 0.000 | الثابت | 2.313 | 0.26 |
| | | | | | رأس المال البشري | 6.354 | 0.000 |

يكون التأثير ذا دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \geq 0.05$)

يوضح الجدول (20) دور بعد رأس المال البشري على المتغير التابع بناء الميزة التنافسية حيث اظهرت النتائج وجود دور ذو دلالة معنوية لبعء رأس المال البشري على المتغير التابع بناء الميزة التنافسية حيث كانت قيمة درجة تأثير β لبعء رأس المال البشري (0.70) وهذا يعنى ان الزيادة بدرجة واحدة في الاهتمام ببعء رأس المال البشري تؤدي الى زيادة في مستوى بناء الميزة التنافسية بقيمة (0.70) كما بلغت قيمة معامل الارتباط 0.496 مما يدل على وجود علاقة طردية قوية بين بعد رأس المال البشري و مستوى بناء الميزة التنافسية اما قيمة معامل التحديد فقد بلغت 0.496 وهذا يعنى ان 49.6 % من التغيرات في مستوى بناء الميزة التنافسية ناتج عن التغير في الاهتمام ببعء رأس المال البشري . بلغت قيمة احصائي الاختبار (40.377) F بمستوى دلالة احصائية (0.05) ≤ 0.000) وهذا يؤكد رفض الفرض القائل لا يوجد دور ذو دلالة معنوية للمتغير المستقل بعد رأس المال البشري و المتغير التابع بناء الميزة التنافسية عند مستوى دلالة 0.05 وبالتالي قبول الفرضية القائلة بوجود دور ذو دلالة معنوية للمتغير المستقل رأس المال البشري على المتغير التابع بناء الميزة التنافسية للشركة محل الدراسة.

الفرضية الفرعية الثانية:

لا يوجد دور ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) لرأس المال الهيكلي على بناء الميزة التنافسية ببعديها (القيمة المدركة لدى الزبون، التميز) للشركة محل الدراسة.

جدول (21) نتائج تحليل الانحدار البسيط لمعرفة دور المتغير المستقل راس المال الهيكلي على بناء الميزة التنافسية ببعديها (القيمة المدركة لدى الزبون، التميز) للشركة محل الدراسة

| المتغير | معامل الارتباط | معامل التحديد | F المحسوبة | مستوى الدلالة α | المعاملات الانحدار β | احصائي الاختبار t | مستوى الدلالة α |
|-----------------------|----------------|---------------|------------|------------------------|----------------------------|-------------------|------------------------|
| بناء الميزة التنافسية | 0.831 | 0.691 | 91.787 | 0.000 | الثابت | 3.535 | 0.001 |
| | | | | | راس المال الهيكلي | 9.581 | 0.000 |

يكون التأثير ذا دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \geq 0.05$)

يوضح الجدول (21) دور بعد رأس المال الهيكلي على المتغير التابع بناء الميزة التنافسية حيث اظهرت النتائج وجود دور ذو دلالة معنوية لبعده رأس المال الهيكلي على المتغير التابع بناء الميزة التنافسية حيث كانت قيمة درجة تأثير β لبعده رأس المال الهيكلي (0.72) وهذا يعني ان الزيادة بدرجة واحدة في الاهتمام ببعده رأس المال الهيكلي تؤدي الى زيادة في مستوى بناء الميزة التنافسية بقيمة (0.72) كما بلغت قيمة معامل الارتباط 0.831 مما يدل على وجود علاقة طردية قوية بين بعد رأس المال الهيكلي و مستوى بناء الميزة التنافسية اما قيمة معامل التحديد فقد بلغت 0.691 وهذا يعني ان 69.1 % من التغيرات في مستوى بناء الميزة التنافسية ناتج عن التغير في الاهتمام ببعده رأس المال الهيكلي . بلغت قيمة احصائي الاختبار (91.787) (بمستوى دلالة إحصائية) 0.05 ≤ 0.000) وهذا يؤكد رفض الفرض القائل لا يوجد دور ذو دلالة معنوية للمتغير المستقل بعد رأس المال الهيكلي و المتغير التابع بناء الميزة التنافسية عند مستوى دلالة 0.05 وبالتالي قبول الفرضية القائلة بوجود دور ذو دلالة معنوية للمتغير المستقل رأس المال الهيكلي على المتغير التابع بناء الميزة التنافسية للشركة محل الدراسة. الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha=0.05)$ لرأس مال العلاقات على بناء الميزة التنافسية ببعديها (القيمة المدركة لدى الزبون، التميز) للشركة محل الدراسة.

جدول (22) نتائج تحليل الانحدار البسيط لمعرفة دور المتغير المستقل راس مال العلاقات على بناء الميزة التنافسية ببعديها (القيمة المدركة لدى الزبون، التميز) للشركة محل الدراسة

| المتغير | معامل الارتباط | معامل التحديد | F المحسوبة | مستوى الدلالة α | المعاملات الانحدار β | احصائي الاختبار t | مستوى الدلالة α |
|-----------------------|----------------|---------------|------------|------------------------|----------------------------|-------------------|------------------------|
| بناء الميزة التنافسية | .8670 | 0.752 | 124.113 | 0.000 | الثابت | 1.736 | .0000 |
| | | | | | راس مال العلاقات | 11.141 | .0000 |

يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha) \geq 0.05$

يوضح الجدول (22) دور بعد راس مال العلاقات على المتغير التابع بناء الميزة التنافسية حيث اظهرت النتائج وجود دور ذو دلالة معنوية لبعده راس مال العلاقات على المتغير التابع بناء الميزة التنافسية حيث كانت قيمة درجة تأثير β لبعده راس مال العلاقات (0.870) وهذا يعني ان الزيادة بدرجة واحدة في الاهتمام ببعده راس مال العلاقات تؤدي الى زيادة في مستوى بناء الميزة التنافسية بقيمة (0.870) كما بلغت قيمة معامل الارتباط 0.8670 مما يدل على وجود علاقة طردية بين بعد راس مال العلاقات و مستوى بناء الميزة التنافسية اما قيمة معامل التحديد فقد بلغت 0.752 وهذا يعني ان 75.2 % من التغيرات في مستوى بناء الميزة التنافسية ناتج عن التغير في الاهتمام ببعده راس مال العلاقات . بلغت قيمة احصائي الاختبار (124.113) F بمستوى دلالة إحصائية) 0.05 ≤ 0.000) وهذا يؤكد رفض الفرض القائل لا يوجد دور ذو دلالة معنوية للمتغير المستقل بعد راس مال العلاقات على المتغير التابع بناء الميزة التنافسية عند مستوى دلالة 0.05 وبالتالي قبول الفرضية القائلة بوجود دور ذو دلالة معنوية للمتغير المستقل بعد راس مال العلاقات على المتغير التابع بناء الميزة التنافسية للشركة محل الدراسة.

3.9 النتائج و التوصيات

3.9.1 نتائج الدراسة

من خلال التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة والتي تم تجميعها باستخدام أداة الدراسة توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1- أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى توفر الأبعاد الثلاثة (المعرفة و الخبرة العلمية و العملية ، الإبداع و الابتكار، المهارات و القدرات) للراس المال البشري كان مرتفعا ، ويدل ذلك على اهتمام شركة المدار الجديد بتوفير المعرفة و الخبرة العلمية و العملية توفي المهارات و القدرات لدى العنصر البشري و الاهتمام العالي بالإبداع و الابتكار لدى العنصر البشري باعتبارها احد الأبعاد الأساسية للراس المال البشري داخل الشركة لتنمية الراس المال الفكري.

2- أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى توفر الأبعاد الثلاثة (السياسات و الإجراءات و البرامج، العمليات الادارية و نظم المعلومات، الهيكل التنظيمي) للمتغير المستقل الراس المال الهيكلية كان مرتفعا، و بين ذلك الاهتمام المرتفع من قبل شركة المدار الجديد بالأبعاد الثلاثة المكونة للراس المال الهيكلية لتنمية الراس المال الفكري.

4. أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى توفر الأبعاد الثلاثة (الزبائن ، المنافسين المحتملين، التحالفات الاستراتيجية) للمتغير المستقل راس مال العلاقات كان مرتفعا، و يوضح هذا الاهتمام المرتفع من قبل شركة المدار الجديد بالأبعاد الثلاثة المكونة لراس مال العلاقات في الشركة لتنمية الراس المال الفكري.

5. بينت نتائج الدراسة أن مستوى توفر ابعاد المتغير التابع الميزة التنافسية(القيمة المدركة للزبون ، التميز) كان مرتفعا و يدل ذلك على الاهتمام المرتفع من شركة المدار الجديد بتوفير مستوى عالي من هذه الأبعاد لتحقيق الميزة التنافسية.

6. أظهرت الدراسة وجود دور ايجابي ذو دلالة إحصائية لمكونات راس المال الفكري مجتمعة (راس المال البشري، راس المال الهيكلية، راس مال العلاقات) بجميع ابعادها على الميزة التنافسية في الشركة محل الدراسة ، و هذا نتيجة للاهتمام المرتفع في الشركة بتوفير مكونات الراس المال الفكري و مكونات الميزة التنافسية الذي بدوره عكس الدور الايجابي لتحقيق الميزة التنافسية لهذا الشركة في بيئة العمل.

7. اوضحت الدراسة وجود دور ايجابي ذو دلالة إحصائية لمكونات راس المال الفكري منفردة (راس المال البشري، راس المال الهيكلية، راس مال العلاقات) بجميع ابعادها على الميزة التنافسية في الشركة محل الدراسة، و هذا يعكس الاهتمام بمكونات الراس المال الفكري و ابعادها بشكل مستقل لتحقيق الدور الايجابي لكل منها للوصول الى مستوى عالي من الميزة التنافسية في بيئة العمل لهذه الشركة.

8. أظهرت النتائج ان راس مال العلاقات كان له الدور الاقوى في تحقيق الميزة التنافسية للشركة يليه راس المال الهيكلية و في المرتبة الثالثة و الاخيرة يأتي راس المال البشري.

3.9.2 التوصيات

من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة ، يمكن تلخيص توصياتها في النقاط التالية :

1-الاستمرار بتبني ، وذلك لما أثبتته الدراسة من وجود علاقة بين مكونات نظم المعلومات الإدارية و التغيير التنظيمي.

2-اهتمام إدارات مؤسسات الضمان محل الدراسة بالنتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، فيما يتعلق بالتقييم الإيجابي الذي أفرزته نتائجها حول راس المال الفكري بأبعاده الثلاثة فسي ظل دعم الميزة التنافسية والذي

ينعكس إيجابيا على مستوى الخدمة المقدمة لعملائها.

3. الاهتمام بإقامة المؤتمرات والندوات العلمية، والدورات التدريبية وورش العمل بالشركة ، التي تتعلق بالراس المال الفكري لما له من تأثير إيجابي على الميزة التنافسية .

5. تعميق الوعي لدي المدراء والموظفون بالشركة محل الدراسة ، بأهمية علاقه الارتباط والأثر بين راس المال الفكري و الميزة التنافسية.

قائمة المصادر

1- المصادر العربية:

حسين بوزناق، (2018)، دور رأس المال المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة ، مجلة الاقتصاد الصناعي، جامعة باتنة. العدد (14) (1) .

إدريس، ثابت والمرسي، جمال الدين(2002)، الإدارة الاستراتيجية مفاهيم ونماذج تطبيقي، الدار الجامعية، القاهرة. بيسار عبدالمطلب، (2017)، دور الاستثمار في رأس المال الفكري في تحقيق الأداء المتميز لمنظمات الأعمال، دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية المسيلة، الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 10، العدد 17، ص ص176-190.

خليل، نبيل مرسي. (1996). الميزة التنافسية في مجال الأعمال. الدار الجامعية. بيروت.

الزعيبي، حسن علي. (2005). نظم المعلومات الاستراتيجية: مدخل استراتيجي. عمان. دار وائل للنشر والتوزيع.

السلمي، علي. (2001). إدارة الموارد البشرية. دار غريب للنشر والطباعة. القاهرة.

طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبحي إدريس (2009) ، الإدارة الاستراتيجية منظور منهجي متكامل " دار وائل للنشر، ط 2 .

عادل حرحوش ، (2008)، رأس المال الفكري وطرق قياسه وأساليب المحافظة عليه ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، ط 2.

عبد الله بلوناس وقذيفة أمينة، (2010)، دور راس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال ، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية ، المجلد (26) ، العدد الثاني .

عبد الحميد، عفاف السيد بدوي،(2012)، رؤية استراتيجية لرأس المال ودوره في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على شركة الاتصالات المصرية، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر: " راس المال الفكري العربي- نحو رؤية استراتيجية جديدة للاستثمار والتطوير"، بالتعاون مع معهد الادارة العامة بسلطنة عمان، المنعقد في الفترة من 28-30 إبريل 2013م، مسقط- سلطنة عمان، الجزء الاول، القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الادارية، جامعة الدول العربية، ص ص 121-150.

محمود الروسان ، محمود العجلوني،(2010)، أثر رأس المال الفكري في المصارف الأردنية ، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية ، المجلد (26) ، العدد الثاني، ص ص 37-57 .

2-المصادر الأجنبية

Kangarlouie, S.J., Shadkami, N., and Motavassel, M., (2012), "The Impact of Intellectual Capital, Social Capital, and Psychological Capital on Competitive Advantage of Vehicle Industries in Tahrn Stock Exchange", International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 2, No. 1, PP. 559-566.

- Nacer Daddi-Addoun,(2007), Revue Des Réformes Economique et Intégration en Economie Mondiale ،N°03 , Ecole Supérieure De Commerce, Alger,،p33.
- Porter, Michael E., Kramer, Mark R,(2006), Strategy and Society; The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review, December: PP78-92.

الملاحق
ملحق(1)
قائمة أسماء المحكمين

| التخصص | الدرجة العلمية | اسم المحكم |
|-------------|----------------|----------------------|
| ادارة اعمال | استاذ مشارك | د.رجعة الفاخري |
| احصاء | استاذ مشارك | د.فايزة الخفيفي |
| ادارة اعمال | استاذ مشارك | د. بشير العبار |
| ادارة اعمال | استاذ مشارك | د.عبدالقادر عامر |
| ادارة اعمال | استاذ مشارك | د. خالد عبدالله تليش |