

## رأس المال الفكري وعلاقته بالميزة التنافسية

"دراسة ميدانية على إدارة المنطقة الوسطى بشركة المدار الجديد للاتصالات"

**Intellectual capital and its relationship to competitive advantage**

**"A field study on the management of the central region of**

**Al-Madar Al-Jadeed Communications Company"**

عبدالله صالح محمد أبو حجر

Abdullah Saleh Mohammed Abu-Hajar

المعهد العالي للعلوم والتقنية، مصراتة

[abdullah5606066@gmail.com](mailto:abdullah5606066@gmail.com)

### الملخص:

هدفت الدراسة الى التعرف على أثر رأس المال الفكري على الميزة التنافسية دراسة ميدانية على شركة المدار الجديد للاتصالات فرع المنطقة الوسطى وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال توزيع استمارة الاستبيان على عينه الدراسة والبالغ (35) وتم اجراء التحليل الاحصائي عليها باستخدام البرامج الاحصائية (Smart PLS3) لاختبار فرضيات الدراسة. وتوصلت الدراسة الى انه لا توجد دلالة إحصائية ذات مستوى معنوية مشاهد بين رأس المال البشري والميزة التنافسية وتوجد دلالة إحصائية ذات مستوى معنوية مشاهد بين كلا من رأس المال العلاقي رأس المال الهيكلي والميزة التنافسية.

كما أوصت الدراسة بضرورة التعامل مع رأس المال الفكري على أنه مورد رئيسي واستراتيجي من بين الموارد المختلفة التي تمتلكها الشركة، والحفاظ عليه وتطويره بشكل مستمر، والتأكيد على أهميته ودوره في نجاح الشركة وتحقيق الميزة التنافسية لها، وخاصة في ظل ثورة المعلومات وانفتاح العالم بالمعلومات والمعرفة. والاهتمام برأس المال الفكري خصوصا في جانبه الهيكلي والعلائقي لأنهما مؤثران هامان في الميزة التنافسية.

الكلمات المفتاحية: رأس المال الفكري، الميزة التنافسية، التحليل الاحصائي.

### **Abstract:**

The study aimed to identify the impact of intellectual capital on competitive advantage, a field study on Al-Madar Al-Jadeed Communications Company, Central Region Branch. The descriptive analytical approach was used by distributing the questionnaire form to the study sample, which amounted to (35), and statistical analysis was conducted on it using statistical programs (Smart PLS3) to test the study hypotheses. The study concluded that there is no statistical significance at a significant level observed between human capital and competitive advantage, and there is statistical significance at a significant level observed between both relational capital, structural capital, and competitive advantage.

The study also recommended the necessity of dealing with intellectual capital as a major and strategic resource among the various resources that the company possesses and maintaining and developing it continuously, and emphasizing its importance and role in the success of the company and achieving its competitive advantage, especially in light of the information revolution and the openness of the world with information and knowledge. And paying attention to intellectual capital, especially in its structural and relational aspects because they are two important influences on the competitive advantage.

**Keywords:** Intellectual capital, competitive advantage, statistical analysis.

### **1- الإطار العام للدراسة**

#### **1-1 مقدمة الدراسة:**

في ظل اقتصاديات المعرفة احتل رأس المال الفكري أهمية خاصة من جانب الكتاب والمنظمات في الفكر المحاسبي من حيث مفهومة ومكوناته وأهدافه وأهميته وطرق قياسه. ورأس المال الفكري بعناصره المختلفة أصبح من العناصر الهادفة الواجب اخدها في الاعتبار عند تحديد القيمة الاقتصادية لمنظمات الاعمال. كما ان في العصر الاقتصادي الجديد أصبح يعتمد بشكل كبير جدا على موارد رأس المال الفكري الذي يتكون من رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس مال العلاقات.

والاهتمام برأس المال الفكري باعتباره أهم الموارد لصنع التقدم والنمو للمنظمات كما يعتبر الاهتمام بالميزة التنافسية هو الاهتمام برأس المال الفكري والذي يعد أصلا من الأصول غير الملموسة ويرتبط بالمعرفة التي تؤثر على زيادة

قيمة الموجودات الأخرى بالمنظمة الأمر الذي أدى إلى سعي المنظمات للحصول عليه واكتسابه وتخزينه ونشره والاستفادة منه في ظروف تؤمن للمنظمة فرص النجاح والاستمرار ، يحاول الباحثين إيجاد العلاقة الارتباطية بين رأس المال الفكري و الميزة التنافسية لما ينطوي على هذه العلاقة من قوة معرفية مؤثرة في حاضر المنظمات ومستقبلها واحداث تغييرات أساسية لزيادة الميزة التنافسية.

## 1-2 مشكلة الدراسة:

بناء على ما سبق يمكن صياغة مشكلة الدراسة في الأسئلة الآتية:

### ما علاقة رأس المال الفكري بالميزة التنافسية؟

ويتفرع من هذا التساؤل السؤالين التاليين:

- 1- هل هناك إدراك من قبل موظفي الشركة المدار الجديد للاتصالات برأس المال الفكري؟
- 2- هل توجد علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية؟

## 1-3 فرضية الدراسة:

تستند الدراسة على الفرضية الرئيسية التالية:

توجد علاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية بالشركة المدار الجديد للاتصالات.

ويتفرع من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1- (H1) توجد علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين رأس المال البشري والميزة التنافسية..
- 2- (H2) توجد علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين رأس المال الهيكلي والميزة التنافسية.
- 3- (H3) توجد علاقة ذات دلالة احصائية ايجابية بين رأس المال العلائقي والميزة التنافسية.

## 1-4 أهمية الدراسة:

وتكمن أهمية الدراسة في ثلاث جوانب:

أ- بالنسبة للباحث: زيادة في المستوى الثقافي والعلمي للباحثين بالاعتماد على أنفسهم في اكتساب المعلومة والاطلاع على مختلف المناهج واختياراً لأفضل منها ويجعلهم شخصية مختلفة من حيث التفكير والسلوك والانضباط والحركة وما إلى ذلك.

ب- بالنسبة للمجتمع: يضيف هذا الدراسة لشركة المدار الجديد إدارة المنطقة الوسطى (مجتمع الدراسة) معرفة عن رأس المال الفكري وكذلك علاقتها بالميزة التنافسية.

ج- بالنسبة للعلم: من خلال كل ما تم عرضه من معلومات وحقائق ونتائج وتوصيات يأمل الباحث ان يفتح هذا الدراسة المجال امام دراسات اخرى مستقبلية.

## 1-5 أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة بصورة رئيسية إلى تحديد علاقة رأس المال الفكري بالميزة التنافسية، ومن خلال الهدف الرئيسي تسعى الدراسة الى تحقيق الأهداف الآتية:

1-التعريف براس المال الفكري.

2-التعريف بالميزة التنافسية.

4- التعرف على علاقة راس المال الفكري بالميزة التنافسية.

## 1-6 حدود الدراسة:

1-الحدود الموضوعية: (راس المال الفكري وعلاقته بالميزة التنافسية).

2-الحدود المكانية: (دراسة ميدانية إدارة المنطقة الوسطى بشركة المدار الجديد للاتصالات).

3-الحدود الزمنية: الدراسة خلال الفصل الدراسي ربيع 2024م

## 1-7 منهجية الدراسة:

اتبعنا في هذا الدراسة المنهج الوصفي لبيان مفاهيم راس المال الفكري والميزة التنافسية وكذلك المنهج الاستقرائي لصياغة المشكلة واختبار الفرضيات، كما تم استخدام المنهج التحليلي الاستدلالي في اختبار صحة الفرضيات للوصول إلى النتائج والتوصيات.

## 1-8 الدراسات السابقة:

لقد احتوى الادب المحاسبي الكثير من الدراسات ذات العلاقة ومن هذه الدراسات:

**1- دراسة شعبان (2011)** جاء الدراسة بعنوان رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين وجود متطلبات رأس المال الفكري بأبعاده الثلاث البشري والهيكلية والعلاقاتية في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال وتحقيق الميزة التنافسية للشركة، والدراسة إذا كان هناك اختلاف في مكونات رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للشركة، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في الوظائف الإدارية في الشركة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطوير استبانة لجمع البيانات عن متغيرات الدراسة، ومن نتائج هذه الدراسة التوصل لوجود علاقة بين وجود متطلبات رأس المال الفكري بأبعاده الثلاث البشري والهيكلية والعلاقاتية في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال وتحقيق الميزة التنافسية للشركة وخاصة بمتغير الجودة، كما تم التوصل إلى أن هناك اختلاف في مكونات رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للشركة، حيث ظهر أن رأس مال العلاقات هو أكبر المكونات الرأس المال الفكري الذي يساهم في تحقيق الميزة التنافسية في الشركة.

**2- دراسة محمد، سعيد، (2011):** كانت بعنوان أثر رأس المال الفكري في تحسين الأداء المنظمي بالموصل دراسة الآراء عينة من تدريسي المعهد التقني بالموصل: تهدف الدراسة إلى التعرف على أثر رأس المال الفكري في تحسين الأداء المنظمي من خلال قياس علاقات الارتباط والأثر بينهما في ضوء تحليل البيانات المجمعة عن طريق الاستبانة الموزعة على عينة مكونة من (96) تدريسيًا في المعهد التقني في الموصل وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي تؤكد معنوية علاقات الارتباط والأثر بين متغيرات الدراسة الرئيسية والفرعية كما توصلت الدراسة إلى وجود وعي متزايد بأن رأس المال الفكري في المنظمة بعدد من الموجودات غير الملموسة والمهمة وأن تفعيل هذا المورد من خلال استثماره يوفر قدرة كبيرة للمنظمة لتحقيق النجاح والنمو وتحسين الأداء.

تبين أن هناك توجهها إيجابياً لدى الباحثين بشأن مؤشرات الأداء المنظمي الذي يمثل قدرة المنظمة على استخدام مواردها بالصورة التي تحقق أهدافها بطريقة كفؤة وفاعلة، وهذا مؤشر على أن المنظمة تستثمر رأس المال الفكري، كونه أكثر الأصول قيمة في ظل اقتصاد يطلق عليه الاقتصاد المعرفي لأنه يمثل قوة علمية قادرة على إدخال التعديلات الجوهرية على كل شيء في أعمال منظماتهم فضلاً عن ابتكاراتهم، كما بينت نتائج الدراسة أن رأس المال البشري حصل على نسبة اتفاق عالية وهذا مؤشر على أن المنظمة تمتلك التدريسيين من ذوي القدرات الفكرية والمعرفية والمهنية وعلى نحو يميزهم ويجعلهم مصدر للأداء المتميز وموضع قيمة في منظماتهم، كما أظهرت النتائج أن متغير الكفاءة والفاعلية حصل على نسبة اتفاق عالية أيضاً وهذا يبين قدرة المنظمة على استخدام الموارد الاستخدام الأمثل لتحقيق أهدافه، وبينت نتائج الدراسة أن هناك علاقات ارتباط معنوية بين متغيرات رأس المال الفكري مجتمعة ومؤشرات الأداء المنظمي، الأمر الذي يفصح لنا عن امتدادات وتأثيرات رأس المال الفكري في كل أوجه نشاطات المنظمة، أي ارتباط رأس المال تفكري بكفاءة وفاعلية الأداء المنظمي.

**3- دراسة أبو الغنم (2012)** أثر تنمية رأس المال الفكري في فاعلية نظم المعلومات الاستراتيجية في شركات الصناعات الغذائية بجدة: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر تنمية رأس المال الفكري في فاعلية نظم المعلومات الاستراتيجية في شركات الصناعات الغذائية بجدة، وقد تم تطوير استبانة الغرض جمع البيانات وتحقيق أهداف الدراسة. ومن أهم النتائج التي تم التوصل إليها:

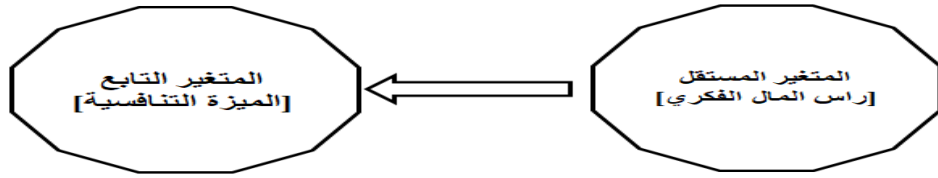
- أن تصورات الباحثين في شركات الصناعات الغذائية المستوى تنمية رأس المال الفكري والمستوى فاعلية المديرين جاءت بمستوى منخفض وجود أثر الأبعاد تنمية رأس المال الفكري صناعة رأس المال الفكري، تنشيط رأس المال الفكري المحافظة على رأس المال الفكري الاهتمام بالزبائن في فاعلية نظم المعلومات الاستراتيجية في شركات الصناعات الغذائية بجدة.

- وجود أثر لتنمية رأس المال الفكري بأبعاده (صناعة رأس المال، وتنشيطه، والاهتمام به على الأداء المؤسسي كأحد أبعاد فاعلية نظم المعلومات الاستراتيجية.

- وجود أثر الأبعاد تنمية رأس المال الفكري بصورة مجتمعة الصناعة، الاستقطاب، التنشيط المحافظة الاهتمام على الأداء الفردي للموظف كأحد أبعاد فاعلية نظم المعلومات الاستراتيجية.

### 1-9 نموذج الدراسة:

من خلال الاطلاع على الأدب المحاسبي ذو العلاقة، تهدف هذا الدراسة إلى دراسة راس المال الفكري كمتغير مستقل وبيان علاقته بالميزة التنافسية كمتغير تابع. كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (1)

المصدر: الباحثين

### 2- الإطار النظري للدراسة:

#### مفهوم رأس المال الفكري:

هنالك عدة تعارف تناولت مفهوم رأس المال الفكري نذكر منها:

عرف (نور، واخرون، 2010: ص25) هو المهارات والمعرفة التقنية والعلاقات , وكذلك الماكينات التي تجسدها والممكن استخدامها لخلق ثورة. حيث يشير هذا التعريف إلى ان رأس المال الفكري هو المعرفة (المهارات والخبرات والتعليم المتراكم في العنصر البشري) التي يمكن تحويلها الى قيمة.

كما عرف (أبو سويح، 2015: ص264)، راس المال الفكري بانه مجموع كل ما يعرفه الأفراد والمنظمة ويحقق ميزة التنافسية في السوق يصنف هذا التعريف رأس المال الفكري كمصدر لتحقيق الميزة التنافسية التي تمكن المنظمة من مواجهة المنافسة الشديدة.

يرى (Ulrich) أن رأس المال الفكري هو مجموعة المهارات المتوفرة في المنظمة التي تتمتع بمعرفة واسعة تجعلها قادرة على جعل المنظمة عالمية. من خلال الاستجابة لمتطلبات الزبائن والفرص التي تتبعها التكنولوجيا (العنزي، 2009: ص25). يرى الباحث أن رأس المال الفكري يتمثل في القدرة العقلية لدى فئة معينة من الموارد البشرية متمثلة في الكفاءات القدرة على توليد الأفكار المتعلقة بالتطوير الاستراتيجي للأنظمة والأنشطة والعمليات والاستراتيجيات بما يضمن للمنظمة ميزة تنافسية مستدامة.

## 2-2 مكونات رأس المال الفكري: (فرحاتي، 2015: ص71)

يتكون رأس المال الفكري من ثلاث مكونات ونعرضها كالاتي

**1- رأس المال البشري:** أي قدرات مستخدمي الشركة اللازمة لتوفير حلول لعملائها ولابتكار التجديد، وهو يمثل مصدر الابتكار والتحسين، ولكنها في نفس الوقت نفسه هو الأصعب على القياس وهو ينمو باستخدام الشركة لمعارف المستخدمين وزيادة هذه المعارف.

**2- رأس المال الهيكلي:** وهي الأسس الارتكازية لرأي المال البشري بما في ذلك القدرات التنظيمية لمواجهة متطلبات السوق، كما يتضمن نوعية نظم المعلومات التقنية وإمكانية الوصول إليها ورؤى الشركة ومادتها الصلبة، وتعتمد قيمة مدى قدرتها على تمكين الشركة من تفعيل وتحريك واستخدام رأس مال البشري؛ أي معارف الشركة في خدمة اهدافها.

**3- رأس المال العملاء العلائقي:** وهو العلاقة مع الناس الذين تتعامل الشركة معهم والذين يمثلون بزائنها (ومحفزيها) وقد أسماه البعض برأس المال العلاقات وهو الأعلى قيمة بين مكونات رأس المال الفكري والأسهل على قياس الإيرادات، إن التفاعل بين هذه الأنواع الثلاثة لرأس المال هو الذي يساعد على تحديد القيمة الحقيقية لرأس المال الفكري الكلي لشركة، الشكل التالي يوضح مكونات رأس المال الفكري.

## 2-3 مفهوم الميزة التنافسية:

عرف (سليم، 2010: ص85) الميزة التنافسية بكونها قدرة القطاعات على تلبية احتياجات الزبائن فيما يتعلق بالخدمات والمنتجات وتقديمها بجودة عالية، بهدف إرضائهم، فضلاً عن تلبية احتياجات الموظفين في الشركة، وتوفير عائد على الاستثمار لتحقيق النمو التطور، والوصول إلى الغايات والأهداف المنشودة .

في حين يعرف (الحوري، 2010: ص26) الميزة التنافسية بكونها مجموعة العوامل التي لها علاقة مباشرة وغير مباشرة في استقرار الشركة في السوق، والتي تشمل على المشاركة الفاعلة في المجالات الاقتصادية، والتي تؤثر على استقرار وتنمية الأرباح، وذلك من خلال الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة.

كما تعرف الميزة التنافسية بكونها السياسة المتفوقة التي تتبعها الشركة للتنافس في السوق وتحقق أفضل النتائج التي تصبو إليها، وذلك من خلال إتباع استراتيجيات محددة من شأنها تحقيق الميزة التنافسية. (العتوم، 2009: ص62)

ويعتقد (حسن، 2017: ص22) أن الميزة التنافسية عبارة عن استراتيجية تقوم على تطوير نموذج أعمال الشركة، وتدفع بعجلة النمو والتطور فيها، وتتيح للشركة فرصة إنتاج وتقديم خدمات و سلع ومنافع للزبائن تتفوق فيها على نظيراتها من المنافسين في السوق، ويحفف للشركة مزيد من الأرباح، ويحسن من سمعتها في السوق. مما سبق تعرف

الميزة التنافسية بأنها قدرة الشركة على تلبية متطلبات واحتياجات الزبائن والتي تؤثر على استقرار الشركة في السوق ويحقق لها تفوق تنافسي بشكل يزيد من حصتها السوقية ويعظم ربحيتها.

## 2-4 أبعاد الميزة التنافسية:

تشير الميزة التنافسية إلى الخصائص والقدرات والكفاءات المحورية وجوانب التفوق التي تتمتع بها الشركات وتميزها عن المنافسين في الأسواق، وعادة ما يشار إلى وجود الميزة التنافسي من خلال تواصل الأداء فوق المتوسط، وتكون الشركات ذات الأداء الأعلى من الصناعة لعدة فترات زمنية، وهناك العديد من النواتج من وراء الميزة التنافسية مثل الحصة السوقية والتنوعية التي تشير إلى إجمالي مبيعات الشركة منسوبةً إلى إجمالي مبيعات الصناعة، وكثافة التصدير والتي تشير إلى حجم الصادرات منسوبةً إلى الطلب المحلي (سليم، 2010: ص91).

وفيما يلي توضيح بأهم أبعاد الميزة التنافسية بما يلي (العنوم، 2009: ص72)

**1- الحصة السوقية:** فتعد الحصة السوقية مؤشر للتعرف على حجم مبيعات الشركة في السوق، فتعظيم الحصة السوقية يساعد على توفير ارض صلبة بحيث تستطيع الشركة أن تستمر بأعمالها بشكل طبيعي وفعال. وتعرف بأنها نسبة إجمالي مبيعات خدمات ومنتجات الشركة، والتي يتم حسابها من خلال تحديد حجم الإيراد أو الأرباح التي حققتها الشركة، والذي بناءً عليه يتم توجيه عمليات الإنتاج والتوزيع والتسويق وتحليل حصة الشركة في السوق. وتُعرف بأنها قدرة الشركة على تعظيم نسبة مبيعاتها، وزيادة أرباحها في السوق وجذب زبائن جند والاهتمام بزبائنها الحاليين.

**2- النوعية:** كما تعد النوعية من أهم المؤشرات التي تبين للشركة مدى تحقيقها للميزة التنافسية، فكلما كانت جودة الخدمات والسلع ونوعيتها أفضل كلما انعكس على أفضلية الشركة وتحقيقها للميزة التنافسية في السوق. تعرف النوعية على أنها مجموعة من النشاطات والعمليات المتكاملة التي تتبعها الشركة كاستراتيجية التحسين إنتاجها وتخفيض التكلفة وكسب رضا الزبائن وتوسيع نطاق التسويق والتوزيع، وتحقيق أهداف الشركة التنافسية. كما تعرف بأنها سياسة تتبعها الشركة لتقييم مدى جودة الخدمات والمنتجات التي تتفق وتلبي توقعات العميل.

## 2-5 مصادر الميزة التنافسية:

تتمثل مصادر الميزة التنافسية في الشركة بما يلي: (بويعة، 2012: ص81)

**1- الابتكار:** بعد الابتكار مصدراً رئيسياً لتحقيق ميزة تنافسية عالية في البيئة الديناميكية، ونقطة محورية في استراتيجية الشركات، فمع التطور الهائل في مجال التكنولوجيا والاتصالات، بات الابتكار يشكل ركيزة أساسية، وبعدها مهماً في الأداء الاستراتيجي، ولذلك فمن الأهمية بمكان، أن تسعى الشركات إلى التكيف مع البيئة الخارجية، والاستجابة للمتغيرات التنظيمية التي تفرضها عليها المنافسة القوية في السوق، بهدف تحقيق ميزة تنافسية مستدامة،

وتعظيم الأرباح، وجذب أكبر عدد من الزبائن إليها، ويُعرف الابتكار بكونه الاستراتيجيات التي تستخدمها الشركات والتي تقوم على مبدأ استحداث أفكار جديدة، وتوليد ممارسات مبدعة، لا مثيل لها، ومواكبة متطلبات العصر من تكنولوجيا وخطط وأساليب إدارية حديثة، وتنفيذها وتطبيقها من أجل تحقيق ميزة تنافسية تضاهي غيرها من المنافسون.

**2- الوقت:** فالوقت يشكل المصدر الرئيسي لتحقيق الميزة التنافسية، والتي تتطلب من الشركات السرعة في تلبية ومتطلبات واحتياجات الزبائن والتأقلم مع تحولات البيئة المتغيرة، والتي تتطلب تجزئة العمل والتنبؤ بحدوث التغيرات بشكل دائم، وتحديث الآليات لضمان حصول الزبائن على المنتج والخدمات بسرعة تلافيًا للاختناقات وزيادة التكاليف.

**3- المعرفة:** فالمعرفة أهم الاستراتيجيات لأي شركة تريد أن تستثمر في المنافسة في السوق التنافسي وتريد التوصل إلى النجاح، وتسعى إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستخدمة من قبل المنافسين، كما أنها تساعد على تحويل المعلومات المهمة والخبرات التي تمتلكها الشركة، والتي تعتبرها ضرورية للأنشطة الإدارية المختلفة كحل المشكلات واتخاذ القرارات والتخطيط الاستراتيجي. (همشري، 2013: ص 40)

وفي ضوء ما تقدم يمثل كل من الابتكار والوقت والمعرفة القاعدة المتينة التي تساعد وتدفع الشركة لتحقيق ميزة تنافسية تضاهي المنافسين، فكلما ركز صناع القرار والإدارات العليا على هذه المصادر، كلما ساعدت الشركة في تحقيق أهدافها، والتوسع في خططها الاستراتيجية.

### 3- الإطار العملي للدراسة:

#### 3-1 مجتمع وعينة الدراسة:

توضح الدراسة اثر راس المال الفكري على الميزة التنافسية للشركات الليبية وتمت الدراسة على شركة المدار الجديد لأسباب ترجع الى امكانيات الباحثين , ويتكون مجتمع الدراسة من العاملين في ديوان فرع المنطقة الوسطى، و بلغ عدد عناصر المجتمع 50 عنصر , وبلغت عينة الدراسة (35) مستجوبا تم اختيارهم من المجتمع بشكل قصدي ، وتم استخدام الاستبانة كأداة للجمع البيانات من عينة الدراسة للتعرف على آرائهم حول متغيرات الدراسة. ، وبلغت الاستبيانات الموزعة 35 استبانة وكانت عدد الاستبيانات المرجعة وصالحة للتحليل 28 استبانة أي بنسبة تقارب 80% وهي نسبة جيدة للقيام بالدراسة (Hair et. el, 2010).

#### 3-2 ثبات أداة جمع البيانات:

يعني ثبات الاستبانة مدى الاتساق الداخلي لفقراتها، من أجل التأكد من أنها مناسبة لما نريد قياسه، حيث تم استخدام معامل كرونباخ الفا (Cronbach's Alpha) لفحص الثبات. وتعتبر قيمة معامل كرونباخ الفا

مقبولة إذا كانت مساوية أو تجاوزت 0.70 وتدل على صدق الاستبانة (Bougie, U.,Sekaran & R.,2013)، وبلغت نسبة المعامل في هذه الاستبانة كما هو موضح في الجدول التالي:

**الجدول رقم (02) يوضح قيمة الفا**

ت	المغير	عدد الفقرات	معامل الفا
1	راس المال الفكري	5	0.762
2	راس المال الهيكلي	5	0.792
3	راس المال العلاقي	5	0.741
4	الميزة التنافسية	7	0.904

**3-3 الاساليب الاحصائية لتحليل البيانات:**

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم الاعتماد على البيانات الأولية التي جمعت من عينة الدراسة حول المتغيرات الاساسية، وتحتوي الاستبانة على جزئين: الجزء الأول يتعلق بالخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة حيث تضمن (المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، سنوات الخبرة). بينما الجزء الثاني كان يتعلق بالبيانات حول متغيرات الاساسية للدراسة وتم تقسيمه الى محورين الاول يتعلق بالمتغيرات المستقلة (راس المال الفكري - راس المال الهيكلي - راس المال العلاقي) وتتضمن كل متغير على 5 فقرات تحتاج الاجابة عنها وفق مقياس ليكرت الخماسي، واما المحور الثاني يتعلق بالمتغير التابع وهو الميزة التنافسية ويحتوي على 7 فقرات تحتاج الاجابة عنها وفق مقياس ليكرت الخماسي

وتم تصميم الجزء الثاني وفقا لمقياس ليكرت الخماسي المتدرج الذي يتكون من خمسة مستويات تقابل كل فقرة وهي ((موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة)) واعطيت الدرجات (1 , 2 , 3 , 4 , 5)

على التوالي وقد روعي عند صياغة الأسئلة الجوانب الرئيسية لتحقيق الترابط

ولاختبار فضيات الدراسة تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

الجداول التكرارية والنسب المئوية لوصف الخصائص الديمغرافية للعينة

استخدام برنامج (Smart PLS3). هو نموذج إحصائي يسمح بدراسة العلاقات بين مجموعة من المتغيرات المستقلة والمتغير التابع

وفيما يلي عرض لنتائج التحليل الإحصائي للبيانات

**3-3-1 عرض الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة الديموغرافية:**

تم في هذا الجزء عرض الإحصاء الوصفي لعينة الدراسة حسب المستوى التعليمي والمستوى الوظيفي وسنوات الخبرة من خلال جداول تكرارية.

1- المستوى التعليمي

جدول (03) توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
28.6%	8	دبلوم فأقل
67.9%	19	بكالوريوس
3.5%	1	ماجستير فأكثر
100.00%	28	المجموع

يعرض الجدول اعلاه توزيع العينة حسب المستوى التعليمي حيث تجاوز حملة المؤهلات الجامعية 70% من مجموع العينة وهذا ما يزيد من مصداقية الإجابات.

2- المستوى الوظيفي

جدول رقم (04) توزيع العينة حسب المستوى الوظيفي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الوظيفي
7.10%	2	مدير
17.90%	5	رئيس قسم
75.00%	21	موظف
100.00%	28	الاجمالي

اظهرت لنا البيانات بان 75% من عناصر العينة من الموظفين.

4- سنوات الخبرة

جدول رقم (05) توزيع العينة حسب سنوات الخبرة

النسبة	التكرار	سنوات الخبرة
35.70%	10	5 سنوات فأقل
53.58%	15	من 6 الى 10 سنوات
3.57%	1	من 11 الى 15 سنة
7.15%	2	16 سنة فأكثر
100.00%	28	الاجمالي

أظهرت لنا البيانات بان 60% من عناصر العينة خبرتهم أكثر من 6 سنوات مما يدل على ان العينة لها خبرة عملية مما يزيد من مصداقية الاجابات.

### 3-3-2 قياس متغيرات الدراسة:

هذا وقد تم قياس متغيرات الدراسة باستخدام الإحصاء الوصفي عن طريق البرنامج الاحصائي (SPSS) عن طريق حساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات الاستبانة والتي حظيت بالقبول من قبل المشاركين بالدراسة كما موضح بالجدول التالي:

### الجدول (06) قياس متغيرات الدراسة

الانحراف المعياري	المتوسط	الفقرة	ر.م
راس المال البشري			
0.785	4.250	تمتلك الشركة طاقما من الموارد البشرية ذات الكفاءات والمهارات المتميزة القادرة على التعامل بكفاءة وفاعلية داخل إدارات وأقسام الشركة.	A1
0.758	3.679	تقوم الشركة بتوفير فرص التطوير والتنمية المهنية ومستلزمات القيام بالأعمال العملية.	A2
0.950	3.750	مؤهلات الموظفين في الشركة تتناسب مع الوظائف المناطة بهم.	A3
0.674	4.214	يكفل نظام العمل استمرار العمل حتى وان ترك أحد العاملين الشركة.	A4
0.593	3.929	لدى العاملين القدرة على ابتكار أفكار وأساليب جديدة للعمل.	A5
راس المال الهيكلي			
0.655	4.000	تعد القوانين واللوائح الموجودة في الشركة كافية لسد الغرض الذي وجدت من أجله.	B1
0.859	3.893	يسمح الهيكل التنظيمي لموظفي الشركة بأداء وظائفهم والقيام بمسؤوليتهم كاملة.	B2
0.817	3.893	وجود هيكل تنظيمي متقدم يعمل بأحدث نظم الرقابة والاستجابة للمتغيرات	B3
1.180	3.464	تعمل إدارة الشركة على تمكين العاملين وتفوضهم في الكثير من السلطات.	B4

الانحراف المعياري	المتوسط	الفقرة	ر.م
0.911	3.750T6	تعتبر الشركة رائدة في مجال تقديم البحث والتطوير بشكل يُجاري آخر التطورات التقنية في الصناعة.	B5
راس المال العلاقي			
0.773	3.786	تسعى الشركة باستمرار لإقامة علاقات تعاون مع مؤسسات محلية وعربية ودولية لتطوير معارف موظفيها وقدراتهم.	C1
1.017	3.964	تحرص الشركة على الاحتفاظ بعملائها وتحقيق رضاهم وولائهم.	C2
0.958	3.286	تعطي الشركة لزمائها مجالا لطرح وتطبيق أفكارهم وتطلعاتهم المستقبلية في ميادين الصناعة والتسويق.	C3
0.854	3.357	تقدم الشركة الخبرة التي يحتاجها أصحاب المصلحة الخارجيون.	C4
0.863	3.571	تسعى الشركة للحصول على عضوية العديد من الجمعيات المهنية والعلمية.	C5
الميزة التنافسية			
0.871	4.25	تبتكر الشركة طرق جديدة لزيادة نسبة المبيعات.	D1
0.724	3.893	تقيم الشركة وضع السوق المستهدف باستمرار.	D2
0.911	3.75	تحرص الشركة على تحليل البيئة السوقية الخارجية من فرص وتهديدات.	D3
0.901	3.786	تسعى الشركة إلى التوسع في السوق جغرافيا من أجل تحقيق حصة سوقية كبيرة.	D4
0.742	3.857	تحرص الشركة على الابداع والابتكار في منتجاتها.	D5
0.655	4.000	تحرص الشركة على تقديم سلعه وفق أفضل المعايير العالمية.	D6
0.618	4.107	تحرص الشركة على الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات الضرورية للوصول إلى ضبط الجودة للخدمات والسلع.	D7

### 3-3-3 اختبار الفرضيات دراسة:

لاختبار فرضيات الدراسة تم استخدام برنامج (Smart PLS3). هو نموذج إحصائي يسمح بدراسة العلاقات بين مجموعة من المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، وهو نموذج يقلل من الأخطاء القياسية، ويتم استخدامه في حالة العينات الصغيرة، وعند تحليل البيانات بهذا النموذج فان التحليل يمر مرحلتين:

1- نموذج قياسي (نموذج خارجي) Measurement Model: يهدف الى معرفة مدى صدق وثبات فقرات الاستبيان في قياس متغيرات الدراسة.

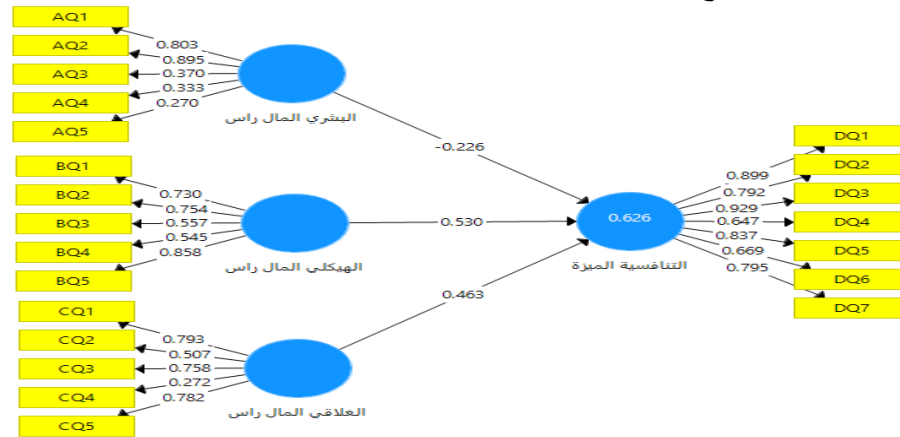
2- نموذج هيكلية (نموذج داخلي) Construction Model: من خلال هذا النموذج يتم تحديد العلاقة بين المتغيرات الكامنة فيما بينها.

جدول (07) الموثوقية وصحة التقارب

متوسط الانحراف المفسر (AVE)	الموثوقية المركبة (CR)	التشبعات (loading)	البنود	العبارات والمركبات
0.805	0.892	0.803	تمتلك الشركة طاقما من الموارد البشرية ذات الكفاءات والمهارات المتميزة القادرة على التعامل بكفاءة وفاعلية داخل إدارات وأقسام الشركة.	A1
		0.895	تقوم الشركة بتوفير فرص التطوير والتنمية المهنية ومستلزمات القيام بالأعمال العملية.	A2
		0.370	مؤهلات الموظفين في الشركة تتناسب مع الوظائف المناطة بهم.	A3
		0.333	يكفل نظام العمل استمرار العمل حتى وان ترك أحد العاملين الشركة.	A4
		0.270	لدى العاملين القدرة على ابتكار أفكار وأساليب جديدة للعمل.	A5
0.618	0.829	0.73	تعد القوانين واللوائح الموجودة في الشركة كافية لسد الغرض الذي وجدت من أجله.	B1
		0.754	يسمح الهيكل التنظيمي لموظفي الشركة بأداء وظائفهم والقيام بمسؤوليتهم كاملة.	B2
		0.557	وجود هيكل تنظيمي متقدم يعمل بأحدث نظم الرقابة والاستجابة للمتغيرات	B3
		0.545	تعمل إدارة الشركة على تمكين العاملين وتفوضهم في الكثير من السلطات.	B4
		0.858	تعتبر الشركة رائدة في مجال تقديم البحث والتطوير بشكل تجاري آخر التطورات التقنية في الصناعة	B5
0.489	0.823	0.793	تسعى الشركة باستمرار لإقامة علاقات تعاون مع مؤسسات محلية وعربية ودولية لتطوير معارف موظفيها وقدراتهم.	C1
		0.407	تحرص الشركة على الاحتفاظ بعمالها وتحقيق رضاهم وولائهم.	C2
		0.758	تعطي الشركة لزيائنها مجالا لطرح وتطبيق أفكارهم وتطلعاتهم المستقبلية في ميادين الصناعة والتسويق.	C3
		0.272	تقدم الشركة الخبرة التي يحتاجها أصحاب المصلحة الخارجيون.	C4

متوسط الانحراف المفسر (AVE)	الموثوقية المركبة (CR)	التشبعات (loading)	البنود	العبارات والمركبات
		0.782	تسعى الشركة للحصول على عضوية العديد من الجمعيات المهنية والعلمية	C5
0.643	0.925	0.899	تبتكر الشركة طرق جديدة لزيادة نسبة المبيعات.	D1
		0.792	تقيم الشركة وضع السوق المستهدف باستمرار.	D2
		0.929	تحرص الشركة على تحليل البيئة السوقية الخارجية من فرص وتهديدات.	D3
		0.657	تسعى الشركة إلى التوسع في السوق جغرافيا من أجل تحقيق حصة سوقية كبيرة.	D4
		0.837	تحرص الشركة على الابداع والابتكار في منتجاتها.	D5
		0.669	تحرص الشركة على تقديم سلعه وفق أفضل المعايير العالمية.	D6
		0.795	تحرص الشركة على الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات الضرورية للوصول إلى ضبط الجودة للخدمات والسلع.	D7
			الميزة التنافسية	

### 1- المصدر: مخرجات برنامج Smart PLS Version 3.2.3



شكل (03) يوضح النموذجان القياسى والهيكلى للدراسة

3-3-1 تقييم النموذج القياسى:

يسمح بدراسة درجة مصداقية وموثوقية النموذج وذلك لحساب الموثوقية المركبة (CR) والتي يجب أن تكون أكبر من (0.7) ولتقييم المصداقية يتم استخدام متوسط التباين AVE والذي يجب أن يكون أكبر من (0.5) (Hair and al, 2010) (Bagozzi and Yi 1988).

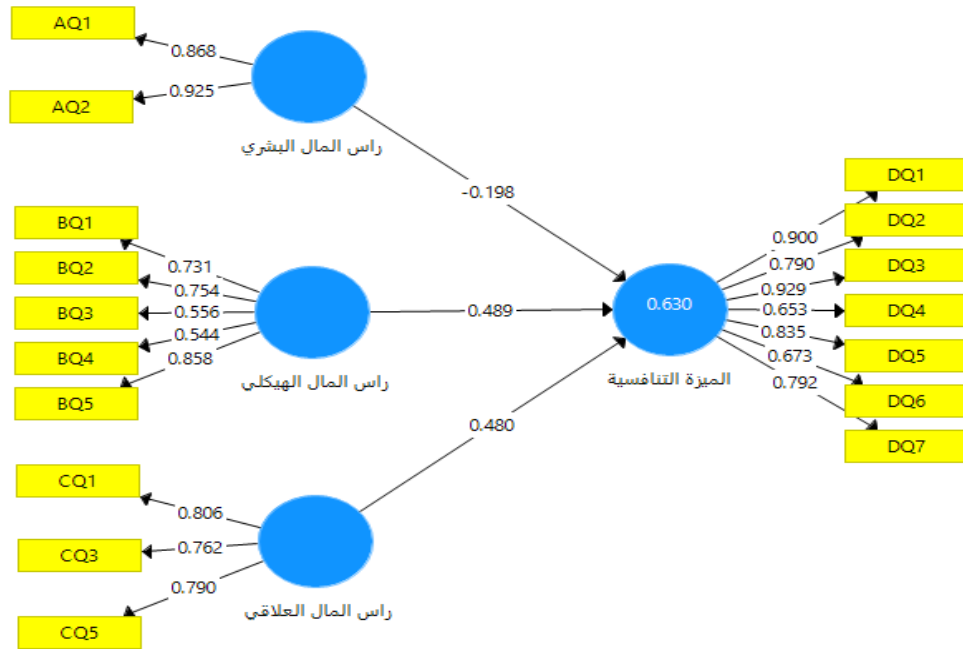
ومن خلال الشكل (03) يتضح أن مصداقية المكونات لم تحقق الشرط المطلوب في رقم (A3)، (A4)، (A5)، (C2)، (C4) في النموذج القياسي مما ترتب عليه حذفها، بسبب أن التشبع الخارجي لها (Outer Loading) كان أقل من (0.5)، مما أدى إلى زيادة الموثوقية المركبة (Composite Reliability). حيث أصبحت تزيد عن (0.7)، وكذلك إلى زيادة متوسط التباين المفسر (AVE) الذي أصبح يزيد عن (0.5) كما هو موضح في الجدول (08) والشكل (04).

### جدول (08) الموثوقية وصحة التقارب بعد التعديل

متوسط الانحراف المفسر (AVE)	الموثوقية المركبة (CR)	التشبعات (loading)	البنود	العبارات والمركبات
0.805	0.892	0.803	تمتلك الشركة طاقما من الموارد البشرية ذات الكفاءات والمهارات المتميزة القادرة على التعامل بكفاءة وفاعلية داخل إدارات وأقسام الشركة.	راس المال البشري
		0.895	تقوم الشركة بتوفير فرص التطوير والتنمية المهنية ومستلزمات القيام بالأعمال العملية.	
0.618	0.829	0.73	تعد القوانين واللوائح الموجودة في الشركة كافية لسد الغرض الذي وجدت من أجله.	B1
		0.754	يسمح الهيكل التنظيمي لموظفي الشركة بأداء وظائفهم والقيام بمسؤوليتهم كاملة.	B2
		0.557	وجود هيكل تنظيمي متقدم يعمل بأحدث نظم الرقابة والاستجابة للمتغيرات	B3
		0.545	تعمل إدارة الشركة على تمكين العاملين وتفوضهم في الكثير من السلطات.	B4
		0.858	تعتبر الشركة رائدة في مجال تقديم البحث والتطوير بشكل تجاري آخر التطورات التقنية في الصناعة	B5
0.489	0.823	0.793	تسعى الشركة باستمرار لإقامة علاقات تعاون مع مؤسسات محلية وعربية ودولية لتطوير معارف موظفيها وقدراتهم.	C1
		0.758	تعطي الشركة لزيائنها مجالا لطرح وتطبيق أفكارهم وتطلعاتهم المستقبلية في ميادين الصناعة والتسويق.	C3
		0.782	تسعى الشركة للحصول على عضوية العديد من الجمعيات المهنية والعلمية	C5
0.643	0.925	0.899	تبتكر الشركة طرق جديدة لزيادة نسبة المبيعات.	D1
		0.792	تقيم الشركة وضع السوق المستهدف باستمرار.	D2

متوسط الانحراف المفسر (AVE)	الموثوقية المركبة (CR)	التشبعات loading)	البنود	العبارات والمركبات
		0.929	تحرص الشركة على تحليل البيئة السوقية الخارجية من فرص وتحديات.	D3
		0.657	تسعى الشركة إلى التوسع في السوق جغرافيا من أجل تحقيق حصة سوقية كبيرة.	D4
		0.837	تحرص الشركة على الابداع والابتكار في منتجاتها.	D5
		0.669	تحرص الشركة على تقديم سلعه وفق أفضل المعايير العالمية.	D6
		0.795	تحرص الشركة على الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات الضرورية للوصول إلى ضبط الجودة للخدمات والسلع.	D7

1- المصدر: مخرجات برنامج Smart PLS Version 3.2.3



شكل (04) يوضح النموذجان القياسي والهيكلية بعد اجراء التعديل

بالإضافة إلى ما سبق قد أظهر معيار (Fornell and Larcker; 1981) أن الجذر التربيعي لقيم متوسط التباين المفسر (AVE) بين أن ارتباط المتغير مع نفسه أكبر من ارتباطه بالمتغيرات الأخرى (Higher than the interconstruct correlations)، وهذا ما يؤكد أن شرط التمايز قد تحقق كما هو موضح بالجدول (09).

جدول (09) الارتباط وصحة التمايز

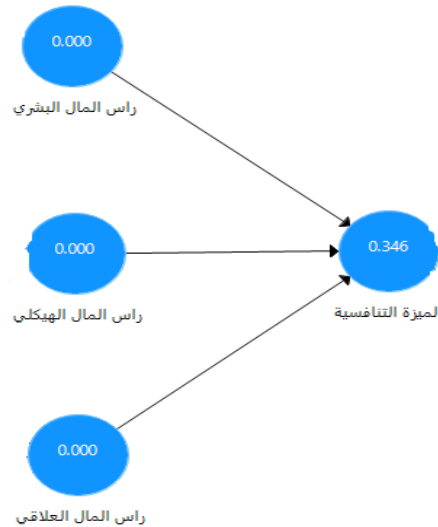
الميزة التنافسية	راس المال العلاقي	راس المال الهيكلي	راس المال البشري	
			0.897	راس المال البشري
		0.699	0.484	راس المال الهيكلي
	0.786	0.613	0.383	راس المال العلاقي
0.802	0.704	0.687	0.223	الميزة التنافسية

المصدر: مخرجات برنامج Smart PLS 3.2.3

3-3-3-2 تقييم النموذج الهيكلي:

لقد كان معامل التحديد ( $R^2$ ) للميزة التنافسية (0.346)، وهذا يدل على ابعاد راس المال البشري معا تفسر (63%) من التغير في الميزة التنافسية، وأيضا فيما يخص Stone-Geisser ( $Q^2$ ) فهي كانت أكبر من الصفر (0.346)، حسب الشكل رقم وهذا يدل على أن العلاقات في النموذج لها أهمية تنبؤي Henselar (and et, al ,2009).

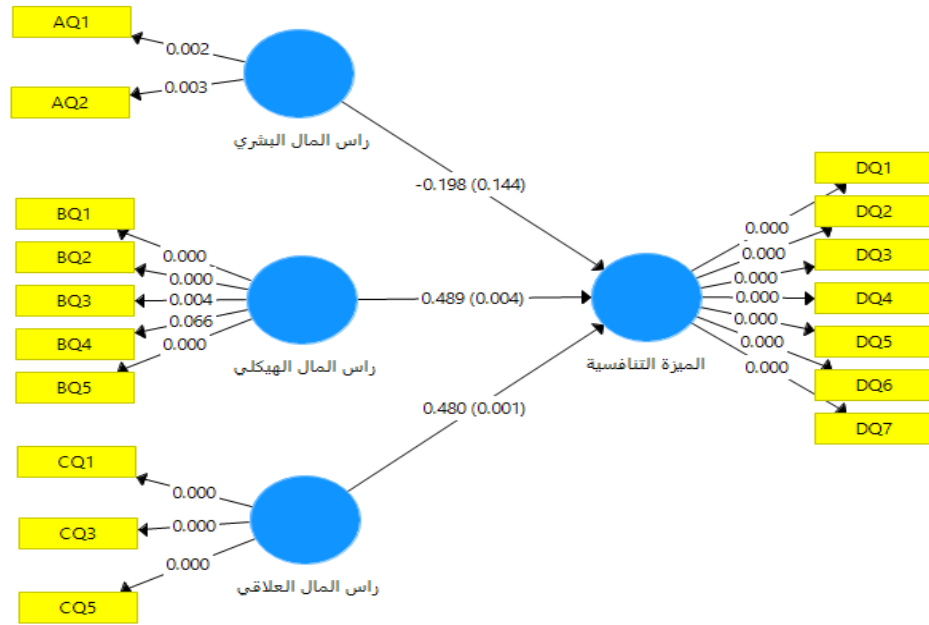
شكل (05) يوضح معامل التحديد



3-3-3-3 اختبار فرضيات الدراسة:

لاختبار فرضيات الدراسة تم تقييم النموذج الهيكلي وذلك باستخدام طريقة Bootstrapping كما هو موضح في الشكل (06) والجدول (10).

شكل (06) يوضح اختبار الفرضيات



جدول (10) طريقة Bootstrapping

القرار	p-value مستوى المعنوية	t- value قيمة اختبار t	Standred Deviation الانحراف المعياري	Original Sample قيمة بيتا	
قبول	0.001	3.446	0.139	0.480	راس المال العلاقي
قبول	0.004	2.918	0.167	0.489	راس المال الهيكلي
عدم قبول	0.144	1.463	0.135	0.198-	راس المال البشري

المصدر: مخرجات برنامج Smart PLS 3.2.3

من خلال الجدول (10) والشكل (06) يتضح ان الفرضية H2، H3 قد حظيت بقبول حيث ان مستوى معنوية (p-value) اقل من 0.05. اما الفرضية H1 قد حظيت بعدم قبول عن مستوى معنوية (p-value) أكبر من 0.05. وبالتالي يمكن القول

- توجد دلالة إحصائية ذات مستوى معنوية مشاهد بين راس المال العلاقي والميزة التنافسية.
- توجد دلالة إحصائية ذات مستوى معنوية مشاهد بين راس المال الهيكلي والميزة التنافسية.
- لا توجد دلالة إحصائية ذات مستوى معنوية مشاهد بين راس المال البشري والميزة التنافسية.

## النتائج والتوصيات:

نعرض ملخصاً لأهم النتائج التي تم التوصل إليها من خلال التحليل الإحصائي للبيانات التي تم تجميعها بواسطة الاستبيان وكذلك أهم التوصيات المقترحة على ضوء النتائج والتي تساهم في تعزيز نقاط القوة أو معالجة نقاط الضعف.

### أولاً النتائج:

- 1- هناك إدراك من قبل موظفي الشركة المدار الجديد للاتصالات برأس المال الفكري.
- 2- لا توجد دلالة إحصائية ذات مستوى معنوية مشاهد بين رأس المال البشري والميزة التنافسية
- 3- توجد دلالة إحصائية ذات مستوى معنوية مشاهد بين رأس المال العلاقي والميزة التنافسية.
- 4- توجد دلالة إحصائية ذات مستوى معنوية مشاهد بين رأس المال الهيكلي والميزة التنافسية.

### ثانياً التوصيات:

- 1- ضرورة التعامل مع رأس المال الفكري على أنه مورد رئيسي واستراتيجي من بين الموارد المختلفة التي تمتلكها الشركة، والحفاظ عليه وتطويره بشكل مستمر، والتأكيد على أهميته ودوره في نجاح الشركة وتحقيق الميزة التنافسية لها، وخاصة في ظل ثورة المعلومات وانفتاح العالم بالمعلومات والمعرفة.
- 2- الاهتمام برأس المال الفكري خصوصاً في جانبه الهيكلي والعلائقي لأنهما مؤثران هامان في الميزة التنافسية.
- 3- الاهتمام بالبحث والتطوير بشكل تجاري آخر التطورات التقنية في الصناعة.
- 4- السماح لربائث الشركة بطرح أفكارهم وتطلعاتهم المستقبلية في ميادين الصناعة والتسويق.

### المراجع:

#### أولاً: المراجع العربية

- a. أبو الغنم، خالد محمد، (2012)، أثر تنمية رأس المال الفكري في فاعلية نظم المعلومات الإستراتيجية في شركات الصناعات الغذائية بمجدة. جامعة الملك عبد العزيز. المملكة العربية السعودية.
- 2- (2) أبوسويح، أيمن، (2015)، العناصر والمكونات الأساسية لمكونات رأس المال الفكري: دراسة تحليلية"، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد الثالث والعشرون، العدد الأول.
- 3- (3) الحوري، سليمان، وإسماعيل، محمد، (2010)، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق استراتيجيات الميزة التنافسية "دراسة ميدانية على شركات صناعة الدواء الأردنية"، مجلة المنارة، المجلد 4

- 4- العتوم، محمد فوزي، (2009)، رسالة المنظمة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على قطاع صناعة الادوية الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الاردن.
- 5- العنزي، صالح، (2009)، ادارة راس المال الفكري في منظومات الاعمال، دار اليازوري العلمية للنشر، عمان، الأردن.
- 6- بوعبة، عبد الوهاب، (2012)، دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية) دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال - موبيليس، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر.
- 7- حسن، احمد إبراهيم سعيد، (2017)، أثر ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في شركات الأدوية الأردنية حسب حجم الشركات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الاردن.
- 8- شعبان، مصطفى رجب، (2001)، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال. رسالة ماجستير، الجامعة السالمية-غزة.
- 9- سليم، أحمد عبد السالم، (2010)، الإدارة الاستراتيجية والميزة التنافسية في المنظمات الحديثة، مصر، المكتب الجامعي الحديث.
- 10- فرحاتي، لويذة، (2015)، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة باتنة، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
- 11- محمد، نوال يونس، سعيد، منى يونس، (2011)، أثر رأس المال الفكري في تحسين الأداء المنظمي بالموصل دراسة لآراء عينة من تدريسي المعهد التقني بالموصل. مجلة العلوم الاقتصادية، العدد، 30 الجمهورية العراقية.
- 12- نور، عبدالناصر، القش، طاهر، قراقيش، جهاد، (2010)، راس المال الفكري، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد 25.
- 13- همشري، عمر، (2013)، إدارة المعرفة الطريق إلى التميز والريادة، عمان: دار صفاء للنشر.

#### أولاً: المراجع الاجنبية

- 1) Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis (7th ed.). Upper saddle River, New Jersey: Pearson Education International.
- 2) Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). Research methods for business : a skill-building approach. 6th ed. Chichester, West Sussex: Wiley.