مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لشركات الاتصالات في سورية
اسم الكاتب: د. موسى الغرير، د. شادي بيطار، معتصم اسماعيل
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/4531
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 14:00 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (36) العدد (3) 2014
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (36) No. (3) 2014

دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لشركات الاتصالات في سورية

الدكتور موسى الغرير*
الدكتور شادي بيطار**
معتصم اسماعيل***

(تاريخ الإيداع 9 / 2 / 2014. قُبِل للنشر في 14 / 5 / 2014)

□ ملخّص □

يظهر تقييم واقع المؤسسات الاقتصادية في البلدان النامية ضعف الوعي بمفاهيم رأس المال الفكري وأبعاد المعرفة التي توجه لتحقيق الميزة التنافسية في ظل اقتصاد عالمي مبني على المعرفة، ويتطلب تحقيق الميزة التنافسية ادارك الشركات كيفية إدارة رأس المال الفكري وتحويله إلى قيمة مضافة، مما يتطلب من الشركات البحث عن الأفكار الإبداعية والمهارات الفكرية في الموارد البشرية لتحقيق الأهداف الإستراتيجية التي تسعى لها في ظل المنافسة الشديدة لمخرجات العلم والمعرفة فقد أدركت الشركات في ظل التحولات التنافسية العالمية أنَّ رأس المال الفكري هو العامل الأهم الذي يحقق لها ميزة تنافسية مستمرة. وفي ظل الانفتاح العالمي على المعلومات أصبح من الصعب حجب المعرفة، لذا تسعى الشركات إلى اكتساب ميزة تنافسية من خلال استغلال الطاقات الإبداعية الفكرية للأفراد لتقديم خدمات مميزة. أي جعل الموارد غير المادية ميزة تنافسية،سيتناول هذا البحث دراسة دور الاستثمار في رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية في شركات الاتصالات في سورية.

الكلمات المفتاحية: رأس المال ، الفكري، اتصالات ، ميزة تنافسية

* أستاذ – قسم الاقتصاد– كلية الاقتصاد– جامعة دمشق– سورية.
** مدرس – قسم الاقتصاد– كلية الاقتصاد– جامعة دمشق– سورية.
*** طالب دراسات عليا (دكتوراه)– قسم الاقتصاد– كلية الاقتصاد– جامعة دمشق– سورية.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (36) العدد (3) 2014
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (36) No. (3) 2014

Role of Intellectual Capital in Achieving Competitive Advantage for Telecommunications Companies in Syria

Dr. Moussa Alghrer*
Dr. Chadi Betar**
Moutasem Ismael***

(Received 9 / 2 / 2014. Accepted 14 / 5 / 2014)

□ ABSTRACT □

Assessing the reality of economic institutions in developing countries shows lack of awareness of the concepts of intellectual capital and dimensions of knowledge that exist to achieve a competitive advantage in a global economy. Competitive advantage requires knowledge of how to manage intellectual capital and turn it into an additional value. This in turn requires companies to search for creative ideas and intellectual skills in order to achieve their strategic objectives in view of intense competition globally. This research tries to assess the role of investment in intellectual capital in helping the Syrian Communication company secure a competitive advantage.

Keyword : Capital , intelligent, telecommunication, competitive advantage,

*Professor, Department of Economics, Faculty of Economics, Damascus University, Damascus, Syria.
**Assistant Professor, Department of Economics, Faculty of Economics, Damascus University, Damascus, Syria.
***Postgraduate Sstudent (Ph.D.), Department of Economics, Faculty of Economics, Damascus University, Damascus, Syria.

مقدمة:

أنَّ التحولات في البيئة الاقتصادية المحلية والإقليمية والدولية أدَّت إلى زيادة حدة المنافسة بين الشركات على كافة المستويات، كما اتسم اقتصاد المعرفة بالتعقيد والديناميكية، وأصبحت المعرفة مورداً استراتيجياً مستداماً يؤثر بشكل مباشر على تنافسية الشركات في مختلف القطاعات وخاصة قطاع الاتصالات.

ولقد أصبح رأس المال الفكري رأس المال الحقيقي في ظل الاقتصاد التنافسي وعصر العولمة فهو الذي يؤدي الدور الأكبر في الإبداع والابتكار للخدمات والمنتجات؛ وبالتالي هو القادر على تحويل المعرفة المتراكمة إلى قيمة إضافية؛ ومن ثمَّ ميزة تنافسية، فهو لا يخضع لقانون الغلة المتناقصة –عكس الموارد المادية– في الاستغلال بل يتمتع بزيادة العوائد كلما زاد الاستثمار به واستغلاله بشكل أفضل.

مشكلة البحث:

يشهد قطاع الاتصالات الخلوية في سورية منافسة أحادية بين شركتي (MTN, Syriatel) مع احتمال لدخول مشغل ثالث أو أكثر إلى السوق السورية، مما سيجعل المنافسة شديدة وسيجعل النجاح في قطاع الاتصالات الخلوية في سورية للشركات التي تُحقق ميزة تنافسية وتعمل على الحفاظ عليها من خلال توفير متطلبات كل من رأس المال البشري والهيكلي والاجتماعي، ويمكن لنا خلال ما سبق صياغة مشكلة الدراسة بأهميَّة التركيز من قبل شركات الاتصالات الخلوية في سورية على رأس المال الفكري سبيلاً لتحقيق الميزة التنافسية.

فرضيات البحث:

لمعالجة مشكلة الدراسة سيتم الانطلاق من الفرضية التالية:

- توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين مدى توفر المعرفة والخبرة وتحقيق الميزة التنافسية.
- توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين مدى توفر الابتكار وفريق العمل وتحقيق الميزة التنافسية.
- توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين مدى توفر رأس المال الهيكلي وتحقيق الميزة التنافسية.

أهمية البحث وأهدافه:

- مساعدة شركات الاتصالات في سورية في تقييم رأس المال الفكري التي تمتلكه ومعرفة أهميته في تحقيق ميزة تنافسية للشركات العاملة.
- وضع برنامج من شأنه تطوير رأس المال الفكري وتوضيح أهمية رأس المال الفكري وأهمية الاستثمار في الموارد البشرية التي تمثلها الشركة من أجل خلق قيمة مضافة وميزة تنافسية للشركة.
- تلافي النقص في الأبحاث التي تناولت موضوع الميزة التنافسية للشركات الاتصالات من خلال الاستثمار في رأس المال الفكري، مما يجعل هذه البحث مرجع لباقي الأبحاث.

يهدف البحث الى:

- التعرف إلى مدى توفر مكونات رأس المال الفكري لدى شركات الاتصالات في سورية.
- التعرف فيمَا إذا شركات الاتصالات في سورية تعتمد على رأس المال الفكري لتحقيق ميزة تنافسية.

- إعطاء صورة واضحة لدور رأس المال الفكري في شركات الاتصالات والمساهمة في زيادة التوعية إلى أهميَّة رأس المال الفكري في الاستثمارات.

الدراسات السابقة:

1- (Mitchell, 2010) Study: "A model for managing Intellectual capital to generate wealth". Massey University.

اعتمدت هذه الدراسة على تطوير واختبار نموذج لإدارة رأس المال الفكري في الشركات وقد اعتمدت الدراسة على ثلاث مكونات لرأس المال الفكري (البشري، رأس المال الهيكلي، ورأس المال الخارجي أي العلاقات) وتوصلت الدراسة إلى أنَّ بعد إجراء الاختبار على عينه من مدراء تنفيذيين أنَّه لا يوجد إدراك لمعنى إدارة رأس المال الفكري، وأوصت بالاهتمام بإجراء تغيرات في سلوك العاملين في الشركة بالإضافة إلى أهميَّة المنشأة الاجتماعية للأفراد.

2- (Memon et al., 2009) Study: "Human capital a source of competitive advantage 'Ideas **for** strategic leadership'**".** Australian Journal of Basic and Applied Sciences.

اعتمدت هذه الدراسة على أنَّرأس المال الفكري جزء لا يتجزأ من أي منظمة، والغرض الرئيسي من رأس المال الفكري هو تحقيق الميزة التنافسية للشركات وتوصلت الدراسة إلىأنَّ التغيرات التكنولوجية والعولمة وحدَّة المنافسة غيرت من شكل النماذج التي تؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية. لذلك فإنَّ الأكثر قدرة على التغير واكتساب المزيد من المعرفة هو الأقدر على التغير ويعتبر رأس المال الفكري الأكثر تأثير على مكونات الميزة التنافسية للاستثمارات.

3- (Ipek&Zeki, 2009) Study: "The relationship between firm intellectual capital and the competitive advantage, Journal of Global Strategic Management.

تعتبر هذه الدراسة نموذجاً لقياس أثر رأس المال الفكري على الميزة التنافسية للاستثمارات التي تعتمد على اقتصاد المعرفة، وتوصلت الدراسة إلى أنَّ رأس المال غير الملموس لا يقل أهميَّة عن رأس المال المادي بل يفوقه عند الحديث عن الميزة التنافسية في اقتصاد قائم على المعرفة.

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة: بأنَّها اعتمدت على دراسة مكونات رأس المال الفكري (البشري والهيكلي والعلاقات) وأثره على الميزة التنافسية لقطاع ذا أهمية مثل الاتصالات التي تعتمد بدورها على اقتصاد قائم على المعرفة في كافة جوانبها.

المبحث الأول: الإطار النظري

أولا: رأس المال الفكري

في ظل اقتصاد المعرفة أصبحت الموجودات غير الملموسة تشكل أساساً في تطور الاستثمارات وانتشارها وزيادة حصصها السوقية، بحيث يشكل رأس المال الفكري من جانب خبراتهم ومعرفتهم طرفاً في تحقيق الميزة التنافسية للشركات وخلق القيمة المضافة للشركة ويعبر الباحثون عن هذه الموجودات برأس المال الفكري[1].

1-**مفهوم رأس المال الفكري:** إنَّ اعتماد الشركات في اقتصاد المعرفة على المهارة والمعرفة والمتخصصين في المجال عينَه، تعتمد على المعرفة المتراكمة في الموارد البشرية التي تأتي من ممارسة العمل ونتيجة للتدريب وتطوير التنمية التي ترصد لها الشركات مبالغ هائلة من أجل تكوين المعرفة المتراكمة التي يُعبر عنها برأس المال الفكري[2].

وقد توسع مفهوم رأس المال ليشمل كافة الإمكانيات المادية والمعنوية والذهنية والثقافية التي يمكن للمؤسسة الاستفادة منها ورأس المال الفكري الذي يشير إلى مهارات التعليم والثقافة والمعرفة المتراكمة في العنصر البشري الذي

يؤثر في تحقيق تنافسية للاستثمارات[3]. وأنَّ مفهوم رأس المال الفكري يرتبط بالمعرفة التراكمية المكتسبة ويمكن أنَّ يتلقاها المورد البشري لتكون أساس ممارسته في الشركة لتحقيق ميزة تنافسية من خلال استخدام المعرفة.

2- **تعريف رأس المال الفكري:**

يُعرف(Stewart 1997)رأس المال الفكري بأنَّه المعرفة والمعلومات وحقوق الملكية الفكرية التي يمكن توظيفها لإنتاج الثروة وتحقيق الميزة التنافسية للشركات[1] ويرى (Edvinsson,1997) أنَّ رأس المال الفكري هو الأصول غير الملموسة التي ليس لها كيان مادي ولا يمكن التنبؤ بمدى المنافع المتوقعة منها لعدم معرفة عمرها الإنتاجي، إلا أنَّها تُعبر عن أحد محددات الميزة التنافسية. ومن التعريفين السابقين يتبن أنَّ (Edvinsson،Stewart) يتفقا بأنَّ رأس المال الفكري يعبر عن مصدر للثروة ومحدداً من محددات الميزة التنفسية للاستثمارات. والجدول التالي يبين التعاريف المختلفة لرأس المال الفكري.

الجدول رقم (1) رأس المال الفكري واختلافات تعريفه

(Stewart, 1997)	المعرفة والمعلومات وحقوق الملكية الفكرية التي يمكن توظيفها لإنتاج الثروة وتحقيق الميزة التنافسية للشركة.
(Edvinsson, 1997)	الأصول غير الملموسة التي ليس لها كيان مادي ولا يمكن التنبؤ بمدى المنافع المتوقعة منها لعدم معرفة عمرها الإنتاجي.
(Despres& Chanvel,1996)	الموجودات الفكرية للمنشأة والتي على أساسها تحصل المنشأة على الحماية القانونية.
(Guthrie,2000)	القدرات المتميزة التي يتمتع بها عدد من العاملين التي تمكنهم من تقديم اهتمامات فكرية من اجل زيادة إنتاج الشركات.
(Awad & Ghaziri ,2004)	خبرات العاملين في الشركة، النظرة الخاصة بالشركة والملكية الفكرية.

المصدر: من إعداد الباحث

ويتضح أيضاً مما سبق في الجدول (1) اتفاق كل الباحثين على أنَّ رأس المال الفكري يمثل موجوداً فكرياً تحصل من خلاله الشركة على حماية فكرية يُساهم في خلق ميزة تنافسية من خلال استغلال أبعاده المختلفة، غير أنَّ بعضهم اعتبر أنَّ عمره الإنتاجي غير محدد، فالحفاظ عليه وتنميته يمكن أنَّ يحقق ميزة وقدرة على إضافة قيمة جديدة للشركة. ويتفقGuthrie[4] مع الباحثين بأنَّ رأس المال الفكري يُعبر عن القدرات المتميزة التي يتمتع بها العاملون التي تمكنهم من تقديم اهتمامات فكرية من أجل زيادة إنتاج الشركات والتأثير على التنافسية الكلية للشركات.مما دفع بعضهم إلى التفريق بشكل كبير بين رأس المال الفكري وغيرة من الأصول بسبب تعدد التعاريف التي تناولت رأس المال الفكري والجدول التالي (2) يبين الاختلاف بين رأس المال الفكري والمادي من حيث المضمون والطبيعة والزمن الذي يستخدم به ومجاله.

الجدول رقم (2) التميز بين رأس المال الفكري ورأس المال المادي.

البعد	رأس المال المادي	رأس المال الفكري
تكوين الأصل	مادي ملموس كمي	غير ملموس نوعي
الزمن الذي يستهدفه	يرتكز على الماضي	يتوجه نحو المستقبل
مضمون والطبيعة	تكلفة وطبيعته نقدية	قيمة وطبيعته غير مالي
استعماله	يتناقص مع الاستعمال	يتزايد مع الاستعمال

المصدر : سعد غالب ياسين ، 2007 إدارة المعرفة المفاهيم النظم والتقنيات عمان دارالمناهج

من الجدول السابق نلاحظ بأنَّ الإنسان يُعبر عن رأس المال الفكري أمَّا الآلة فتمثل رأس المال المادي، وإنَّ استخدام رأس المال الفكري يكون في المستقبل، أي إمكانية خلق قيمة مضافة للشركة في المستقبل يكون كبير لأنَّه يتزايد مع الزمن.

3- مكونات رأس المال الفكري

إنَّ رأس المال الفكري أصبح متغيراً مهماً ذا تأثير كبير على نجاح أو فشل الاستثمارات، وخاصة المعرفيَّة منها إذ ينعكس ذلك على قيمة الشركة السوقية، ويرى الكاتبان (Despres&Channvel)[5] بأنَّ رأس المال الفكري يتكون من أربعة مكونات:

- **رأس المال البشري** (Human Capital): ويشير إلى الموارد البشرية للشركة بما فيها المعرفة، وسر العمل، التي يمكن تحويلها إلى قيمة. وهذا يوجد لدى الأفراد، والنظم والقواعد والإجراءات التنظيمية التي تستخدمها الشركة.
- **رأس المال الهيكلي** (Structural Capital): وهذا يشير إلى تسهيلات البنية التحتية للشركة.
- **الموجودات العملية** (Business Assets): وهي رأس المال الهيكلي للشركة الذي يستخدم لخلق القيمة من خلال عملياتها التجارية مثل تسهيلات العمليات وشبكة التوزيع.
- **الموجودات الفكرية**: وهذه تعود للأصول الفكريَّة للشركة التي بموجبها تحتاج الشركة إلى الحماية القانونية، ويمكن لنا توضيح التصنيفات التي شملت مختلف جوانب رأس المال الفكري كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (3) جوانب رأس المال الفكري

البعد	البشري	الهيكلي	الداخلي
Mckenzie& Winkelen,2010	فكري وهيكلي	زبوني وتنظيمي	ابتكاري
Sveiby, 1997[6]	القدرات، المعارف، المهارات الخبرات الفردية والجماعية قدرات حل المشكلات	التحالفات والعلاقات مع الزبائن، الشركاء الموردون، والمستثمرون والإستراتيجيون الجماعة المحلية	بتكنولوجيا، المعلومات ولقواعد البيانات، والوثائق حقوق النشر
Stewart, 1997	الأفراد ، الفرق ،القيادة	البراءات، قواعد الأنظمة، البيانات	العقود، الولاء، العلاقات
Brooking, 1996[7]	خبرات متراكمة، قدرات الابتكار	براءات الاختراع ،الأسرار التجارية، حقوق التصميم، ماركات، منافذ توزيع	ثقافة الشركة،أساليب إدارة قوة العمل

المصدر: من إعداد الباحث

نلاحظ من الجدول السابق بأنَّ رأس المال البشري يعبر عن الجانب الفكري ويمثل القدرات والمهارات للأفراد ولجماعة العمل التي تنشا نتيجة المعرفة والخبرة المتراكمة، ورأس المال الهيكلي يتعلق بحقوق الملكية الفكرية وبيانات المعرفة واستراتيجيات استخدامها لتحقيق أفضل توزيع للخدمة أو المنتج؛ أما رأس المال الخارجي أو العلاقات تتمثل بالعقود وحقوق النشر وتوسيع مفهوم رأس المال العميل لتشمل جميع العلاقات الخارجية مثل الموردين والجمعيات التجارية.

وبالرغم من أهميَّة رأس المال الفكري لابدَّ من مراعاة مايلي:

- أنَّ أهميَّة رأس المال البشري لا تكمن في مدخلاته وإنَّما في مخرجاته فمثلا مخرجات التعليم العالي متاحة لكل الشركات المتنافسة ولكن العبرة بتلك الشركات التي تحقق مزايا تنافسية للمخرجات.
- إنَّ البعد الكمي لعدد العاملين وسنوات الخدمة وغيرها لا تمثل أبعاداً كافية في تميز عمل الشركة وتفوقها على غيرها من الشركات المنافسة وإنَّما يجب البحث عن الأشخاص الموهوبين دوماً.

ثانياً: الميزة التنافسيَّة ومحدداتها الأساسية

يحظي موضوع التنافسية باهتمام واسع النطاق على الصعيد العالمي، ويمكن للشركات وخاصة في قطاع الاتصالات تحقيق الميزة التنافسية من خلال الاستغلال الأفضل للإمكانيات والموارد الفنية والمادية والمالية والتنظيمية المتاحة، بالإضافة إلى القدرات والكفاءات والمعرفة وغيرها من الإمكانيات التي تتمتع بها الشركة.

أولا: مفهوم الميزة التنافسية

يختلف مفهوم الميزة التنافسية تبعا لمستوى تحليل القدرة التنافسية بحيث يوجد ثلاث مستويات لتحيل القدرات:

- على مستوى الشركة من خلال إنتاج سلع وخدمات ذات نوعيَّة عالية تسهم في دفع المستهلك إلى طلبها أكثر من منافسيها.
- على المستوى القطاعي قدرة القطاع سواء الخدمي أو الصناعي أو الزراعي على استمرار تحقيق النجاح في الأسواق العالمية.
- على المستوى القومي وتُعبر الميزة التنافسية عن قدرة البلد على تحقيق معدل مرتفع ومستمر لمستوى الدخل من خلال تحسين إنتاجية أفراده بما يضمن تحقيق مستوى من النمو الاقتصادي.

ثانيا: تعريف الميزة التنافسية

يُعرف(Porter, 1993) الميزة التنافسية على أنَّها القيمة التي تستطيع الشركة أنَّ تحققها للزبائن فهي إذاً لا ترتبط بالاقتصاد بل بالشركات بحيث تأخذ أشكالاً مختلفة لأسعار تنافسيَّة[8].

ويرى السالم بأنَّ الميزة التنافسية تعبر عن مدى إمكانية الشركة المحافظة على زيادة حصتها السوقية في ضوء قدرتها على إشباع حاجات المتعاملين مها[9].

ويُعرفها (Miller&Dess,1996) بأنَّها جوهر أداء الشركة في سوق المنافسة وقدرتها على أداء نشاطها بتكلفة اقل وفعالية اكبر من منافسيه، وهذا يعتمد على قدرة رأس المال الفكري في تنفيذ الأعمال بشكل إبداعي[10].

ويُعرفها (Wright&kroll&Parnell,1995) بأنَّها منتجات تتمتع بميزة عن المنافسين بسعر اقل وجودة مرتفعة نتيجة استغلال رأس المال الفكري بها بشكل جيد.أما(Barney,1991) فيراها بأنَّها الموارد التي تتصف بالندرة والقيمة وصعوبة الإحلال والتقليد، لذا فالميزة التنافسية هي مفهوم استراتيجي التي تتمتع فيه الشركة بقدرة أعلى من منافسيها

في استغلال الفرص الخارجية أو الحد من أثر التهديدات، وتتعلق بالجودة أو بالتكنولوجيا أو القدرة على تخفيض التكلفة.

الاستراتيجيات التنافسيَّة لدى بورتر:

- إستراتيجية **التكلفة الأقل** التي تستهدف الزبائن ذوو الحساسية العالية للسعر مع مستوى من الجودة.
- إستراتيجية **التميز** وهنا العميل يقبل بأنْ يدفع في منتجات ذات جودة عالية سعر أعلى من المعتاد وفيها تكون الخدمات والسلع المقدمة والمنتجة من قبل الشركة متميزة على مستوى القطاع أو الاقتصاد.
- إستراتيجية **التركيز** ويرى بورتر أنَّ تستهدف الشركة مجموعة صغيرة من المتعاملين تلبي رغباتهم وتحافظ على مستوى مرتفع من الجودة والسعر أو كليهما.

والسؤال الذي يطرح نفسه كيف يمكن للشركات تحقيق تخفيض في التكلفة ورفع مستوى الجودة لتحقيق تميز عن المنافسين؟. يرى بورتر أنَّ ذلك لايمكن إلا عن طريق (الكفاءة المتفوقة، الجودة المتفوقة، التحديث المتفوق، والاستجابة لحاجة العملاء) وتعتبر هذه العناصر أساسية لتحقيق التنافسية لأي استثمار خدمي أو صناعي.

إنَّ المنافسة لم تعد تقتصر على الاستراتجيات بل بالاعتماد على البحث والتطوير للموارد والكفاءات التي من خلال استغلالها بالجودة المناسبة يمكن الوصول إلى تحقيق الاستراتجيات المطلوبة.

ثالثاً: العوامل المؤثرة على إنشاء الميزة التنافسية

تنشأ الميزة التنافسية نتيجة لعوامل داخلية أو عوامل خارجية، نذكرها كما يلي:

- **العوامل الخارجية:**تتمثل في تغير احتياجات العميل والتغيرات التكنولوجية أو الاقتصادية أو القانونية، والتي قد تخلق ميزة تنافسية لبعض الشركات نتيجة لسرعة رد فعلهم على التغيرات[11]، من هنا تظهر أهمية قدرة الشركة على سرعة الاستجابة للمتغيرات الخارجية.
- **العوامل الداخلية:**هي قدرة الشركة على امتلاك موارد وبناء أو شراء قدرات لا تكون متوفرة لدى المنافسين الآخرين، من بينها الابتكار والإبداع اللذين لهما دور كبير في خلق ميزة تنافسية. ويشمل الإبداع في الإستراتيجية والإبداع في أسلوب العمل أو التكنولوجيا المستخدمة أو الإبداع ثقافة الشركة.

رابعاً: أبعاد تحقيق الميزة التنافسية

يرتبط تحقيق الميزة التنافسية ببعدين أساسيين:

1-**البعد الأول:** القيمة التي يدركها العميل وتتضمن الجودة والسعر ومدى الاقتناع بالمنتج أو الخدمة بعد اقتناءها، ويلعب رأس المال الفكري دوراً بارزاً في تحسين هذه القيمة من خلال العلاقات التي يمتلكها رأس المال البشري للوصول إلى أفضل قيمة للمنتج والخدمة.

2-**البعد الثاني:** التميز بحيث يتم عرض السلعة والخدمة بالشكل التي لا يمكن للمنافسين تقليدها أو عمل نسخة عنها وهنا يوجد عدة مصادر للوصول إلى التميز في الخدمة من أهمها الموارد المالية والبشرية والإمكانيات التنظيمية[12].

خامسا: أساليب تحقيق الميزة التنافسية:

1-5- **الكفاءة المتفوقة:** أي شركة لابد لها من مدخلات وعمليات ومخرجات فكلما ارتفع معدل كفاءة العمليات التي تؤدي إلى تقليل حجم المدخلات اللازمة لإنتاج الخدمة أو السلعة؛ فالإنتاجية العالية تقود إلى كفاءة متفوقة.

2-5- **الجودة المتفوقة:** إنَّ الجودة العالية لمخرجات الشركة ستزيد من قيمة هذه المخرجات بالنسبة للعملاء مما سيمكنها من فرض سعر أعلى للمنتجات ما يؤدي إلى ميزة تنافسية تضمن بقاء الشركة واستمراريتها[13].

3-5-**الإبداع المتفوق:** كل تغير يطرأ على خدمات الشركة وأساليبها واستراتيجياتها لتقديم منتج جديد للسوق بأسلوب جديد مختلف عما يقدمه العملاء يسمح لها بفرض سعر عالي أو تخفيض في التكاليف.

4-5- **الاستجابة المتفوقة:** من خال تقديم خدمات للعملاء تشبع احتياجاتهم بشكل أفضل ما يفعله المنافسين مما يتطلب حساسية عالية ومعرفة كاملة للعملاء والتركيز على احتياجاتهم والاهتمام بالتنويع بالمنتجات والخدمات بحيث تلبي الرغبات المتجددة للعملاء والمتغيرة من حيث النوعيَّة والكميَّة.

سادساً: العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية

تزايدت أهمية إعادة الاعتبار لرأس المال الفكري في كونه أصبح دعامة تطور الاستثمارات واستمراريتها ونجاحها، فكلما زادت معدلات المعرفة لدى الموظفين زادت قدراتهم العقلية والإبداعية، وهو ما يشكل ميزة تنافسية، بعد ما تبين تفوق العنصر غير الملموس لقيمة التكنولوجيا المتقدمة على القيم الحقيقية لموجوداتها المادية كالأبنية والمعدات، وبسبب زيادة الضغوط على الشركات منخلال التغيرات التي تفرضها البيئة التي تعمل بها الشركات، فكان لابدَّ من زيادة الاستثمار في الموارد البشرية التي فرضت نفسها كأحدأهم موجودات الشركات في عالم المعرفة.

إنَّ الاتجاه الحديث في الإنفاق والاستثمار على البحث والتطوير وتشكيل رأس المال الفكري في الشركات، يهدف إلى زيادة القدرة على الإبداع التكنولوجي المستند إلى المعرفة التي يستطيع دعم المنتجات والخدمات من خلال الطاقة المعرفية لدى الشركة[14].

أي إنَّ معظم الشركات حاولت التغلب على المشكلات التي تواجها من خلال رأس المال الفكري باعتباره مورداً مستداماً، مما دفعها لتطوير طرق قياس كفاءة الاستثمار في رأس المال الفكري لتأثيره الشمولي على الميزة التنافسية للشركة.

النتائج والمناقشة:

المبحث الثالث: الإطار العملي

أولا: شبكة الاتصالات الدولية

يتمتع الآن حوالي 90% من سكان العالم بالنفاذ إلى شبكة الاتصالات المحمولة مما يجعل الهواتف المتنقلة منتشرة في كل مكان وتبين بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات بأنَّ عدد المشتركين في الهواتف النقالة في العالم يصل إلى3.6 مليار مشترك منها حولي 900 مليون مشترك في خدمات الجيل الثالث،ويعد النمو شديد في البلدان النامية فقد ارتفع عدد الاشتراكات في الاتصالات من 35% عام 2005 إلى 73% عام 2010 مع تراجع معد نمو الاشتراكات في البلدان المتقدمة حيث حافظ على معدل زيادة 6.1 %سنوياً.

ثانياً: لمحة عن شركات الاتصالات الخلوي العاملة في سورية

تعمل في الجمهورية العربية السورية شركتا اتصالات وفق عقود B.O.T وهي شركة سيريتل وشركة MTN وتعمل هاتان الشركات منذ عام 2001 حيث يتمتع سوق الاتصالات في سورية بمصدر استثمار مرتفع كونَه سوقاً جديداً للاستثمارات الخلوية النقالة، بالإضافة إلى أنَّ المعدل المرتفع للنمو السكاني جعل من سوق الاستثمار في قطاع

الاتصالات كبيراً ومستوى قبوله لأعداد متزايدة من الشركات التي يمكن أنَّ تحقق المزيد من التنافس للشركات الموجودة، وفيما يلي توضيح للشركتين

الجدول رقم (4) رأس المال للشركتين

الشركة	MTN	SYRIATEL
رأس المال	1500000000 ل س	3,350,000,000 ل.س
عدد الأسهم	لايوجد	134,000,000 سهم

المصدر: الجدول من إعداد الباحث

ثالثاً متغيرات البحث:

المتغير المستقل: وهو رأس المال الفكري المتمثل في رأس المال البشري والهيكلي

المتغير التابع: الميزة التنافسية جودة متفوقة وكفاءة متفوقة واستجابة سريعة

رابعاً: مجتمع وعينة البحث: يتكون مجتمع الدراسة من كافة موظفين المستويات الإدارية لشركتي الاتصالات في مدينة دمشق وقد اقتصرت عينة الدراسة على عينة متاحة بلغت 78 مدير هم الذين استجابوا لتوزيع الاستبيانات عليهم.

خامساً: أداة البحث: تم إعداد استبانه أولية وتم عرض الاستبانه على المشرف للتأكد من مدى ملائمتها لجمع البيانات، ومن ثم تم عرض الاستبانه على مجموعة من المحكمين الذين قدموا النصح والتعديل على الاستبانه وقد تناولت الاستبانه أربع محاور.

المحور الأول:عبارات تتعلق بالمعرفة والخبرة وتتضمن خمس عبارات، والمحور الثاني: عبارات تتعلق بالابتكار وفريق العمل وتتضمن خمس عبارات، والمحور الثالث: عبارات تتعلق برأس المال الهيكلي وتتضمن 5 عبارات، والمحور الرابع: عبارات تتعلق بالميزة التنافسية وتتضمن 7 عبارات.

سادساً: صدق وثبات أداة البحث:

1- خضعت أداة القياس لاختبارات الصدق والثبات Reliability & Validity من خلال حساب معامل ألفا والتحليل العاملي وذلك للتأكد من أنَّ أداة القياس تقوم بقياس المتغيرات بدقة.

ولأغراض هذه الدراسة ولاختبار صدق وثبات أداة القياس تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين في الإحصاء وقد استجاب الباحث لأراء المحكمين في إجراء ما يلزم وتعديل ما يناسب مقترحاتهم.

ومن اجل الإجابة عن سؤال ما هو دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية في شركات الاتصالات العاملة في سورية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات الاستبيان.

الجدول (5) متوسطات وانحراف المعياري لمفردات البحث

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المعرفة والخبرة(**Mitchell, 2010**)		
يتوفر لدى موظفي الشركة المعرفة لأداء مهامهم بأفضل وجه	4.125	0.502227

يتشارك الموظفون المعلومات مع الموظفين القدامى وما يملكوه من خبرات	4.125	0.708683
يملك الموظفون خبرة عالية في مجال اختصاصاتهم الموكلة اليهم	3.964286	0.778375
تساهم الخبرة التي يمتلكها الموظفون في حل المشكلات التي تواجههم في العمل	3.625	0.79198
تمتلك الشركة عدد كافي من الموظفين يملكون خبرة لأداء الأعمال بجودة عالية وبكفاءة	3.678571	0.888781
الابتكار وفريق العمل		
يتمتع الموظف بالقدرة على توليد الأفكار وتقديم الحلول للمشكلات	3.392	0.9196
يتوفر لدى الموظفين القدرة على الإبداع وتطوير العمل	3.678	0.684187
الموظفون متحفزون وملتزمون بالمشاركة في الأفكار الجديدة للخدمات التي تقدمها الشركة	3.464	0.755085
توجد مشاركة جماعية في حل المشكلات والتعامل مع القضايا المختلفة	3.892	0.879906
تحصل الشركة على أفضل النتائج عندما يتعاون الموظفين كفريق	3.535	0.653679
رأس المال الهيكلي(Ipek&Zeki, 2009)		
قواعد البيانات متوفرة ومتاحة للوحدات والدوائر المختلفة في الشركة	3.607	0.994244
تسعى الشركة الى استقطاب العمال ذوو المهارات العالية	4.339	0.785511
توفر الشركة الميزانية اللازمة من أجل تدريب الموظفين وتنمية مهاراتهم	4	0.626783
توفر الشركة لعملاءها خدمة تفعيل الخدمات الكترونيا	3.767	0.626529
تمتلك الشركة قنوات توزيع متعددة لخدماتها	3.946	0.666002
الميزة التنافسية:(ismael, mohamad,2012)		
يوجد وحدة للتواصل مع الزبائن لمعرفة آرائهم بجودة الخدمة	3.392	0.879906
يعطي الموظف عناية فائقة للمتعامل مع الزبائن وحل مشاكلهم	3.410	0.881897
يمتلك الموظف الخبرة الكافية للرد على استفسارات العملاء	3.660	0.714062
تسهم نظم المعلومات في الشركة في خفض تكاليف العمليات والخدمات	3.464	0.778375
تتبني الشركة الأفكار الإبداعية التي يقدمها الموظفون وتجربتها	3.758	0.737999
تفتح الشركة خط اتصال مع العملاء لتقديم اقتراحاتهم	3.660	0.785511
تهتم الشركة بآراء الزبائن ومقترحاتهم في تقديم خدمات جديدة	3.982	0.640621

الجدول من إعداد الباحث

يتضح من الجدول السابق بأنَّ درجة توفر رأس المال الفكري والميزة التنافسية لشركات الاتصالات في سورية من وجهة نظر موظفي الصفوف العليا تراوحت بين موافق وموافق بشدة، بالإضافة إلى أنَّه لم تحصل أي من عبارات الدراسة على استجابة قليلة، مما يشير إلى تقييم عالي لمدى توفر رأس المال الفكري والميزة التنافسية في شركات الاتصالات.أما مجال الخبرة والمعرفة كأحد الأبعاد الرئيسية لرأس المال الفكري، هنا تظهر موافقة من قبل أفراد العيِّنة على هذا المجال، ولكن جاء تقويم الخبرة التي يمتلكها الموظف والتي تساعده في أداء العمال بشكل صحيح اقل من باقي العبارات والسبب يعود إلى أنَّ مجال الاتصالات وتقانة المعلومات يعتبر جديداً، ولا يوجد عدد كبير ممن يمتلكون

خبرات سابقة في مجال العمل في شركات الاتصالات كونه قطاعاً جديداً على السوق السورية، لذلك يجب أنْ تراعي الشركات القيام بتدريب الموظفين الجدد بشكل كبير على التكنولوجيا الجديدة، والطلب منهم ممارسة مختلف الأعمال لتزداد خبرتهم في مجال الاتصالات. كما أنَّ مشاركة المعلومات بين أعضاء الفريق مما يساعد على أداء الأعمال بشكل أفضل حيث حصلت على أعلى تقييم في العيِّنة. كما أنَّ مجال الابتكار وفريق العمل يعتبر من أحد الأبعاد الرئيسية في رأس المال الفكري، حيث تعبر مستوى تقييم مفردات العينة على أنَّ الابتكار وتبني الأفكار الإبداعية من قبل الإدارة ذا تقييم ليس بالمرتفع والسبب في ذلك اعتماد الإدارات في الشركات على الالتزام بتطبيق التوجيهات والتعليمات الإدارية بحرفيتها، لذا يجب عل الشركات تدعيم الابتكار والأفكار الإبداعية وتوفير حوافز للموظفين الذين يقدمون أفكار إبداعية. أما محاور الدراسة فقد بلغت المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري كما في الجدول الآتي:

جدول رقم(6)المتوسطات والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة

المحور	المحتوى	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الاول	المعرفة والخبرة	3.903571	0.733965
الثاني	الابتكار وفريق العمل	3.592857	0.778491
الثالث	راس المال الهيكلي	3.932143	0.739814
الرابع	الميزة التنافسية	3.617347	0.774053

المصدر: الجدول من إعداد الباحث

نلاحظ من الجدول السابق أن كافة متغيرات الدراسة حصلت على متوسطات جيدة فكانت على الترتيب (3.9 3.6, 3.9, 3.5) لكل من المعرفة والخبرة والابتكار وفريق العمل، بالإضافة إلى رأس المال الهيكلي والميزة التنافسية وهذا يدلُّ على أنَّ تقويم توفر رأس المال الفكري والميزة التنافسية كان جيداً، غير أنَّ المعرفة والخبرة ورأس المال الهيكلي كان ذا تقيم مرتفع؛ أي مدى توفر هذا المكون في رأس المال الفكري لتحقيق الميزة التنافسية للشركات.

2- <u>اختبار ثبات المقياس</u>

الثبات مقياس للدرجة التي تكون فيها مجموعة من المؤشرات لتركيب كامن ثابتة داخلياً في مقاييسها، ويشير خطأ المقياس إلى أنّ الموثوقيَّة العالية لا تضمن أنَّ التركيب يمثل ما هو مفترض تقديمه. والموثوقيَّة هي ضرورية لكن ليست شرطاً كافياً للصلاحية.

وللتحقق من ثبات المقياس، استخدم الباحث معامل الارتباط ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) لكل متغير من متغيرا ت الدراسة بهدف اختبار ثباتها بالإضافة إلى حساب صدق المحك عبر حساب الجذر التربيعي لقيمة معامل ألفا كرونباخ، حيث أنَّ قيمة ألفا كرونباخ تعتبر مقبولة في العلوم الاجتماعية في حال كانت أكبر أو تساوي (60%)، حيث تتراوح قيمة معامل الثبات بين 0 و 1 (Malhotra,2004,268) وكلما اقتربت من الواحد كلما دلَّ ذلك على ثبات عالي للمقياس وكلما اقتربت من الصفر دلَّ ذلك على عدم وجود ثبات، وقد قام الباحث بحساب قيم معامل ألفا كرونباخ للتأكد من ثبات المقاييس المستخدمة والنتائج موضحة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (7) قيم معامل الفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة

المتغير	N of Items	Cronbach's Alpha	صدق المحك
المعرفة والخبرة	5	0.7467	0.86412
الابتكار وفريق العمل	5	0.6848	0.827526
رأس المال الهيكلي	5	0.8598	0.927854
الميزة التنافسية	7	0.8062	0.897886

الجدول من إعداد الباحث

يتضح من الجداول السابقة أنَّ جميع قيم معامل الثبات ألفا كرونباخ كانت أكبر من (60%) (Malhotra,2004,268)،وهذا يعني أنَّ المقاييس المستخدمة تتمتع بالثبات أيضاً، كما تتمتع بالصلاحية، كما أنَّ قيم صدق المحك كانت جميعها عالية مما يدلُّ على موضوعية العبارات وقدرتها على التعبير عن المتغيرات التي تقيسها بوضوح، وبالتالي فإنَّه سيتم التوصل إلى نفس النتائج إذا أعيد تطبيق الدراسة على العينة نفسها في فترة زمنيه لاحقة وكذلك تم التأكد من أنَّ جميع المقاييس تقيس ما وضعت لقياسه في الاستبيان.

3- <u>اختبار صدق المقياس الداخلي:</u>

● فيما يتعلق بمتغيرات الخبرة والمعرفة: بالنسبة لمتغير مدى توفر الخبرة والمعرفة كأحد مكونات رأس المال الفكري:الجدول التالي يبين علاقات الارتباط بين كل سؤال ومتغير الخبرة والمعرفة في الشركة، من الجدول السابق نلاحظ أنَّ جميع الأسئلة كانت مرتبطة بالمتغير التي تقيسه بمعاملات ارتباط قوية أو على الأقل جيدة حيث كانت جميع قيم معامل الارتباط Pearson أكبر .667 وهي قوة ارتباط جيدة ، كما أنَّ درجة المعنوية كانت لجميع الأسئلة أعلى من 99% ويدلل على ذلك قيمة (Sig. (2-tailed) .هي أقل من 0.01.

الجدول رقم (8)معاملات الارتباط بين كل عبارة ومتغير المعرفة والخبرة

يتوفر لدى موظفي الشركة المعرفة لأداء مهامهم بأفضل وجه	Pearson Correlation	.788(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	78
يتشارك الموظفون المعلومات مع الموظفون القدامى وما يملكوه من خبرات	Pearson Correlation	.771(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	78
يملك الموظفون خبرة عالية في مجال اختصاصاتهم الموكلة اليهم	Pearson Correlation	.667(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	78
تساهم الخبرة التي يمتلكها الموظف في حل المشكلات التي تواجههم في العمل	Pearson Correlation	.836(**)
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	78
تمتلك الشركة عدد كافي من الموظفين يملكون خبرة لأداء الأعمال بجودة عالية وبكفاءة	Pearson Correlation	.714(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	78
المعرفة والخبرة	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	78

المصدر: الجدول من إعداد الباحث

ومن ثم نستطيع القول بأنَّ هذه العبارات المطروحة في الاستبيان قادرة وبشكل جيد على التعبير عن المتغير المستهدف والذي هو "المعرفة والخبرة" كما وتجدر الإشارة إلى أنَّ العبارة"تساهم الخبرة التي يمتلكها الموظف في حل المشكلات التي تواجههم في العمل" هي الأكثر تمثيلاً عن المتغير حيث كانت درجة الارتباط هي الأعلى وكانت .836

- **<u>بالنسبة لمتغير</u>** الابتكار وفريق العمل فقد كانت معاملات الارتباط بين كل عبارة الابتكار وفريق العمل على الشكل التالي كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم(9) معاملات الارتباط بين كل عبارة ومتغير الابتكار وفريق العمل :Correlations

		VAR00012
يتمتع الموظف بالقدرة على توليد الأفكار وتقديم الحلول للمشكلات	Pearson Correlation	.629(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	78
يتوفر لدى الموظفين القدرة على الإبداع وتطوير العمل	Pearson Correlation	.864(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	78
الموظفون متحفزون وملتزمون بالمشاركة في الأفكار الجديدة للخدمات التي تقدمها الشركة	Pearson Correlation	.785(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	78
توجد مشاركة جماعية في حل المشكلات والتعامل مع القضايا المختلفة	Pearson Correlation	.622(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	78

تحصل الشركة على أفضل النتائج عندما يتعاون الموظفين كفريق	Pearson Correlation	.684(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	78
الابتكار وفريق العمل	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	78

** **Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).**

المصدر: الجدول من إعداد الباحث

من الجدول السابق نلاحظ أنَّ جميع العبارات كانت مرتبطة بالمتغير التي تقيسه بمعاملات ارتباط قوية أو على الأقل جيدة حيث كانت جميع قيم معامل الارتباط Pearson أكبر 622. وهي قوة ارتباط جيدة، كما أنَّدرجة المعنوية كانت لجميع العبارات أعلى من 95% ويدلُّ على ذلك قيمة (2-tailed) .Sigهي أقل من 0.01 وبالتالي نستطيع القول بأنَّ هذه العبارات المطروحة في الاستبيان قادرة وبشكل جيد على التعبير عن المتغير المستهدف والذي هو " الابتكار وفريق العمل كأحد مكونات رأس المال الفكري" كما وتجدر الإشارة إلى أنَّ كلاً من "يتوفر لدى الموظفين القدرة على الإبداع وتطوير العمل، والموظفون متحفزون وملتزمون بالمشاركة في الأفكار الجديدة للخدمات التي تقدمها الشركة" هي الأكثر تمثيلاً عن المتغير حيث كانت درجة الارتباط هي الأعلى وكانت "864.، 785. " على التوالي.

- **<u>بالنسبة لمتغير</u>**رأس المال الهيكلي.

الجدول رقم (10) معاملات الارتباط بين كل عبارة من محور رأس المال الهيكلي

		VAR00010
قواعد البيانات متوفرة ومتاحة للوحدات والدوائر المختلفة في الشركة	Pearson Correlation	.502(**)
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	78
تسعى الشركة الى استقطاب العمال ذوو المهارات العالية	Pearson Correlation	.596(**)
	Sig. (2-tailed)	.007
	N	78
توفر الشركة الميزانية اللازمة من اجل تدريب الموظفين وتنمية مهاراتهم	Pearson Correlation	.694(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	78
توفر الشركة لعملاءها خدمة تفعيل الخدمات الكترونيا	Pearson Correlation	.780(**)
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	78
تمتلك الشركة قنوات توزيع متعددة لخدماتها	Pearson Correlation	.632(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	78
	Pearson Correlation	1
رأس المال الهيكلي	Sig. (2-tailed)	.
	N	78

المصدر: الجدول من إعداد الباحث

من الجدول السابق نلاحظ أنَّ جميع العبارات أيضاً كانت مرتبطة بالمتغير التي تقيسه بمعاملات ارتباط جيدة حيث كانت جميع قيم معامل الارتباط Pearson أكبر 502. وهي قيمة ارتباط جيدة، كما أنَّ درجة المعنوية لجميع العبارات كانت جيدة حيث أنَّ قيمة (2-tailed) .Sig هي أقل من 0.01 ومن ثم نستطيع القول بأنَّ هذه العبارات قادرة وبشكل جيد على التعبير عن المتغير المستهدف والذي هو "رأس المال الهيكلي كأحد مكونات رأس المال الفكري" كما وتجدر الإشارة إلى أن العبارة "توفر الشركة لعملاءها خدمة تفعيل الخدمات الكترونيا" هي الأفضل تمثيلاً عن المتغير حيث كانت درجة الارتباط بينها وبين المتغير هي الأعلى وكانت "780..

<u>بالنسبة لمتغير</u> الميزة التنافسية:

الجدول (11) معاملات الارتباط بين كل عبارة ومحور الميزة التنافسية

		VAR00009
يوجد وحدة للتواصل مع الزبائن لمعرفة رائهم بجودة الخدمة	Pearson Correlation	.666(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	78
يعطي الموظف عناية فائقة للمتعامل مع الزبون وحل مشاكلهم	Pearson Correlation	.686(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	78
يمتلك الموظف الخبرة الكافية للرد على استفسارات العملاء	Pearson Correlation	.746(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	78
تسهم نظم المعلومات في الشركة إلي خفض تكاليف العمليات والخدمات	Pearson Correlation	.734(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	78
تتبني الشركة الأفكار الإبداعية التي يقدمها الموظفين وتجربتها	Pearson Correlation	.810(**)
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	78
تفتح الشركة خط اتصال مع العملاء لتقديم اقتراحاتهم	Pearson Correlation	.684(**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	78
تهتم الشركة بآراء الزبائن ومقترحاتهم في تقديم خدمات جديدة	Pearson Correlation	.711(**)
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	78
الميزة التنافسية	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	78

المصدر: الجدول من إعداد الباحث

من الجدول السابق نلاحظ بأنَّ جميع العبارات أيضاً كانت مرتبطة بالمتغير التي تقيسه بمعاملات ارتباط جيدة حيث كانت جميع قيم معامل الارتباط Pearson أكبر 666. وهي قيمة ارتباط جيدة، كما أنَّ درجة المعنوية لجميع العبارات كانت مقبولة حيث أنَّ قيمة Sig. (2-tailed) هي أقل من 0.01 وبالتالي نستطيع القول بأنَّ هذه العبارات قادرة وبشكل جيد على التعبير عن المتغير المستهدف والذي هو"الميزة التنافسية" كما وتجدر الإشارة إلى أن "تتبني الشركة الأفكار الإبداعية التي يقدمها الموظفين وتجربتها،تهتم الشركة بآراء الزبائن ومقترحاتهم في تقديم خدمات جديدة، يمتلك الموظف الخبرة الكافية للرد على استفسارات العملاء، تسهم نظم المعلومات في الشركة إلي خفض تكاليف العمليات والخدمات" هي الأفضل تمثيلاً عن المتغير حيث كانت درجة الارتباط بينها وبين المتغير هي الأعلى وكانت " 810.، 711.، 746. ، 734. " على التوالي.

سابعاً: اختبار فرضيات الدراسة

لاختبار فرضيات الدراسة قام الباحث بدراسة علاقة الارتباط "معامل الارتباط بيرسون بين كل من متغيرات البحث المستقلة والميزة التنافسية كمتغير تابع، وكان نتيجة هذا الاختبار الجدول التالي:

الجدول (12) علاقات ارتباط المتغيرات المستقلة مع المتغير التابع

		المعرفة والخبرة	الابتكار وفريق العمل	رأس المال الهيكلي	الميزة التنافسية
المعرفة والخبرة	Pearson Correlation	1	.333(**)	.765(**)	.522(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	78	78	78	78
الابتكار وفريق العمل	Pearson Correlation	.333(**)	1	.573(**)	.623(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.008	.006
	N	78	78	78	78

راس المال الهيكلي	Pearson Correlation	.765(**)	.573(**)	1	.667(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.	.000
	N	78	78	78	78
الميزة التنافسية	Pearson Correlation	.522(**)	.623(**)	.667(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.
	N	78	78	78	78

المصدر: الجدول من إعداد الباحث

من الجدول السابق نلاحظ أنَّ قيمة علاقة الارتباط بين المعرفة والخبرة والميزة التنافسية كانت 522. وهي علاقة جيدة عند مستوى الدلالة 000. وهي اقل من 0.05 مما يدلُّ على وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين مدى توفر المعرفة والخبرة كأحد مكونات رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية، مما يجعل الدراسة الحالية تقبل الفرضية الأولى وتقر بصحتها.**وهي وجود علاقة ذات دلالة بين المعرفة والخبرة كأحد مكونات رأس المال الفكري وبين الميزة التنافسية.** كما أنَّ قيمة علاقة الارتباط بين الابتكار وفريق العمل كأحد مكونات رأس المال الفكري والميزة التنافسية بلغت 623. وهي قيمة جيدة مما يدلُّ على وجود علاقة معنوية بين الابتكار وفريق العمل وبين الميزة التنافسية عند مستوى الدلالة 006. وهو أصغر من 0.05 مما يدلُّ على وجوب قبول **الفرضية الثانية وهي: يوجد علاقة ذات دلالة بين الابتكار وفريق العمل كأحد مكونات رأس المال الفكري والميزة التنافسية**.بالإضافة إلى علاقة الارتباط بين متغير رأس المال الهيكلي والميزة التنافسية كانت علاقة الارتباط عند مستوى الدلالة 000. وهي اقل من 0.05 بلغت 667. وهي علاقة جيدة مما يؤكد **الفرضية الثالثة في دراستنا الحالية وهي: يوجد علاقة ذات دلالة بين رأس المال الهيكلي كأحد مكونات رأس المال الفكري وبين الميزة التنافسية.**

وتتفق هذه الدراسة مع (Ipek& Zeki,2009) والتي تقر بوجود علاقة بين المعرفة والخبرة كمكون من مكونات رأس المال البشري وبين تحقيق الميزة التنافسية للشركات من جهة؛ ودور رأس المال الهيكلي كأحد مكونات رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية من جهة أخرى.

أما بالنسبة لمعادلة الانحدار لتأثير المتغيرات المستقلة على الميزة التنافسية لشركات الاتصالات في سورية فقد قام الباحث باختبار المعاملات الموضح في الجدول الآتي:

الجدول (13) معاملات معادلة الانحدار للمتغيرات

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.563	.518		3.018	.000
	المعرفة والخبرة	.199	.195	.746	1.019	.000
	الابتكار وفريق العمل	.084	.256	.575	.326	.000
	رأس المال الهيكلي	.177	.227	.593	.778	.000

المصدر: الجدول من إعداد الباحث

من خلال الجدول السابق نستطيع التوصل إلى معادلة الانحدار المتعدد والتي تفسر العلاقة بين كل من المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، والمعادلة التالية تبين لنا الأثر المتوقع للمتغيرات المستقلة على الميزة التنافسية:

$$1.563 + .177X3 + .084X2 + .199X1 = Y$$

حيث Y تمثل الميزة التنافسية X_1 تمثل المعرفة والخبرة

X_2 تمثل الابتكار وفريق العمل X_3 تمثل رأس المال الهيكلي

وتمثل هذه المعادلة كيفية تأثير كل متغيرات البحث المستقلة على المتغير التابع بشكل يناسب بيانات البحث.

الاستنتاجات والتوصيات :

من الدراسة السابقة وتحليل البيانات واختبار الفرضيات توصلت الدراسة إلى النتائج والتوصيات التالية:

الاستنتاجات:

1- تتوفر متطلبات رأس المال الفكري في شركات الاتصالات العاملة في سورية ويُسهم هذا البعد في تحقيق ميزة تنافسية للشركة.

2- تتوفر الخبرة والمعرفة في مجال العمل للشركات بحيث تسهم في تحقيق ميزة تنافسية.

3- يشكل رأس المال الهيكلي أحد مكونات رأس المال الفكري ويساهم بشكل جيد في تحقيق تنافسية جيدة للشركات في قطاع الاتصالات في سورية.

4- يقوم رأس المال الهيكلي بالدور الأفضل في تحقيق ميزة تنافسية فقد حقق أعلى قيمة بين المتغيرات.

5- إنَّ الابتكار وفريق العمل حقق أقل نسبة مشاركة في تحقيق الميزة التنافسية لشركات الاتصالات.

6- هناك علاقة ذات دلالة جيدة بين رأس المال الفكري بمكوناته وتحقيق ميزة تنافسية لشركات الاتصالات العاملة في سورية.

التوصيات:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات وهي:

1-توصي الدراسة بأنْ تقوم الشركات بالتعامل مع رأس المال الفكري كمورد استراتيجي للشركات يجب الحفاظ عليه وتنميته والتأكيد على دوره في تحقيق الميزة التنافسية، في ظل ثورة المعلومات وانفتاح العالم على العلم والمعرفة.

2-تقترح الدراسة أنْ تدرك الإدارة العليا في شركات الاتصالات بمكانة المعرفة ودورها في الشركات بحيث تسهم في نقلها ومشاركتها بما يساعد في تحسين الأداء وتطويره.

3-ينبغي أنْ تشجع الشركات عمليات الإبداع والابتكار لدى العاملين بما يسهم في تعزيز الميزة التنافسية للشركة.

4-توصي الدراسة الحالية بأنْ تقوم الشركات بتشجيع بناء فريق العمل لما له من دورمهم في تعزيز الميزة التنافسية للشركة.

المراجع:

المراجع العربية

2- عبده، محمد.*إدارة رأس المال الفكري كمدخل لتنمية القدرات التنافسية لمنظمات الإعمال*، رسالة دكتوراه، جامعة قناة السويس،2006. 64.

3- يحضية، سملالي. التيسير الاستراتيجي لرأس المال الفكري والميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية. مجلة العلوم الإنسانية، جامعة خيضر بسكرة، الجزائر، العدد السادس. 2004، 2.

[9]-السالم، سعيد.*إدارة الموارد البشرية مدخل استراتيجي تكاملي*، دار إثراء للنشر، عمان الأردن، 2009، 26.

11- بلوناس، وقذايفة. *دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال*، المؤتمر العملي الثالث، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة عمان، الأردن، 2009، 7.

[12]- حمدي، أبو القاسم.*دور تنمية كفاءة الأفراد في دعم الميزة التنافسية*، رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة الجزائر، 2005،121.

13- هل،جونز.*إدارة الإستراتيجية مدخل متكامل*، ترجمة رفاعي الرفاعي، درا المريخ،، السعودية، 2001، 18.

المراجع الأجنبية

1- STEWART, T. *Intellectual capital: the new wealth of organization*. Doubleday, New York, 1997, 5.

4- GUTHRIE, J., &PETTY, R. *Intellectual Capital Literature Review: Measurement, Reporting, and Management*, Journal of Intellectual Capital, Vol. (1), No. (2). 2000, 6.

5- Nick, B.*Intellectual capital and business performance in the Portuguese banking industry*,Technology Management, Vol *43,2008, 3.*

6- SVEIBY, K. *The New Organizational Wealth: Managing and measuring Knowledge – Based Assets*, Berett-Koehler, San Francisco,1997, 4.

7- BROOKING, A. *Intellectual Capital: core asset for the third millennium enterprise*, International Thomas business Press, London, 1996, 13.

8- PORTER, M. *Competitive Advantage of Nations*, Harvard Business Review, Inter-edition, 1993, 48.

[10]- HITT, M. A Ireland , R. D & HOSKISSON , R.E. *Strategic Management Competitiveness and Globalization,* South – Western college publishing , Ohio . 2001, 12.

14- PRAHALAD. C, HAMEL. G, *Strategy as a Field of Study*, Harper business, New York, 1994, 82.