

دراسة مدي قيام الشركات المصرية بقياس والافصاح عن رأس  
المال الفكرى وأثره على المركز التنافسى- دراسة ميدانية  
**The Extent of Measurement and Disclosure of Intellectual  
Capital in Egyptain Companies and Its Impact on the  
Competitive Position**

دكتور

على مجاهد أحمد السيد

مدرس بقسم المحاسبة

كلية التجارة - جامعة كفر الشيخ

# دراسة مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري وأثره على المركز التنافسي: دراسة ميدانية

دكتور/ على مجاهد أحمد السيد

مدرس بقسم المحاسبة

كلية التجارة - جامعة كفر الشيخ

## مستخلص البحث:

استهدفت الدراسة قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري و علاقة مستوى القياس و الإفصاح بالمركز التنافسي لهذه الشركات. قامت الدراسة باختبار مجموعة من الفروض على النحو التالي: الفرض الأول: تقوم الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري - بكل أبعاده- بشكل كافي. و تم رفض هذا الفرض. الفرض الثاني: لا يوجد اختلاف في مستوى القياس و الإفصاح عن مؤشرات قياس و الإفصاح المختلفة في الشركات المصرية. و تم رفض هذا الفرض أيضا. الفرض الثالث: لا توجد علاقة بين مستوى قياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري و بين المركز التنافسي للشركات المصرية. و تم رفض هذا الفرض أيضا. أما الفروض الرابع ، الخامس ، و السادس فقد استهدفت الدراسة من خلالهم التوصل الى أثر بعض خصائص الشركات من حيث الحجم ، طبيعة النشاط ، و القطاع الذي تنتمي اليه ( حكومي ، أعمال عام ، أو خاص) على مستوى القياس و الإفصاح عن مؤشرات رأس المال الفكري. و لقد أسفرت الدراسة عن القبول الجزئي لهذه الفروض حيث ثبت صحة هذه الفروض بالنسبة لبعض المؤشرات و رفضها بالنسبة لبعض المؤشرات الأخرى. تم جمع بيانات الدراسة الميدانية من خلال استمارة استقصاء صممت لهذا الغرض و تم توزيعها على مجموعة متنوعة من الشركات المصرية المختلفة الأحجام و طبيعة النشاط (صناعية، تجارية و خدمية). و شارك في الاستقصاء مجموعة متنوعة من العاملين بتلك الشركات من حيث الخلفية العلمية و المؤهلات العلمية و الخبرات العملية و المستويات الادارية.

## Abstract

This study aims at exploring the extent to which the Egyptian companies measure and disclose the information related to the intellectual capital and the impact of such measurement and disclosure on the competitive position. The impeical results rejected three hypothesis of: a. the Egyptian companies measure and disclose

intellectual capital in sufficient level, b. Egyptian companies measure and disclose intellectual capital information in a symmetric way, c. there is no relationship or impact of the level of measurement and disclosure of intellectual capital on the competitive position of the Egyptian companies. And failed to reject three hypothesis related to the impact of the companies' size, nature of activity ( industrial, commercial, and service), and type (governmental or non-governmental) on the level of measurement and disclosure of intellectual capital information.

## ١/١ . مقدمة

شهدت السنوات الأخيرة تغيرات سريعة وتحديات كبيرة في عالم الأعمال بسبب بروز ظاهرة العولمة والاندماجات والتحالفات الاستراتيجية بين المنظمات العملاقة وتلاحق الابتكارات والإبداعات السريعة، والتحول الاقتصادي من الاقتصاد النقدي إلى ما يسمى اقتصاد المعرفة. وأصبحت المعرفة المتوافرة بالمنظمة ميزة تنافسية لها تميزها عن غيرها من المنظمات، ونتيجة لذلك فإن المنظمات الناجحة هي تلك المنظمات التي تقوم باستقطاب واختيار وتطوير وتنمية الأفراد العاملين بها والذين يمكنهم قيادة هذه المنظمات، كما أن المنظمات الناجحة هي المنظمات التي تهتم بعمالها وحاجاتهم ورغباتهم، وتستغل فرص التقنيات المختلفة الموجودة بالبيئة المحيطة بها، ولذلك فإن التحدي الرئيسي أمام المنظمات اليوم هو التأكد من توافر الأفراد المهرة المتميزين وتدريبهم وتطويرهم وتنمية مهاراتهم (David, 2008) .

وتسعى المنظمات المعاصرة في ظل البيئة شديدة التنافسية إلى كسب ميزة تنافسية على غيرها من المنظمات العاملة في نفس النشاط وذلك من خلال إضافة قيمة للعميل وتحقيق التميز عن طريق استغلال الطاقة الفكرية والعقلية للأفراد. أثبتت الدراسات أن الإدارة الرشيدة لرأس المال الفكري تلعب دورا هاما في جعل الأصول غير المادية ميزة تنافسية من خلال تدعيم الإمكانيات والطاقات البشرية، ومساعدتهم على اكتشاف وتدقيق إمكانياتهم المحتملة. وحتى يمكن لإدارة رأس المال الفكري المساهمة في تحقيق وتدعيم الميزة التنافسية للمنظمة يجب أن تقوم بإعداد برامجها المختلفة في إطار إستراتيجية المنظمة من جهة ووفق متطلبات عمل المنظمة من جهة أخرى (صالح، ٢٠٠٩).

ولقد ظهر مفهوم رأس المال الفكري في نهاية القرن العشرين بغية الاستفادة من الإبداعات والمبدعين المتواجدين في المنظمات، وبدأ الإهتمام بموضوع رأس المال الفكري منذ بداية التسعينات من القرن الماضى عندما أطلق رالف ستير Ralph Stayer مدير شركة جونسون فيلي للأطعمة عبارة "رأس المال الفكري" 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" (المفرجي وصالح ، ٢٠٠٣).

وتؤكد العديد من الدراسات حول العالم أن هناك توجه متزايد من جانب منظمات الأعمال نحو الاستثمار فى رأس المال الفكري. كما تؤكد تلك الدراسات أن الادارة الرشيدة لرأس المال الفكري تؤدي إلى تحقيق مزايا عديدة للمنظمات (Rumelt, 2003; Rumelt, 2003; Chen, 2008; Emadzadeh, et. al., 2013; Sánchez et al., 2001; Wu, and Sivalogathan, 2013; Moghadam et al., 2013; Nashtaei et al., 2013). فعلى سبيل المثال أثبتت دراسة (Emadzadeh, et. Al., 2013) أن الادارة الرشيدة والإستخدام الصحيح لرأس المال الفكري بالمنظمة يؤدي إلى تجديد وتطوير الإستثمارات و يزيد الميزة التنافسية بما يساعد فى النهاية على تطوير الأداء التنظيمى ويدعم الربحية والمركز التنافسى للمنظمة فى بيئة الأعمال الحديثة. كما تؤكد دراسة (Jafari, 2013) التى أجريت على مجموعة من الشركات الايرانية أن إمتلاك رأس المال الفكري والإستخدام الصحيح له يؤدي إلى زيادة القيمة السوقية للمنظمة ويحسن أدائها المالى. كما توصلت دراسة (Mojtahedi & Jafari, 2013) التى أجريت على الشركات الماليزية أن رأس المال الفكري يزيد القيمة السوقية المضافة للمنظمات. كما تؤكد دراسة (Lu, et. Al., 2013) التى أجريت على مجموعة من شركات التأمين على الحياة الصينية أن نتائج دراستهم جاءت متفقة مع الدراسات السابقة، بمعنى أن رأس المال الفكري يمكن أن يجعل المنظمة غنية ولذا فان على مديري شركات التأمين الإستثمار فى رأس المال الفكري وحسن استغلاله من أجل كسب الميزة التنافسية. كما

توصلت دراسة (Boujelbene & Affes, 2013) التي أجريت على الشركات الفرنسية إلى وجود علاقة عكسية بين الإفصاح عن رأس المال الفكري وبين تكلفة رأس المال المملوك a negative relationship between intellectual capital disclosure and the cost of equity capital. وتوصلت دراسة (Mojtahedi, 2013) التي أجريت على مجموعة من الشركات الماليزية أن رأس المال الفكري يؤدي إلى زيادة الجودة.

## ٢/١. مشكلة الدراسة

إذا كانت بيئة الأعمال الحديثة تتسم بالمنافسة العالمية الشديدة ، وأن الميزة التنافسية تمثل ضمانة البقاء لمنظمات الأعمال اليوم ، فإن على هذه المنظمات تلمس أى سبيل لكسب و تحقيق هذه الميزة ، بل والعمل على زيادتها. ولما كان رأس المال الفكري يمثل أحد أهم العوامل التي ثبت من خلال الدراسات العديدة أنه يساعد على خلق وزيادة الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، فإن الدراسات الميدانية أثبتت أيضا أن هناك تزايدا من جانب منظمات الأعمال فى إتجاه الاستثمار فى رأس المال الفكري و العمل على إدارته بشكل رشيد. والسؤال الذى يطرح نفسه الآن هو: ما موقف الشركات المصرية من هذا الموضوع الهام ؟ بمعنى، ما هو مدى إدراك الشركات المصرية لأهمية الاستثمار فى رأس المال الفكري وعلاقته بالمركز التنافسي؟ ومن ثم قيامها بهذا الاستثمار والحرص على قياس والإفصاح عنه كوسيلة لايد منها من أجل الإدارة الرشيدة له والاستفادة من مزاياه المتوقعة. ولأن هذه الدراسة تقع فى نطاق الدور المحاسبي فى هذا الموضوع فإنها تقتصر على دراسة مدى قيام النظم المحاسبية فى الشركات المصرية بقياس والإفصاح عن رأس المال الفكري وأثر ذلك على المركز التنافسي، وذلك من خلال الاجابة على الأسئلة البحثية الآتية:

١. هل تقوم الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري بشكل كافي؟

أ. هل تقوم الشركات المصرية بقياس والإفصاح عن رأس المال البشرى كأحد

عناصر رأس المال الفكري للشركة؟

- ب. هل تقوم الشركات المصرية بقياس والإفصاح عن رأس مال الهيكل التنظيمي الداخلي كأحد عناصر رأس المال الفكري للشركة؟
- ج. هل تقوم الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن هيكل العلاقات كأحد عناصر رأس المال الفكري للشركة؟
٢. هل تقوم الشركات المصرية بقياس والإفصاح عن عناصر رأس المال الفكري للشركة بشكل متوازن؟
٣. هل توجد علاقة بين قياس والإفصاح عن رأس المال الفكري وبين المركز التنافسي للشركات في البيئة المصرية؟
٤. هل توجد إختلافات بين الشركات المصرية فيما يختص بأثر مستوى الإفصاح عن رأس المال الفكري على المركز التنافسي للشركات في البيئة المصرية؟
٥. هل يؤثر حجم الشركة على مستوى الإفصاح عن رأس المال الفكري في البيئة المصرية؟
٦. هل تؤثر طبيعة نشاط الشركة على مستوى الإفصاح عن رأس المال الفكري في البيئة المصرية؟
٧. هل يؤثر نوع القطاع الذي تنتمي إليه الشركة على مستوى الإفصاح عن رأس المال الفكري في البيئة المصرية؟
- ٣/١. فروض البحث

تشتمل الدراسة على الفروض الأساسية الآتية:

١. تقوم الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري بدرجة كافية. و يتفرع من هذا الفرض الرئيسي الفروض الفرعية الآتية:
- أ. تقوم الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال البشري - كأحد عناصر رأس المال الفكري للشركة - بدرجة كافية.
- ب. تقوم الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس مال الهيكل التنظيمي الداخلي - كأحد عناصر رأس المال الفكري للشركة - بدرجة كافية.

- ت. تقوم الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن هيكل العلاقات - كأحد عناصر رأس المال الفكري للشركة - بدرجة كافية.
٢. لا توجد اختلافات جوهرية بين الشركات المصرية فيما يختص بقياس و الإفصاح عن عناصر رأس المال الفكري
٣. إن قياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري يقوي المركز التنافسي للشركات في البيئة المصرية.
٤. لا يؤثر حجم الشركة على مستوى الإفصاح عن رأس المال الفكري في البيئة المصرية.
٥. لا تؤثر طبيعة نشاط الشركة على مستوى الإفصاح عن رأس المال الفكري في البيئة المصرية.
٦. لا يؤثر القطاع الذي تنتمي إليه الشركة على مستوى الإفصاح عن رأس المال الفكري في البيئة المصرية.

#### ٤/١. هدف البحث

يهدف هذا البحث إلي التعرف على مدى قيام الشركات بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري وأثره على المركز التنافسي للشركات في البيئة المصرية. وإختبار مدى الإختلاف بين تلك الشركات فيما يختص بمستوى القياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري وذلك طبقا لحجم تلك الشركات وطبيعة نشاطها و القطاع الذي تنتمي إليه و ذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من الشركات المصرية.

#### ٥/١. أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الدور الذي من المتوقع أن يقوم به رأس المال الفكري في المنظمة. حيث تؤكد الدراسات الميدانية أن رأس المال الفكري يلعب دورا استراتيجيا مهما، فهو يساهم في تعظيم قيمة المنظمة، ويساهم في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية للمنظمة. ولا تزال المكتبة العربية تفتقر إلي الدراسات المتخصصة في وضع مقاييس ومؤشرات واضحة لقياس و تقويم رأس المال الفكري في المنظمات، كما

أن هناك نقص واضح في البحوث التطبيقية والميدانية التي تتناول رأس المال الفكري بمتغيراته ومكوناته المختلفة وعلاقته بكفاءة المنظمة وفعاليتها وميزتها التنافسية المستدامة. ويكتسب موضوع رأس المال الفكري أهمية متزايدة اليوم بإعتباره من الأنشطة والعمليات التي تساعد على اكتشاف وتدعيم تدفق القدرات المعرفية والتنظيمية للأفراد، وتمكنهم هذه القدرات من إنتاج منتجات جديدة للمنظمة، ومن ثم توسيع حصتها السوقية من جهة، وتعظيم نقاط قوتها من جهة أخرى، و تكسبها ميزة تنافسية تميزها عن غيرها المنظمات (صالح، ٢٠٠٩، Rumelt, 2003; Rumelt, 2003; Chen, 2008; Emadzadeh, et. Al., 2013; Moradi et al. 2013; Sánchez et al., 2013; Jafari, 2013; Nashtaei, et al., 2013; Hematfar et al., 2013; Mojtahedi & Jafari, 2013; Lu, et. Al., 2013; Moghadam et al., 2013; Wu, and Sivalogathan, 2013; (Boujelbene & Affes, 2013; and Mojtahedi, 2013).

#### ٦/١. منهج الدراسة

في سبيل تحقيق أهداف الدراسة فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، لتجميع البيانات والمعلومات المتوفرة من مصادرها المختلفة ومعالجتها بطريقة علمية موضوعية، بهدف استقراء وتصنيف الأدبيات العلمية في مجال رأس المال الفكري، وتحديد المتغيرات القابلة للبحث والدراسة والمتعلقة برأس المال الفكري ومكوناته وأساليب ونماذج قياسه، وتفسير علاقة الارتباط بين مكونات رأس المال الفكري والميزة التنافسية للمنظمة للوصول إلي النتائج المتوقعة للبحث. ولقد قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية على عينة من الشركات المصرية لإختبار مدي قياس والافصاح عن رأس المال الفكري وأثره على المركز التنافسي للشركات في البيئة المصرية مستخدماً في ذلك إستمارة إستقصاء أعدت خصيصاً لتحقيق ذلك الغرض.

#### ٧/١. تنظيم الدراسة

في سبيل تحقيق أهداف الدراسة، فقد تم تقسيم الجزء الباقي من البحث على إلى ثلاثة أجزاء رئيسية كما يلي: الجزء الثاى يختص بالدراسة النظرية وتشتمل على النقاط البحثية التالية: مفهوم ومكونات (أبعاد) رأس المال الفكري، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات، نماذج ومؤشرات قياس رأس المال الفكري فى الدراسات



السابقة، والإطار العام المقترح للإفصاح عن رأس المال الفكري. والجزء الثالث من الدراسة يتعلق بالدراسة الميدانية والتحليل الإحصائي للبيانات وعرض أهم النتائج التي تم التوصل إليها. أما الجزء الرابع - والأخير - من البحث فيعرض الخلاصة والنتائج والتوصيات

## ١/٢ مفهوم و أبعاد رأس المال الفكري Intellectual Capital and Dimensions Concept

يعتبر موضوع رأس المال الفكري من الموضوعات الحديثة التي بدأ الإهتمام بها منذ التسعينات فقط ، وهو لا يزال في مرحلة التطور والبناء. ونظرا لحدائثة هذا الموضوع، فإنه لم ينعقد بعد اتفاق واضح بين الباحثين حول مفهوم رأس المال الفكري.

ويشير (Lim and Dallimore, 2004) إلى أن تطوير وبناء نظم لقياس وتقويم رأس المال الفكري هو من الحقول البحثية التي تنمو وتتطور بصورة سريعة، غير أن هذا الحقل لم يكتمل ولم يتبلور بصورة متكاملة بعد.

ولقد قدم (Edvinsson and Malone, 1998) مثالا مجازيا توضيحيا لمفهوم وأهمية رأس المال الفكري، وهذا المثال هو تخيل المنظمة على أنها كائن حي، وليكن على سبيل المثال شجرة، وهنا يمكن النظر إلى خطط المنظمة وتقاريرها الفصلية والسنوية ونشراتها ووثائقها المختلفة على أنها جذع هذه الشجرة وأغصانها وأوراقها. ومن ثم فإن المستثمر الحكيم ينظر إلى قدرة هذه الشجرة على تزويده بالثمار الناضجة. إن الحكم على قدرة وفاعلية هذه الشجرة من خلال ما يبدو ظاهرا فوق مستوى سطح الأرض من جذع وأغصان وأوراق هو حكم غير سليم وهو خطأ جوهري، إذ أن هناك جزءا مهما من هذه الشجرة تحت الأرض (وهي جذور هذه الشجرة) ، ومن ثم لا يمكن الحكم على صحة وحيوية هذه الشجرة مستقبلا إلا من خلال التأكد من الجذور والظروف المحيطة بها، فربما كان هناك تعفن أو مرض ما أصاب هذه الجذور، فهذا سيؤثر على عطاء هذه الشجرة مستقبلا وان كانت تبدو الآن شجرة ناضرة. إن رأس المال الفكري هو بمثابة جذور هذه الشجرة، وللتحقق من الأداء المستقبلي للمنظمة فإنه ينبغي التركيز على واقع ومستقبل رأس المال الفكري بعناصره المختلفة إذ إنه محدد أساسي لقيمة المنظمة الحالية والمستقبلية. إن الحكم على رأس المال الفكري للمنظمة، وفهم الموارد الأساسية له يحتاج إلى التركيز بصورة أساسية على القوة الأيرادية للمنظمة وأدائها حاليا ومستقبليا.

ويرى (Osterland, 2001) أن رأس المال الفكري هو صورة من صور رأس المال المعرفي Knowledge Capital وشكل من أشكال الأصول غير الملموسة

Assets Intangible ويذهب إلي القول بان هناك من يرى بان هذه المفاهيم الثلاثة تعبر عن ذات الأمر. وبالتالي فإن مصطلح رأس المال الفكري Intellectual Capital IC هو من المصطلحات التي تستخدم بصورة واسعة في الأدبيات، ومع ذلك فإنه لا يزال لا يحظى بالتغطية الكافية والاهتمام المركز الذي يكشف جميع أبعاد ومكامن وآفاق هذا المصطلح.

ويشير ( Eppler, 2003 ) إلي أن رأس المال الفكري يلعب دورا متكاملًا مع إدارة المعرفة Knowledge Management ، وهذا الدور يتجسد في المشاركة الفاعلة في تحقيق التطوير التنظيمي Organizational Development وفي تحقيق الميزة التنافسية Competitive Advantage ، وهذا يتحقق من خلال عمليات الإدارة الفاعلة للموارد الفكرية Intellectual Resources في المنظمة. ويؤكد ( Jacob and Hellstorm, 2000 و Hellstrom and Husted, 2003 ) على أن رأس المال الفكري هو أحد المؤشرات الأساسية والمقاييس المعتمدة على نطاق واسع لقياس الأصول غير الملموسة Intangible Assets ، وهو يستخدم في القطاع العام والقطاع الخاص على حد سواء .

وهناك عدة تعريفات تناولت مفهوم رأس المال الفكري نذكر من بينها:

- **التعريف الأول:** " هو الموهبة والمهارات والمعرفة التقنية والعلاقات، والممكن إستخدامها لخلق الثروة" (توماس، أ، ٢٠٠٤). ويشير هذا التعريف إلي أن رأس المال الفكري هو المعرفة (المهارات، الخبرات، والتعليم المتراكم في العنصر البشري) التي يمكن تحويلها إلي قيمة.
- **التعريف الثاني:** " هو مجموع ما يعرفه كل الأفراد في المنظمة ويحقق ميزة تنافسية في السوق" (حسن، ٢٠٠٥). ويضيف هذا التعريف على أن رأس المال الفكري كمصدر لتحقيق الميزة التنافسية التي تمكن المنظمة من مواجهة المنافسة الشديدة في الأسواق.
- **التعريف الثالث:** يرى Ulrich, 1998 " أن رأس المال الفكري هو مجموعة المهارات المتوفرة في المنظمة التي تتمتع بمعرفة واسعة تجعلها قادرة على جعل المنظمة عالمية من خلال الاستجابة لمتطلبات العملاء والفرص التي تتيحها التكنولوجيا".
- **التعريف الرابع:** يرى ( Mouritsen and Larsen, 2001 ) أن رأس المال الفكري يمكن فهمه وتحليله من خلال نموذج الطرق (الاتجاهات) الثلاث لرأس المال الفكري. ويشير (Stewart, 1997) إلي أن نموذج الاتجاهات الثلاث لرأس المال الفكري يتكون من ثلاثة عناصر أساسية هي:

أ - رأس المال البشري: وهذا العنصر هو المسؤول عن التفكير وعمليات الإبداع والابتكار بالمنظمة.

ب - رأس المال التنظيمي (الهيكلية): وهو رأس المال الذي لا يمكن نقله من المنظمة إلى البيت أو إلى أي مكان آخر خارج المنظمة مع العاملين والمديرين عندما يغادرون المنظمة عائدين إلى بيوتهم في نهاية اليوم . ويمكن إعادة هيكلته وإعادة إنتاجه وإعادة هندسته، وأهم عناصره التكنولوجيا والابتكارات والبيانات والمعلومات والنشرات وثقافة المنظمة واستراتيجياتها وهيكلها . وبالتالي فإن رأس المال الهيكلية (المنظمة) هو معرفة، وهذه المعرفة يمكن ترميزها وتطويرها ويمكن تقاسمها مع الآخرين، وأهم مكونات رأس المال الهيكلية (المنظمة) ما يأتي:  
الهيكل التنظيمي، الثقافة المنظمة، الاختراعات، التكنولوجيا، البيانات. المنشورات، الاستراتيجية، النظم، الإجراءات، والروتين التنظيمي.

### ج - رأس المال العملاء (السوقي):

إن المنظمة لا تستطيع أن تمتلك العملاء، لكنها تحقق قيمة تضاف إليها كرأس مال العملاء (السوقي) من خلال علاقاتها مع هؤلاء العملاء ، والقدرة على كسب عملاء جدد، والقدرة على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وحجم الحصة السوقية قياسا بالمنافسين ومعدلات النمو السوقي ومعدلات الصناعة. وهناك عدة باحثين ينظرون إلى هذا النموذج على انه غير متكامل ولا يغطي كل جوانب رأس المال الفكري.

مما سبق يتضح أن مكونات رأس المال الفكري تختلف بحسب رؤية الكتاب والباحثين ويؤكد (Harvey and Lusch, 1999) على أن المنظمات الناجحة باتت تركز على قياس رأس المال الفكري، وهذه المنظمات تبحث باستمرار عن أفضل المقاييس القادرة على القياس الدقيق والصحيح لرأس المال الفكري. وهناك جهود كثيرة بذلت في قياس وتقييم رأس المال الفكري (يمكن الرجوع إلى هذه الجهود في الدراسات التالية: Kaplan & Norton, 1992; Edvinsson & Malone, 1997; Sveiby, 1997; Lev, 1999; Andriessen & Tiessen; 2000; Bontis, 2000; Rumelt, 2003; Chen, 2008; Emadzadeh, et. Al., 2013; Nashtaei, et al., 2013; Wu, and Sivalogathan, 2013; Moghadam et al., 2013; Moradi et al. 2013; Sánchez et al., 2013; Jafari, 2013; Mojtahedi & Jafari, 2013; Lu, et. Al., 2013; Hematfar et al., 2013; Boujelbene & Affes, 2013; and (Mojtahedi, 2013).

ويمكن للباحث استخلاص مفهوم لرأس المال الفكري بأنه مجموعة الأصول المعرفية المتفردة والمعتمدة على العقول البشرية المبدعة ومتطلبات ونظم العمل والعلاقة مع العملاء، والتي تؤدي إلى الإنتاج المستمر للأفكار والأساليب الجديدة التي تحقق قيمة مضافة للمنظمة وتدعم قدراتها التنافسية. ويرى الباحث أنه يمكن اعتبار الأبعاد الرئيسية لرأس المال الفكري هي رأس المال البشري و الهيكل التنظيمي الداخلي و هيكل العلاقات الخارجية التي قامت الشركة بإنشائها و لها أن تستفيد منها إذا أحسنت إدارتها و تنميتها.

## ٢٠٢. دور رأس المال الفكري في خلق و تنمية الميزة التنافسية للمنظمة

إذا كانت المنظمات ترغب في تحقيق الميزة التنافسية وبالتالي تحقيق الأرباح من الأصول الفكرية التي تمتلكها، فيجب عليها أولاً إدارة هذه الأصول بفعالية، وذلك من خلال إدراك اختلاف قيمة هذه الأصول، فبعض الأصول تحتاج إلى تنميتها والاستثمار فيها، وبعضها يحتاج لوقف الاستثمار فيه، أما البعض الآخر فقد لا يكون ذو قيمة على الإطلاق. ومن هنا فإدارة رأس المال الفكري، يمكن أن ينظر إليها على أنها إستراتيجية النجاح في المستقبل والوسيلة التي من خلالها يمكن للمنظمة أن تبدأ في تعلم الكثير عن رأس مالها الفكري (صالح، ٢٠٠٩).

ويؤكد الباحثان (Huseman and Goodman, 1999) في دراسة أجريت على عينة من الشركات الأمريكية (200 شركة من كبرى الشركات الأمريكية) أن أكثر من ٧٥% من الشركات الأمريكية تركز كل إمكانياتها وجهودها من أجل ان تكون منظمات معرفة Knowledge Organizations ، وقد أصبحت هذه المنظمات تراعي المحددات التنظيمية التي تجعلها منظمات معرفة، ويتابع مديرو هذه المنظمات كل ما يكتب في الأدب النظري Literature حول إدارة المعرفة Knowledge Management ورأس المال الفكري. وتؤكد هذه الدراسة على أن هناك شركات كثيرة أصبحت ترسم استراتيجياتها الأساسية في ضوء نتائج قياس وتقويم مخرجات إدارة المعرفة وواقع رأس المال الفكري . وقد أظهرت نتائج البحوث والدراسات أن رأس المال الفكري له أهمية كبيرة ويلعب دوراً جوهرياً في نجاح المنافسة وتعزيز الأداء وعمليات الإبداع والابتكار وتحسين معدلات الإنتاجية والنمو.

ويرى (Frost and Cooks, 1999) أن نجاح المنظمة في إدارة أصولها غير الملموسة (Intangible Assets) وخصوصاً رأس المال الفكري يساعد في تحديد وإبراز هوية المنظمة وصورتها الذهنية وسمعتها وأدائها ويؤكد (Guthrie and Petty, 2000) على ضرورة مراعاة الجوانب والعناصر المالية وغير المالية في وضع استراتيجية المنظمة، إذ

لا يكفي الإعتماد على القوائم المالية والنتائج المالية لأعمال المنظمة في صياغة الاستراتيجية. حيث يمكن لمنظمات الأعمال 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 المنظمة، والتي تمكنها من تصميم وتطبيق استراتيجياتها التنافسية ( Rumelt, 2003; Rumelt, 2003; Chen, 2008; Moradi et al. 2013; Emadzadeh, et. Al., 2013; Sánchez et al., 2013; Jafari, 2013; ; Hematfar et al., 2013; Mojtahedi & Jafari, 2013; Nashtaei, et al., 2013; Lu, et. Al., 2013; Wu, and Sivalogathan, 2013; Boujelbene & Affes, 2013; and Mojtahedi, 2013).

### مفهوم الميزة التنافسية

توجد عدة تعريفات تناولت مفهوم الميزة التنافسية نذكر من بينها:

- **التعريف الأول:** "هي قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط" (أبو بكر، ٢٠٠٦). ويشير هذا التعريف إلى أن الميزة التنافسية تتحصر في قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تمكنها من الحصول على مركز تنافسي أفضل مقارنة بمنافسيها الذين يعلمون في نفس النشاط.

- **التعريف الثاني:** "تعرف الميزة التنافسية على أنها الميزة أو عنصر تفوق للمنظمة يتم تحقيقها في حالة إتباعها لإستراتيجية معينة للتنافس" (خليل، ١٩٩٦).

يركز التعريف الثاني على مصدر من مصادر الميزة التنافسية والمتمثلة في إستراتيجية التنافس التي تتبعها المنظمة. ومن هنا يمكن القول أن الميزة التنافسية هي المجال التي تتمتع فيه المنظمة بقدرة أعلى من منافسيها في استغلال الفرص الخارجية أو الحد من أثر التهديدات، وتتبع الميزة التنافسية من قدرة المنظمة على استغلال مواردها المادية أو البشرية أو الفكرية، فقد تتعلق بالجودة أو بالتكنولوجيا أو القدرة على تخفيض التكلفة أو الكفاءة التسويقية.

### أبعاد تحقيق الميزة التنافسية

يرتبط تحقيق الميزة التنافسية ببعدين أساسيين هما (أبو بكر، ٢٠٠٦):

- **القيمة المدركة لدى العميل:** بمعنى قيام المنظمات باستغلال الإمكانيات المختلفة في تحسين القيمة التي يدركها العميل للسلع والخدمات التي تقدمها تلك المنظمات، مما

يساهم في بناء الميزة التنافسية لها، حيث يتضمن مفهوم القيمة بالإضافة إلي السعر والجودة، مدى الاقتناع بالمنتج أو الخدمة وخدمات ما بعد البيع. وتؤدي إدارة رأس المال الفكري دورا هاما في تدعيم مفهوم القيمة لدى العميل الذي يعد من الدعائم الأساسية لتحقيق الميزة التنافسية من خلال التركيز على مكوناتها والذي يتمثل في رأس مال العلاقات.

- **التمييز:** يمكن تحقيق الميزة التنافسية أيضا من خلال عرض سلعة أو خدمة لا يستطيع المنافسون تقليدها أو عمل نسخة منها، وهناك عدة مصادر للوصول إلي التميز من أهمها الموارد المالية، رأس المال الفكري والإمكانات التنظيمية.

### الأنواع الرئيسية للمزايا التنافسية

هناك ثلاث أنواع رئيسية للمزايا التنافسية، ميزة التكلفة الأقل، ميزة جودة المنتج، ميزة اختصار الوقت. وسنتطرق إلي كل ميزة على حده فيما يلي:

- **ميزة التكلفة الأقل:** نقصد بها قدرة المنظمة على تصميم، تصنيع وتسويق منتجات بأقل تكلفة ممكنة مقارنة مع منافسيها مما يمكنها من تحقيق أرباح كبيرة، فالتكلفة المنخفضة تهيئ فرص البيع بأسعار تنافسية.

- **ميزة تميز المنتجات (الجودة):** هو أن تتمكن المنظمة من تقديم منتجات أو خدمات متميزة وفريدة من نوعها تلقى رضا المستهلك (جودة عالية، خدمات ما بعد البيع) لذلك يصبح من الضروري على المنظمة فهم وتحليل مصادر التميز من خلال أنشطة خلق القيمة واستغلال الكفاءات والمهارات والتقنيات التكنولوجية العالية وانتهاج طرق توسع فعالة وسياسات سعرية وترويجية تمكنها من زيادة الحصة السوقية للمنظمة.

- **ميزة اختصار الوقت (JIT):** هي تحقيق ميزة تنافسية على أساس تخفيض عنصر الزمن لصالح العميل وذلك من خلال عدة عناصر أهمها:

- تخفيض زمن تقديم المنتجات الجديدة إلي الأسواق.
- تخفيض زمن دورة التصنيع المنتجات وبالتالي تخفيض كل من تكاليف التخزين وتكاليف الإنتاج.
- تخفيض مدة تسليم الطلبية للعميل.
- تخفيض زمن التحويل أو تغير العمليات الإنتاجية (مرونة التصنيع).
- الالتزام بجداول زمنية محددة في التعامل مع العملاء.

## العوامل المؤثرة على إنشاء الميزة التنافسية

تنشأ الميزة التنافسية نتيجة لعوامل داخلية أو عوامل خارجية، يمكن إيضاحها

كالتالي:

أ- **العوامل الخارجية:** تتمثل في تغير احتياجات العميل أو التغيرات التكنولوجية أو الاقتصادية أو القانونية، والتي قد تخلق ميزة تنافسية لبعض المؤسسات نتيجة لسرعة رد فعلهم على التغيرات، على سبيل المثال يمكن القول بأن المنظمة التي استوردت التكنولوجيا الحديثة والمطلوبة في السوق أسرع من غيرها استطاعت خلق ميزة تنافسية عن طريق سرعة رد فعلها على تغير التكنولوجيا واحتياجات السوق. من هنا تظهر أهمية قدرة المنظمة على سرعة الاستجابة للمتغيرات الخارجية، و يعتمد هذا على مرونة المنظمة وقدرتها على متابعة المتغيرات عن طريق تحليل المعلومات وتوقع التغيرات، ووجود نظام معلومات أصلا.

ب- **العوامل الداخلية:** هي قدرة المنظمة 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. ولا ينحصر الإبداع هنا في تطوير المنتج أو الخدمة، ولكنه يشمل الإبداع في الإستراتيجية والإبداع في أسلوب العمل أو التكنولوجيا المستخدمة أو الإبداع في خلق فائدة جديدة.

تتجلى أهمية رأس المال الفكري في كونه يعد دعامة تطور منظمات الأعمال ونماءها 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 الحسية كالأبنية والمعدات، فالموجودات الحسية لشركة مثل مايكروسوفت جزء صغير جدا من تمويل السوق الخاص بها، و الفرق هو في رأسمالها الفكري (حسن، ٢٠٠٥).

إن اعتماد مدخل إدارة رأس المال الفكري لبناء و تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة والحفاظ عليها، يقتضي التعامل مع ثلاث معطيات أساسية وهي : تطبيق إستراتيجية المنظمة، التعامل مع التغيير بايجابية وبناء التوحد الاستراتيجي للمنظمة. فإن المنظمة التي تملك رؤية إستراتيجية واضحة، تستطيع أن تحقق ميزة تنافسية على غيرها من المنظمات التي تفقر إلي مثل هذه الرؤية. ولكي يتم تطبيق الإستراتيجية بشكل ناجح فإن ذلك يتطلب تحديد الأدوار التي يلعبها رأسمالها الفكري، فعلى سبيل المثال، بالنسبة لبعض منظمات

الإنتاج وتصميم المنتج، فإن دور رأس المال الفكري قد يكون دفاعيا من خلال حماية المنتجات والخدمات المحققة من ابتكارات رأس المال الفكري وحرية تصميم المنتجات وتجنب التقاضي القانوني. أما بالنسبة لمنظمات إنتاجية أخرى، حيث تتضمن القيمة المضافة للمنظمة جميع وتكامل مكونات لخلق منتجات وخدمات، فإن دور رأس المال الفكري هنا قد يكون هو التركيز على تكامل ابتكارات الآخرين، مع إضافة قيمة من خلال إنتاج وتوزيع منخفض التكاليف. وبالنسبة لمنظمات أخرى، فإن رأس المال الفكري قد يكون مكملا لتحقيق شهرة أو صورة ذهنية، يمكن أن تستخدمها المنظمة لتمييز نفسها في أسواقها. ويعتمد إختيار المنظمة لمجموعة من الأدوار لرأسمالها الفكري على نوع المنظمة نفسها، وعلى رؤيتها لذاتها، والإستراتيجية التي تختارها.

### ٣. ٢ . نماذج قياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري فى الدراسات السابقة

يؤكد (Guthrie & Petty2000) على أهمية وضع وتحديد مؤشرات ومقاييس دقيقة لقياس رأس المال الفكري، وهذه المؤشرات تلزم المنظمات الصغيرة ومتوسطة الحجم والكبيرة على حد سواء، إذ أن تميز المنظمات أصبح يعتمد بصورة كبيرة على فاعلية إدارتها لرأس المال الفكري. وتواجه الكثير من المنظمات إشكالات حقيقية في قياس وتقويم رأس المال الفكري، خصوصا تلك المنظمات التي تعتمد مؤشرات كمية مادية في القياس، مثل قياس التكاليف والأرباح والمبيعات والحصة السوقية والأصول المادية والالتزامات المالية وغيرها. ويرى (Petty and Guthrie,2000) أن أغلب جهود الباحثين قبل منتصف التسعينيات كانت تركز على البعد الوصفي Descriptive لرأس المال الفكري، وبعد ذلك بدأت هذه الجهود تتحى منحى آخر يركز على إدارة وقياس رأس المال الفكري. كما يرى (Heffes, 2001) أن أهمية قياس وتقويم رأس المال الفكري بصورة دقيقة تبرز عند حدوث عمليات الاندماج Merger أو عمليات الاستحواذ Acquisition إذ أن مسألة دقة تحديد قيمة رأس المال الفكري وتحدد قيمة الحصص الجديدة لأصحاب المنظمات الجديدة، والخطأ في القياس والتقدير يؤدي إلي خلل في الحصص والقيم الجديدة. ووفقا لما يرى (Chen, Zhu, & Xie, 2004) ويشير (Mouritsen and Larsen, 2001) إلي مجموعة من الفروق الأساسية بين نظام المحاسبة المالية Financial Accounting System ونظام



محاسبة رأس المال الفكري Intellectual Capital Accounting System، وأهم هذه الفروق:

أ - في نظام المحاسبة المالية يجري تصنيف التعاملات على أساس التكلفة والإيرادات والأصول والالتزامات، أما في نظام محاسبة رأس المال الفكري فإنه يجري تصنيف التعاملات على أساس العاملين Employees والعملاء Customers والتكنولوجيا Technologies والعمليات Processes .

ب - في نظام المحاسبة المالية يجري التركيز على إجراء التحليل الذي يتعلق بالربحية والسيولة والمخاطرة والقدرة على الوفاء بسداد الديون Solvency، أما في نظام محاسبة رأس المال الفكري فإنه يجري التركيز على تحليل تصرفات الإدارة المتعلقة بقرارات المحفظة وأنشطة التأهيل Qualifying Activities

ولقد ورد في أدبيات الإدارة والمحاسبة مجموعة كبيرة من النماذج التي تستخدم في قياس وتقويم رأس المال الفكري، سوف يقتصر الباحث على مجموعة هذه النماذج:

### ٢.٣.١ . نموذج Botis 1999 ( نموذج شركة Skandia )

وضع الباحث Botis في عام 1999 نموذجا لقياس رأس المال الفكري، وقد وضعه اثناء عمله في شركة Skandia للتأمين، ويعتمد هذا النموذج على اربعة نظم فرعية هي:

#### أ - نظام محاسبة الموارد البشرية Human Resource Accounting :

يشير (Sackmann, Flamholz, and Bullen, 1989) إلي ان بدايات استخدام نظام محاسبة الموارد البشرية Human Resource Accounting System يعود إلي الباحث Hermanson عام ١٩٦٤م . ويهدف هذا النظام إلي تقدير قيمة الأفراد داخل المنظمة، وهذا يساعد في استخدام هذه القيمة كأساس لاتخاذ القرارات الإدارية والمالية. ويعمل نظام محاسبة الموارد البشرية على قياس وتقويم قيمة رأس المال البشري Human Capital في صورة مالية، ويجري استخدام هذا النظام بصورة كبيرة في المنظمات الخدمية Service Organizations .

#### ب - نظام القيمة الاقتصادية المضافة Economic Value Added System:

القيمة الاقتصادية المضافة هي مقياس شامل للأداء يربط ما بين التخطيط المالي والموازنة الرأسمالية وتحديد الأهداف والعلاقة والاتصال مع حملة الأسهم وقياس الأداء ونظم التعويضات والتحفيز، وكيف يمكن ان تفوق هذه المتغيرات مجتمعة إلي زيادة قيمة المنظمة

وهذا النظام لا يتعلق مباشرة بقياس رأس المال الفكري، غير أنه يؤكد على ضرورة مراعاته اذ ان ذلك سيؤدي إلي زيادة القيمة الاقتصادية المضافة.

### ج - نظام بطاقة الأداء المتوازن (Balanced Scorecard (BSC) System:

اقترح هذا النظام الباحثان (Kaplan & Norton, 1992) وهذا النظام يؤكد على حاجة ادارة المنظمة إلي اعتماد نظام قياس ذي أبعاد متعددة يكون قادرا على قياس الأداء من خلال التركيز على قياس المتغيرات والعناصر المالية وغير المالية . وهنا تجدر الاشارة إلي ان الباحثين لم يتطرقا إلي مفهوم رأس المال الفكري بصورة واضحة، غير ان نظام البطاقات المتوازنة للأداء يراعي تقدير العناصر غير الملموسة داخل المنظمة مثل عمليات التعلم والمعرفة ورضا المستهلك وغيرها.

### د - نظام نموذج المستكشف لرأس المال الفكري

#### Navigator Model System of IC

هذا النموذج جرى تطويره في التسعينات على يد الباحث (Leif Advinsson) وهو مدير شركة Skandia السويدية للتأمين، ووفقا لهذا النموذج فقد جرى تقسيم رأس المال الفكري إلي رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي. ويعتمد نظام نموذج المستكشف على أكثر من مائة مؤشر في قياس وتقويم رأس المال الفكري، غير أن هناك انتقادات توجه إلي كثير من هذه المؤشرات اذ يجري التشكيك في قدرة بعض المؤشرات على القياس الدقيق لرأس المال الفكري. ويؤكد (Chen, Zhu, and Xie, 2004) على ضرورة اجراء تعديلات على هذا النظام بما يكفل قدرته على قياس رأس المال الفكري بصورة دقيقة (على سبيل المثال يجري اعتماد مؤشر عدد أجهزة الحاسوب بالمنظمة كمؤشر لرأس المال الهيكلي Structural Capital ، غير أن هذا المؤشر لا يعكس بالضرورة مستوى المعرفة بالمنظمة ولا يعكس بالضرورة استخدام العاملين لها بصورة تعزز الميزة التنافسية للمنظمة)

### ٢ . ٣ . ٢ . نموذج Chen وآخرين (2004):

هذا النموذج يعتمد بصورة أساسية على نموذج Botis وآخرين، ويحاول نموذج Chen وآخرين ان يتلافى نقاط القصور والضعف في النماذج السابقة لقياس رأس المال الفكري، وهذا النموذج يختلف عن النماذج السابقة في كونه لا يركز بصورة كبيرة على وضع مؤشرات ومقاييس مالية لرأس المال الفكري. ويركز هذا النموذج على تحديد البيانات والمعلومات اللازمة في الوقت المناسب وتوفيرها للمديرين بصورة تمكنهم من صياغة وتعديل

الاستراتيجيات ذات العلاقة برأس المال الفكري، وبصورة تجعل إدارة المنظمة قادرة على استخدام المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية المستدامة. ويؤكد (Chen, Zhu, and Xie, 2004) على أن هذا النموذج يركز بصورة أساسية على تقويم المؤشرات والاتجاهات العامة لرأس المال الفكري أكثر من التركيز على القيمة الاقتصادية . وقد جرى تقسيم هذا النموذج إلي أربعة عناصر (نظم) تعمل معا وتحتاج إلي تعزيز مستمر من أجل ان تعكس القيمة الحقيقية للمنظمة وهي:

أ - رأس المال البشري Human Capital:

ب - رأس المال العملاء (السوقي) Customer Capital (Market Capital)

ج - رأس المال الابتكاري Innovation Capital:

د - رأس المال الهيكلي Structural Capital:

٢ . ٣ . ٣ . نموذج Lim & Dallimore 2004

هذا النموذج يقوم على أساس أن رأس المال الفكري يتحقق من الابتكار Innovation وإدارة المعرفة Knowledge Management . ويتعلق رأس المال الفكري بصورة أساسية (من منظور هذا النموذج) بإدارة وتسويق العمليات والأنشطة المتعلقة بالبراءة والمهارة . وتجري ترجمة رأس المال الفكري إلي خطط واقعية تقود المنظمة إلي النجاح، وهذه الخطط هي خطة الإدارة أو الأعمال (التي تبني من خلال تبني مدخل الإدارة الاستراتيجية)، وخطة التسويق وبناء العلاقات التي تبني من خلال تبني مدخل التسويق الاستراتيجي .

ويؤدي التطبيق الناجح لمدخل الإدارة الاستراتيجية إلي بروز أربعة أنواع من رأس

المال الفكري هي:

• رأس المال البشري Human Capital:

• رأس المال العام Corporate Capital :

• رأس مال الأعمال Business Capital □

• رأس المال الوظيفي Functional Capital

ويؤدي التطبيق الناجح لمدخل التسويق الاستراتيجي إلي تكون أربعة أنواع أخرى

لرأس المال الفكري، وهي:

• رأس المال العملاء (السوقي) Customer Capital □

- رأس المال التجهيزي Supplier Capital
- رأس مال التحالفات او الشراكة Alliance Capital or Partnership Capital
- رأس مال المستثمر Investor Capital

## ٢. ٣. ٤. نموذج الاتجاهات الثلاثة لرأس المال الفكري Three-Way IC :

يرى ( Mouritsen and Larsen, 2001 ) أن رأس المال الفكري يمكن فهمه وتحليله من خلال نموذج الطرق (الاتجاهات) الثلاث لرأس المال الفكري. ويشير (Stewart, 1997) إلى أن نموذج الاتجاهات الثلاث لرأس المال الفكري يتكون من ثلاثة عناصر أساسية هي:

أ - رأس المال البشري: وهذا العنصر هو المسؤول عن التفكير وعمليات الإبداع والابتكار بالمنظمة.

ب - رأس المال التنظيمي (الهيكلية): وهو رأس المال الذي لا يمكن نقله من المنظمة إلى البيت أو إلى أي مكان آخر خارج المنظمة مع العاملين والمديرين عندما يغادرون المنظمة عائدين إلى بيوتهم في نهاية اليوم . ويمكن إعادة هيكلته وإعادة إنتاجه وإعادة هندسته، وأهم عناصره التكنولوجيا والابتكارات والبيانات والمعلومات والنشرات وثقافة المنظمة واستراتيجياتها وهيكلها.

وينظر (Stewart, 1997) إلى رأس المال التنظيمي (الهيكلية) على أنه تلك المعرفة التي لا تذهب إلى البيت مع العاملين، بل تبقى بالمنظمة، وهي تتعلق بصورة أساسية بالمنظمة بعائدية كاملة. وبالتالي فإن رأس المال الهيكلية (المنظمي) هو معرفة، وهذه المعرفة يمكن تنميتها وتطويرها ويمكن تقاسمها مع الآخرين، وأهم مكونات رأس المال الهيكلية (المنظمي) ما يأتي: الهيكل التنظيمي، الثقافة المنظمة، الاختراعات، التكنولوجيا، البيانات. المنشورات، الاستراتيجية، النظم، الإجراءات، والروتين التنظيمي.

## ج- رأس المال العملاء (السوقي):

إن المنظمة لا تستطيع أن تمتلك العملاء، لكنها تحقق قيمة تضاف إليها كرأس مال العملاء (السوقي) من خلال علاقاتها مع هؤلاء العملاء ، والقدرة على كسب عملاء جدد، والقدرة على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وحجم الحصة السوقية قياسا بالمنافسين ومعدلات النمو السوقي ومعدلات الصناعة. وهناك عدة باحثين ينظرون إلى هذا النموذج على أنه غير متكامل ولا يغطي كل جوانب رأس المال الفكري.

### ٢.٣.٥. دراسة (عرفات, ٢٠١١)

استهدفت هذه الدراسة اقتراح إطار للإفصاح المحاسبي عن رأس المال الفكري في بيئة الأعمال المصرية. وقد اقترح الباحث قائمة يتم من خلالها الإفصاح عن معلومات رأس المال الفكري. وتتكون قائمة رأس المال الفكري المقترحة في هذه الدراسة من ثلاثة أجزاء. يتضمن الجزء الأول وصف لرأس المال الفكري وعلاقته برؤية الشركة، ويتضمن الجزء الثاني التقييم المالي لرأس المال الفكري، أما الجزء الثالث فيتضمن مجموعة المؤشرات الدالة على الأنشطة الهادفة الى تنمية رأس المال الفكري، وكذلك الدالة على نتائج القيام بهذه الأنشطة. وقد قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية لاستقصاء آراء عينة من المسؤولين الماليين والإداريين بالشركات المقيدة بالبورصة المصرية، وكذلك عينة من المحللين الماليين حول مدى إمكانية تطبيق هذا الإطار المقترح في بيئة الأعمال المصرية.

وقد أوضحت نتائج هذه الدراسة أن المسؤولين بالشركات محل البحث يرون أن هناك أهمية لمعلومات رأس المال الفكري في ترشيد القرارات الإدارية، وأنه يمكن قياس رأس المال الفكري من خلال مجموعة من المؤشرات المالية وغير المالية، وأن الإفصاح عن رأس المال الفكري سيضر بالمصالح التنافسية للشركة. كما أوضحت نتائج هذه الدراسة أن المحللين الماليين يرون أن توفير معلومات عن رأس المال الفكري سيساعد في تقييم الشركة ومن ثم في ترشيد القرارات.

### خلاصة ما ورد في الدراسات السابقة

يلاحظ من دراسة النماذج السابقة أن رأس المال البشري يشكل عنصرا جوهريا مهما ضمن المكونات الأساسية لرأس المال الفكري، وضمن هذا المحور سيجري التركيز على هذا العنصر المهم في تشكيلة رأس المال الفكري. إن رأس المال البشري هو ذلك المحور الذي يتعلق بعملية التفكير، فالتفكير محصور على العنصر البشري، فالنقود تحقق أمورا متعددة، لكنها لا يمكن أن تفكر، فالآلات تؤدي العمل بصورة كفوة وفاعلة وأفضل إنتاجية من العاملين، لكنها لا يمكن أن تتوصل إلى الاختراعات، أما الإنسان فهو المصدر الأساسي لعمليات الإبداع والابتكار. ويؤكد (McGreger, Tweed and Pech, 2004) على أن رأس المال البشري يلعب دورا أساسيا في تحقيق الميزة التنافسية Competitive Advantage للمنظمة في ظل اقتصاد المعرفة. ورغم أن الاقتصاد المعرفي يتطلب الكثير من التغييرات الجوهرية التي تمكن المنظمات من تحقيق النجاح في ظل هذا الاقتصاد الجديد، غير أن هناك بعض القضايا التي لا تتغير مع تغير أنماط الاقتصاديات، وهذا ما يؤكد

عليه (Porter, 2001) إذ يشير إلي انه في ظل فترات تقلب الأعمال Business Flux فإنه في الأغلب يبدو أن هناك قواعد جديدة للمنافسة، ولكن ومع ذلك، فإن عملية تحقيق القيمة الاقتصادية المناسبة للمنظمة أصبحت مرة جديدة هي الحكم النهائي Arbitr Final لنجاح الأعمال. والقيمة الاقتصادية هي لا شيء إذا انعدمت الفجوة بين السعر والكلفة، ويمكن الاعتماد بصورة أساسية على الربحية المستدامة Profitability Sustained في قياس تحقق القيمة الاقتصادية المناسبة للمنظمة، ولذلك فإن الربحية تظل قيمة جوهرية للحكم على نجاح المنظمات سواء في الاقتصاد المعرفي أو الاقتصاد التقليدي. ويشير (Neville, 2000) إلي ان المهارات العقلية Mental Skills وما يرافقها من مضامين نفسية هي أهم عناصر نجاح المنظمة في عصر المعلومات والمعرفة.

وقد احدث الاقتصاد المعرفي ومنظمات الأعمال الالكترونية E-Business Companies تغيرات جوهرية كبيرة في طبيعة العلاقة مع الموارد البشرية، وأصبح العاملون والمديرون في قلق على وظائفهم وفي حالة من عدم الأمن الوظيفي وعدم ضمان الاستمرارية في أعمالهم ووظائفهم بسبب المستجدات التي يفرزها عصر المعرفة يوما بعد يوم. ويرى (McGreger, Tweed, and Pech, 2004) أن الموارد البشرية يمكن تقسيمها إلي ثلاثة مجالات أساسية هي:

### ١- الكيان البرمجي لإدارة الموارد البشرية Soft HRM:

وهذا المجال برز وتبلور نتيجة التفكير المتعمق لمجموعة من الباحثين الذين ركزوا على وضع إطار مفاهيمي لهذا المجال يعزز ممارسات ادارة الموارد البشرية في مجالات التدريب وبناء فرق العمل ويركز على مشاركة العاملين، وهذا من أجل تضمين Involvement هؤلاء العاملين بصورة فاعلة في أعمال المنظمة وأنشطتها، وهذا المجال يتعلق بما يتصل بالأفراد أنفسهم.

### ٢- الكيان المادي لإدارة الموارد البشرية Hard HRM

هذا المجال يركز على تبني المدخل الشرطي Contingency Approach في ادارة الموارد البشرية ويركز على الأنشطة والممارسات التي تتصل بالمنظمة.

### ٣- رأس المال البشري Human Capital :

منذ عام ٢٠٠٠م يبذل الكثير من الباحثين جهودا مكثفة من اجل بناء نموذج متكامل لرأس المال البشري يكفل تحقيق النجاح لمنظمات الأعمال في ظل الاقتصاد المعرفي. ويرى

(Nesbit, 2001) أنه ينبغي مراعاة عدة جوانب في بناء نموذج متكامل لرأس المال

البشري، وأهم هذه الجوانب:

- قضايا ومضامين العلاقات مع العاملين.
- الاعتبارات القانونية.
- التخصص ومستوى الحاجة إليه.
- مستوى توفر المهارات والقدرات المطلوبة.
- اختيار الأشخاص المناسبين.
- اعتبارات وقضايا البيئة الداخلية والبيئة الخارجية.
- الحاجة إلى الخلق والإبداع قياساً بالاحتياجات الوظيفية التقليدية.
- الخصائص والمواصفات الشخصية المطلوبة.

إن رأس المال البشري يشمل مضامين واعتبارات الموارد البشرية بصورتها الواسعة، والتي تتضمن سوق العمل والموارد البشرية اللازمة لأداء الأنشطة المختلفة، كما يشمل المضامين والمتطلبات المحددة الخاصة بالقدرات الفردية في مجالات المعرفة والمهارات وخصائص المديرين وخصائص العاملين . وقد أكد (Lau, Chan, and Man, 1998) على أن هناك مجموعة من القدرات والمواصفات التي تؤهل العاملين للنجاح في ظل اقتصاد المعرفة، وأهم هذه القدرات والمواصفات ما يأتي:

#### ١- المعرفة Knowledge وتتضمن ما يأتي:

- المعرفة المهنية والمعرفة الفنية والمعرفة المتخصصة.
- المعرفة التي تناسب الصناعة المعنية وترتبط بها.
- المعرفة التشغيلية Operations Knowledge
- الفهم والإدراك الواسع لبيئة الأعمال المتغيرة.
- المعرفة باستخدام التكنولوجيا.

#### ٢- المهارات Skills وتتضمن:

- مهارات التفاوض.
- مهارات بناء العلاقات مع الآخرين.
- مهارات التعامل مع الزبائن.
- القدرة على تمييز الفرص.
- مهارات استخدام الحاسوب وقدرات التحديث.

- مهارات وقدرات التعامل مع المشروعات المتعددة.

### ٣- الخصائص Attributes وتتضمن:

- المرونة.
- القدرة على التكيف وسهولة التكيف مع الطوارئ.
- القدرة على التعلم السريع.
- التوجه الذاتي بالتنمية والتعليم.
- الإعتماد على الذات.

إن رأس المال البشري يتعامل مع الإطار العام للمنظمة والأعمال Business Context ومع المستويات المتعددة والمضامين المختلفة للمحتوى الداخلي للمنظمة. إن النماذج الجديدة والنظريات الجديدة لرأس المال البشري تمتلك المضامين التي تجعلها قادرة على إحداث التأثيرات الكفيلة بتعظيم قيمة المنظمات والقيمة الاقتصادية للأعمال. إن تبلور الاقتصاد المعرفي، وتعاضم وتزايد دور منظمات الأعمال الالكترونية يحتاج إلى إعادة التفكير في نموذج رأس المال البشري بحيث يجري بناء نموذج قادر على تحديد علاقات العمل الجديدة التي تناسب الاقتصاد الجديد، وتحديد القدرات والإمكانات المطلوبة في العاملين والمديرين بصورة تضمن تحقيق نجاح منظمات الأعمال الحديثة. ويقترح (McGregor, Tweed, and Pech, 2004) نمودجا جديدا لرأس المال الفكري يبرز التحولات في عدد من العناصر الأساسية نتيجة التحول من الاقتصاد التقليدي إلى الاقتصاد المعرفي، وهذه العناصر تعبر عن الطبيعة الديناميكية (الحركية) للعمل .

### ٢. ٤. إطار مقترح للإفصاح عن رأس المال الفكري

يعرض الباحث في الجدول التالي لأبعاد وعناصر ومؤشرات الإطار المقترح للإفصاح عن رأس المال الفكري. ولقد تم تطوير هذا الاطار من خلال فحص وتحليل الدراسات السابقة (أنظر علي سبيل المثال: Rumelt, 2003; Chen, 2008; Emadzadeh, et. Al., 2013; Nashtaei, et al., 2013; Hematfar et al., 2013; Moghadam et al., 2013; Sánchez et al., 2013; Jafari, 2013; Moradi et al. 2013; Wu, and Sivalogathan, 2013; Mojtahedi & Jafari, 2013; Lu, et. Al., 2013; Boujelbene & Affes, 2013; and Mojtahedi, 2013). ويتكون هذا جدول الإطار المقترح للإفصاح عن رأس المال الفكري من أربعة أعمدة، حيث يعرض العمود الأول الأبعاد الثلاثة لرأس المال الفكري وهي البعد البشري والبعد التنظيمي (الهيكل الداخلي) وبعد العلاقات (أو الهيكل الخارجي). ثم يعرض



في العمود الثاني العناصر الرئيسية التي يتكون منها هذا البعد. فمثلا مقابل البعد البشري توجد عناصر هذا البعد متمثلة في ولاء العاملين، رضاء العاملين، خبرات العاملين، كفاءة العاملين، مهارة العاملين، ودرجة تحفيز العاملين بالمنظمة. ثم يعرض في العمود الثالث والرابع المؤشرات التي تقيس هذه العناصر. وتم تقسيم هذه المؤشرات إلي قسمين. الأول يعرض المؤشرات الخاصة بالأنشطة التي تقوم بها المنظمة من أجل إقتناء أو خلق رأس المال الفكري وهي بمثابة تكاليف رأسمالية أو إستثمار في مجال خلق أو تكوين رأس المال الفكري، مثل نسبة التكلفة التي تنفق على أنشطة الإختيار والتعيين والتدريب وتطوير النظم الداخلية للتدريب والتعلم وغيرها من الأنشطة التي تظهر في العمود الثالث. أما العمود الرابع فيعرض مؤشرات نتائج ما حققته المنظمة من رأس المال الفكري من خلال الأنشطة التي قامت بها في الفترة الحالية وفي الفترات السابقة مثل نسبة عدد العاملين الجدد، نسبة العاملين ذوي الخبرة، نسبة العاملين الحاصلين على مؤهلات عليا قبل وأثناء الالتحاق بالمنظمة، ... إلي غير ذلك من المؤشرات التي تعبر عن النتائج المحققة للمنظمة من سعيها المستمر نحو تكوين وتطوير ما لديها من عناصر رأس المال الفكري. وهكذا بالنسبة لباقي الأبعاد المختلفة لعناصر رأس المال الفكري.

### إطار مقترح للإفصاح عن رأس المال الفكري

الأبعاد	العناصر	المؤشرات	النتائج
رأس المال البشري	١. ولاء العاملين	١. نسبة تكلفة الإختيار والتعيين إلي إجمالي التكاليف الادارية	١. نسبة عدد العاملين الجدد
	٢. رضاء العاملين	٢. متوسط تكلفة الإختيار والتعيين لكل عامل جديد	٢. نسبة العاملين ذوي الخبرة
	٣. خبرة العاملين	٣. نسبة تكلفة تطوير نظم الرقابة الداخلية على الأفراد	٣. نسبة العاملين الحاصلين على مؤهلات عليا
	٤. كفاءة العاملين	٤. نسبة تكلفة التدريب والتعليم إلي إجمالي التكاليف الادارية	٤. المعرفة المهنية والمعرفة الفنية والمعرفة المتخصصة التي يتمتع بها العاملين.
	٥. مهارة العاملين	٥. نسبة تكلفة المزايا العينية إلي إجمالي تكلفة الأجور	٥. مدي اهتمام الإدارة باستقطاب الافراد ذوي المواهب وحملة المؤهلات الاكاديمية والمهنية المتميزة
	٦. تحفيز العاملين	٦. متوسط تكلفة المزايا العينية المقدمة لكل عامل	٦. مستوي خبرات العاملين و التراكم المعرفي الناجم عن التجارب المعتمدة في الحياة العملية
		٧. تكلفة الاستثمار في تنمية قدرات التعلم المستمر لدى العاملين	٧. الدخل المتحقق من الأفكار الاصلية للعاملين
		٨. تنمية قدرات العاملين فيما يتعلق بالمشاركة في اتخاذ القرارات	٨. درجة كفاءة عمليات تدريب العاملين
		٩. عدد لقاءات الدورات وورش العمل لتبادل الخبرة بين الشركة وخبراء من خارجها	٩. معدل التدريب
		١٠. نسبة الموازنة المخصصة لتطوير الموارد البشرية إلي إجمالي الموازنة الرأسمالية	١٠. معدل الترقية بالشركة
			١١. معدل دوران العمالة
			١٢. معدل الغياب
			١٣. معدل الشكاوى المقدمة من العاملين
			١٤. معدل التحقيقات الادارية مع العاملين
			١٥. معدل مشاركة العاملين في التخطيط
			١٦. معدل ربحية العامل
			١٧. معدل إنتاجية العامل
			١٨. معدل الأخطاء
			١٩. معدل الوقت الضائع

المؤشرات	العناصر	الأبعاد
<p><b>النتائج</b></p> <p>١. عدد العمليات الرئيسية في الشركة  ٢. متوسط عدد أجهزة الحاسب الآلي لكل عامل في الشركة  ٣. عدد برامج الحاسب الآلي المستخدمة في الشركة  ٤. عدد قواعد البيانات المستخدمة في الشركة  ٥. بناء شبكة معلومات داخلية واستخدام هذه الشبكة.  ٦. مستوى التنسيق بين وظيفة البحث والتطوير ووظيفة الإنتاج والوظائف الأخرى  ٧. مدى توافر البيانات والمعلومات ذات العلاقة بأنشطة المنظمة وأعمالها.  ٨. مدى توافر أدوات للرقابة ومعايير للاداء  ٩. عدد المنتجات الجديدة التي تم تقديمها من قبل الشركة  ١٠. نسبة مبيعات المنتجات الجديده / اجمالي المبيعات  ١١. متوسط الوقت اللازم لتطوير المنتج  ١٢. عدد براءات الاختراع المسجلة باسم الشركة  ١٣. عدد براءات الاختراع المنتظر تسجيلها باسم الشركة  ١٤. عدد شكاوى العملاء من المنتجات الجديده  ١٥. عدد مقترحات العملاء بشأن تطوير المنتج  ١٦. نسبة الوحدات المعيبة / اجمالي الوحدات المنتجة  ١٧. نسبة تكلفة الوحدات المعيبة / اجمالي تكلفة الانتاج  ١٨. نسبة تكلفة اعادة التشغيل / اجمالي تكلفة الانتاج  ١٩. نسبة تكلفة المرتجع من العملاء / اجمالي الوحدات المباعة  ٢٠. نسبة تكلفة اصلاح و صيانة المنتجات بعد البيع / اجمالي ايراد المبيعات  ٢١. التنسيق مع القوى الخارجية ذات العلاقة بالابتكار.  ٢٢. وجود نظام تحفيزي لتشجيع العاملين على الابتكار  ٢٣. كفاءة دورة التشغيل ( زمن الانشطة التي تضيف قيمة / الزمن الكلي للتشغيل )  ٢٤. معدل مرونة الانتاج (الزمن اللازم لانتاج اوامر ذات مواصفات خاصة / وقت الانتاج العادي )  ٢٥. معدل مرونة التسليم (عدد الاوامر المسلمة للعملاء في الوقت المحدد / اجمالي عدد الاوامر التي تم تشغيلها )  ٢٦. متوسط الزمن اللازم للتشغيل (اجمالي الوقت المستخدم في تشغيل الاوامر / عدد الاوامر التي تم تشغيلها )  ٢٧. متوسط تكلفة الانتاج للوحده</p>	<p><b>الانشطة</b></p> <p>١. نسبة تكلفة الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات  ٢. نسبة تكلفة التدريب على استخدام تكنولوجيا المعلومات  ٣. إجمالي تكلفة البحوث والتطوير في كل المجالات  ٤. قيمة الموازنة المخصصة للإستثمار في تكنولوجيا المعلومات في الفترة القادمة  ٥. قيمة الموازنة المخصصة للبحوث و التطوير في الفترة القادمة  ٦. نسبة الإستثمار في البحث والتطوير إلي حجم المبيعات</p>	<p>١. تكنولوجيا المعلومات  ٢. نظم الانتاج  ٣. العمليات  ٤. البرامج  ٥. قواعد البيانات  ٦. ثقافة المنشأة  ٧. فلسفة الادارة  ٨. الحقوق المعرفية</p> <p>رأس المال التنظيمي (الهيكلي الداخلي)</p>

المؤشرات		العناصر	الأبعاد
النتائج	الأنشطة		
١. العدد الاجمالي للعملاء	١. تكلفة الاتصال بالعملاء	١. العلاقة بالعملاء	رأس مال العلاقات (الهيكل الخارجي)
٢. مستوى كسب عملاء جدد.	٢. تكلفة خدمات ما بعد البيع	٢. العلاقة بالموردين	
٣. مستوى خسارة عملاء حاليين	٣. تكلفة الاعلان و الترويج	٣. العلاقة بالمنافسين	
٤. بناء وإستخدام قاعدة بيانات للعملاء.	٤. تكلفة دراسات وبحوث السوق الهادفة الي معرفة احتياجات العملاء	٤. العلاقة بالحكومة	
٥. حجم الإستثمار في بناء العلاقات مع العملاء.	٥. تكلفة الاتصال بالموردين	٥. العلاقة بالمجتمع	
٦. نسبة عدد العملاء الجدد /اجمالي عدد العملاء	٦. تكلفة تطوير أنشطة خدمة المجتمع و البيئة	٦. العلاقة بالبيئة	
٧. نسبة الحصة السوقية للشركة / اجمالي السوق	٧. نسبة الموازنة المخصصة لتكاليف خدمة العملاء /اجمالي موازنة التكاليف البيعية و التسويقية		
٨. عدد منافذ البيع و التوزيع	٨. نسبة الموازنة المخصصة لتطوير أنشطة خدمة المجتمع و البيئة		
٩. عدد الاسواق التي تسوق الشركة منتجاتها بها	اجمالي موازنة التكاليف الادارية		
١٠. عدد مندوبي المبيعات في الشركة			
١١. عدد الموردين التي تتعامل معهم الشركة			
١٢. عدد الجهات الحكومية المانحة للمزايا (دعم /امتيازات/تراخيص)			
١٣. متوسط عدد شكاوي العملاء			
١٤. نسبة المرتجع من العملاء /عدد الوحدات المباعة			
١٥. متوسط عدد المقترحات المستلمة من العملاء			
١٦. معدل الاستجابة لاوامر العملاء (الاوامر المسلمة في الموعد المحدد /اجمالي عدد الاوامر المسلمة )			
١٧. معدل دوران العملاء (عدد العملاء تاركي الشركة /اجمالي عدد العملاء )			
١٨. متوسط تكلفة المسؤولية القانونية تجاه العميل			
١٩. متوسط تكلفة المسؤولية القانونية تجاه المورد			
٢٠. نسبة المرتجع للموردين			
٢١. تكلفة المسؤولية القانونية تجاه المجتمع			
٢٢. معدل ربحية العميل			
٢٣. معدل جودة المواد الخام المشتراه			
٢٤. نسبة الخصم المكتسب من الموردين			
٢٥. معدل التزام الموردين			
٢٦. عدد اتفاقيات التراخيص التي حصلت عليها الشركة خلال الفترة			
٢٧. عدد الامتيازات التي حصلت عليها الشركة خلال الفترة			

يفترض الباحث أن الشركة التي تقوم بقياس والافصاح عن جميع المؤشرات الواردة في الاطار السابق تعد من الشركات التي تقوم بالافصاح الكامل عن رأس المال الفكري. أما الشركات التي تتجاهل بعض هذه المؤشرات فإنها تكون بعيدة عن الافصاح الكامل عن رأس المال الفكري بمقدار ما تتجاهل الافصاح عنه من هذه المؤشرات.

ومن الجدير بالذكر هنا أن الباحث لا يدعى أن هذا الاطار يشتمل على جميع المؤشرات التي تقيس رأس المال الفكري بكل أبعاده، ولكنه يمثل مجرد محاولة من الباحث لجمع وترتيب أكبر عدد من المؤشرات التي وردت في الدراسات السابقة للوصول إلى اطار متكامل لقياس والافصاح عن رأس المال الفكري في الشركات في القطاعات الإقتصادية المختلفة بغض النظر عن حجم وطبيعة نشاط تلك الشركات. ولقد حاول الباحث اختبار

لأبعاد وعناصر ومؤشرات الإطار المقترح للإفصاح عن رأس المال الفكري ميدانياً من خلال دراسة ميدانية على عينة من الشركات العاملة بجمهورية مصر العربية. ويعرض الباحث في الجزء التالي من الدراسة لأهم نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بمدى إدراك الشركات المصرية لأهمية رأس المال الفكري ومدى قيام تلك الشركات بقياس والإفصاح عن رأس المال الفكري وعلاقة مستوى هذا الإفصاح بالمركز التنافسي لهذه الشركات.

### ٣. الدراسة الميدانية

تتناول هذه الدراسة قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري وعلاقة مستوى القياس و الإفصاح بمستوى المركز التنافسي الذي يتحقق لهذه الشركات. وبالنسبة للبيانات الميدانية فقد تم تجميعها بواسطة استمارة استقصاء صممت خصيصاً لهذا الغرض، ولقد تضمنت استمارة الاستقصاء الجوانب المتعلقة بمتغيرات الدراسة بغرض تجميع البيانات تمهيدا لتحليلها إحصائياً لاختبار فروض الدراسة.

#### ٣.١. مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في مجموعة الموظفين العاملين في القطاع المالي في الشركات المصرية. ونظراً لأنه لا يمكن إجراء المسح الشامل لمجتمع الدراسة فقد تم الاقتصار على عينة ممثلة لهذا المجتمع. ومن ثم فقد تم توزيع استمارة استقصاء على عينة عشوائية من العاملين بالشركات المصرية، حيث تم توزيع عدد ٥٠٠ استمارة استقصاء على عينة عشوائية من الشركات المختلفة المنتشرة بجمهورية مصر العربية. وبعد المتابعة تم تجميع عدد ٢٧٧ استمارة استقصاء من الشركات المصرية المختلفة؛ ومن ثم فإن معدل الردود المبدئي يمثل ٥٥.٤% من إجمالي عدد استمارات الاستقصاء التي تم توزيعها على الشركات المصرية. وبعد استبعاد استمارات الاستقصاء غير المكتملة Incomplete وغير الصالحة للتحليل Invalid فقد تم الحصول على عدد ٢٧١ قائمة استقصاء صالحة للتحليل والتي تمثل ٥٤.٢% من إجمالي عدد استمارات الاستقصاء التي تم توزيعها على مفردات العينة.

#### ٣.٢. أسلوب جمع البيانات و وصف استمارة الاستقصاء

لتحقيق الهدف الرئيسي من هذه الدراسة- والمتمثل في دراسة مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري وعلاقة ذلك بالمركز التنافسي للشركة- فقد تم تصميم استمارة استقصاء مكونة من قسمين رئيسيين، حيث يتكون القسم الأول من

سنة أسئلة تتعلق بمعلومات عامة عن الأشخاص الذين قاموا بتعبئة استمارة استقصاء من حيث: نوع الشركة التي يعملون فيها (حكومية ، قطاع أعمال عام ، أم قطاع خاص) ، طبيعة نشاط الشركة ( صناعية ، تجارية، أم خدمية) ؛ التخصص الخاص بالمستجوب ( في مجال المحاسبة أم في مجال آخر) ؛ حجم الشركة ( صغيرة، متوسطة، أم كبيرة) و لقد تم الاعتماد على عدد العاملين كمقياس لحجم الشركة ؛ و عدد سنوات الخبرة العملية للمستجوبين ( أقل من خمس سنوات أو خمس سنوات فأكثر) . أما القسم الثاني من استمارة الاستقصاء فقد اشتمل على أربعة أقسام فرعية. القسم الفرعي الأول خصص للبعد الأول من أبعاد رأس المال الفكري و هو رأس المال البشرى و الذي يتكون بدوره من أربعة مجموعات فرعية (أ، ب، ج، و د). يقيس كل منها مجموعة من الأسئلة التي يفترض - طبقاً للإطار المقترح في الدراسة النظرية - أنها تقيس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن هذا البعد من أبعاد رأس المال الفكري. كما خصص القسم الفرعي الثاني للبعد الثاني و هو رأس مال الهيكل التنظيمي الداخلي. و يتكون هذا البعد من خمسة مجموعات من الأسئلة لقياس مستوى الإفصاح عنه في الشركات المصرية \_ حسبما يتضح من استمارة الاستقصاء في الملحق رقم ١. أما القسم الفرعي الثالث من الاستمارة فقد خصص للبعد الثالث و هو بعد رأس المال الخارجي أو رأس مال العلاقات. و الذي يتكون من أربعة مجموعات من الأسئلة التي تقيس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن هذا البعد من رأس المال الفكري. أما القسم الرابع و الأخير من الاستمارة فقد تم تخصيصه لقياس العلاقة بين مستوى الإفصاح عن رأس المال الفكري بأبعاده المختلفة و بين المركز التنافسي للشركات المصرية. و يتكون هذا القسم من ثلاث مجموعات فرعية، الأولى خصص لها مجموعة أسئلة تقيس علاقة الإفصاح عن رأس المال البشرى بالمركز التنافسي و المجموعة الثانية خصصت لبعد الهيكل التنظيمي الداخلي و الثالثة لبعد هيكل العلاقات. وفي القسم الثاني من الاستمارة ، تم صياغة الأسئلة لكي تكون الإجابات المتوقعة متدرجة وفق مقياس ليكارت مرتباً من الدرجة رقم (١) للتعبير عن عدم قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري على الإطلاق ، إلي الدرجة رقم (٤) للتعبير عن قيام الشركات المصرية بالقياس و الإفصاح الكامل عن رأس المال الفكري.

### ٣.٣. الأساليب الإحصائية المستخدمة

لأغراض هذه الدراسة، تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences (SPSS)، للقيام بعملية التحليل

الإحصائي و ذلك لاختبار الفروض الإحصائية لهذه الدراسة، ولقد قام الباحث بإجراء التحليل الوصفي Descriptive Analysis (مثل معدل التكرارات والنسب) للبيانات التي تم تجميعها للتعرف على الخصائص الأساسية لعينة البحث ومتغيرات الدراسة. كما تم إجراء بعض الاختبارات اللامعلمية Non-Parametric Tests (مثل اختبار كروسكال - ولاس Kruskal-Wallis) لاختبار فروض البحث والتعرف على مدى وجود اختلافات جوهرية بين الشركات المصرية في مستوى قيامها بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري و كذا مدى جوهرية الاختلاف بين المؤشرات المستخدمة في قياس رأس المال الفكري من حيث مستوى التطبيق. كما تم استخدام مستوى معنوية  $P = 0.05$  ، و الذي يعد مستوى مقبولاً في العلوم الاجتماعية بصفة عامة (Sekaran 2005) . و يقابله مستوى ثقة يساوي ٩٥% لتفسير نتائج الدراسة ، وقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

١. النسب المئوية والتكرارات.

٢. الاختبارات الوصفية مع الترتيب Descriptive Analysis with Ranking

٣. اختبار كروسكال - ولاس (Kruskal-Wallis) لاختبار فروض البحث.

وسوف يتناول البحث في الأقسام التالية التحليل الوصفي Descriptive Analysis لخصائص عينة الدراسة، ونتائج الاختبارات الإحصائية لفروض الدراسة.

#### ٣.٤. التحليل الوصفي لخصائص عينة الدراسة

يوضح الجدول التالي خصائص عينة الدراسة من حيث نوع الشركات و طبيعة نشاطها و حجمها و كذلك من حيث تخصص المشاركين في الاستقصاء و مؤهلاتهم و خبراتهم العملية.

جدول رقم ١: خصائص عينة الدراسة

م	البيان	العدد	النسبة %
١	نوع الشركة - حكومية - قطاع عام - قطاع خاص	١٣٧	٥٠.٦
		٦٦	٢٤.٤
		٦٨	٢٥.٠
		٢٧١	١٠٠
٢	طبيعة نشاط الشركة - صناعية - تجارية - خدمية	٢٣	٨.٥
		٤٤	١٦.٢
		١٧٨	٦٥.٧

٩.٦	٢٦	- أخرى	
١٠٠	٢٧١	الإجمالي	
٥٤.٢	١٤٧	<b>حجم الشركة</b>	٣
٢٤.٧	٦٧	- صغيرة	
٢١.١	٥٧	- متوسطة	
		- كبيرة	
١٠٠	٢٧١	الإجمالي	
٦٤.٢	١٧٤	<b>تخصص المستجوبين</b>	٤
٣٥.٨	٩٧	- محاسب	
		- غير ذلك	
١٠٠	٢٧١	الإجمالي	
٢٩.١	٧٩	<b>خبرة المستجوبين</b>	٥
٧٠.٩	١٩٢	- أقل من ٥ سنوات	
		- ٥ سنوات فأكثر	
١٠٠	٢٧١	الإجمالي	
٧	١٩	<b>المؤهل الدراسي</b>	٦
٨٢	٢٢٢	- دبلوم (متوسط)	
١١	٣٠	- بكالوريوس أو ليسانس	
		- عليا ( دبلوما، ماجستير، أو دكتوراه)	
%١٠٠	٢٧١	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق أن حوالي ٥١% من الشركات المشاركة في الدراسة من الشركات الحكومية، أن حوالي ٢٤% شركات قطاع أعمال عام، و ٢٥% شركات قطاع خاص. كما يتضح أن حوالي ٦٦% من الشركات المشاركة من الشركات الخدمية بينما تمثل الشركات التجارية حوالي ١٦% و الشركات الصناعية ٨.٥%، و الشركات الأخرى ( بنوك و شركات تأمين) تمثل حوالي ٩.٥%. و تمثل الشركات صغيرة الحجم حوالي ٥٤% من الشركات المشاركة ن بينما تمثل الشركات المتوسطة حوالي ٢٥% و الشركات الكبيرة حوالي ٢٢%.

يتضح من الجدول السابق أيضا أن المستجوبين في الدراسة غالبيتهم من المحاسبين ( ٦٤% تقريبا) بينما يمثل غير المحاسبين نسبة ٣٦% تقريبا. و أن حوالي ٧١% من المستجوبين من أصحاب الخبرة التي تصل إلى خمس سنوات فأكثر بينما يمثل أصحاب الخبر الأقل من خمس سنوات نسبة ٢٩% تقريبا. و يعد غالبية المستجوبين من حملة

البكالوريوس أو الليسانس بنسبة ٨٢% أما حملة الشهادات المتوسطة (دبلوم) فنسبتهم ٧% و حملة الشهادات الأعلى من الدبلوم و الماجستير و الدكتوراه فيمثلون نسبة ١١% تقريبا.

### ٣. ٥. اختبار فروض الدراسة

تشتمل الدراسة على الفروض الأساسية الآتية:

١. تقوم الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري بدرجة كافية

أ. تقوم الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال البشري - كأحد

عناصر رأس المال الفكري للشركة - بدرجة كافية.

ب. تقوم الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس مال الهيكل

التنظيمي الداخلي - كأحد عناصر رأس المال الفكري للشركة - بدرجة

كافية.

ت. تقوم الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن هيكل العلاقات - كأحد

عناصر رأس المال الفكري للشركة - بدرجة كافية.

٢. لا توجد اختلافات جوهرية بين الشركات المصرية فيما يختص بقياس و الإفصاح

عن عناصر رأس المال الفكري

٣. إن قياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري يقوي المركز التنافسي للشركات في

البيئة المصرية.

٤. لا يؤثر حجم الشركة على مستوى الإفصاح عن رأس المال الفكري في البيئة

المصرية.

٥. لا تؤثر طبيعة نشاط الشركة على مستوى الإفصاح عن رأس المال الفكري في

البيئة المصرية.

٦. لا يؤثر القطاع الذي تنتمي إليه الشركة على مستوى الإفصاح عن رأس المال

الفكري في البيئة المصرية.

نتائج اختبار فروض مستوى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس

المال الفكري



(جدول رقم ٢: نتائج التحليل الوصفي لمؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس  
و الإفصاح عن رأس المال البشري)

مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري							
أولاً: مؤشرات رأس المال البشري							
لا يتم قياسها أو الإفصاح مطلقاً عنها		يتم قياسها و الإفصاح بدرجة ضعيفة		يتم قياسها و الإفصاح بدرجة متوسطة		يتم قياسها و الإفصاح بدرجة كبيرة	
#	%	#	%	#	%	#	%
<b>أ. مؤشرات جلب والاحتفاظ برأس المال البشري</b>							
٩٣	٣٤.٣	١٣٢	٤٨.٧	١١	٤.١	٣٥	١٢.٩
١١. نسبة تكلفة الاختيار والتعيين الى إجمالي التكاليف الادارية							
٨٦	٣٢.٨	١٣٧	٥٠.٦	١٦	٥.٩	٣٢	١١.٨
١٢. متوسط تكلفة الاختيار والتعيين لكل عامل جديد							
٨٩	٣٢.٨	١٢٩	٤٧.٦	١٢	٤.٤	٤١	١٥.١
١٣. نسبة تكلفة تطوير نظم الرقابة الداخلية على الأفراد							
٦٨	٢٥.١	١٢٧	٤٦.٩	٢٢	٨.١	٥٤	١٩.٩
١٤. نسبة تكلفة التدريب والتعليم الى إجمالي التكاليف الادارية							
٧٠	٢٥.٨	١٤٦	٥٣.٩	١٠	٣.٧	٤٤	١٦.٢
١٥. نسبة تكلفة المزايا العينية الى إجمالي تكلفة الأجور							
٥٩	٢١.٨	١٤٨	٥٤.٦	٢٢	٨.١	٤١	١٥.١
١٦. متوسط تكلفة المزايا العينية المقدمة لكل عامل							
٦٢	٢٢.٩	١١٧	٤٣.٢	١٦	٥.٩	٧٥	٢٧.٧
١٧. نسبة عدد العاملين الجدد الى إجمالي عدد العاملين بالشركة							
٧٠	٢٥.٨	١١٠	٤٠.٦	١٧	٦.٣	٧٣	٢٦.٩
١٨. نسبة العاملين ذوي الخبرة الأكثر من خمس سنوات الى إجمالي عدد العاملين بالشركة							
٥٣	١٩.٦	١١٦	٤٥.٨	١١	٤.١	٩٠	٣٣.٢
١٩. نسبة العاملين الحاصلين على مؤهلات عليا وماجستير ودكتوراه الى إجمالي عدد العاملين بالشركة							
٧٨	٢٨.٨	١٠٢	٣٧.٦	١٧	٦.٣	٧٣	٢٦.٩
٢٠. المعرفة المهنية والمعرفة الفنية والمعرفة المتخصصة التي يتمتع بها العاملون.							
١٠٣	٣٨	٥٩	٢١.٨	٢٤	٨.٩	٨٤	٣١
٢١. مدى اهتمام الإدارة باستقطاب الافراد ذوي المواهب وحمله المؤهلات الاكاديمية والمهنية المتميزة							
٦٩	٢٥.٥	١١٣	٤١.٧	٢٦	٩.٦	٦٢	٢٢.٩
٢٢. مستوى خبرات العاملين و التراكم المعرفي الناجم عن التجارب المعتمدة في الحياة العملية							
١٠٢	٣٧.٦	٩٦	٣٥.٤	١٦	٥.٩	٥٥	٢٠.٣
٢٣. نسبة الموازنة المخصصة لتطوير الموارد البشرية الى إجمالي الموازنة الرأسمالية							
<b>ب. مؤشرات تنمية قدرات رأس المال البشري</b>							
٩١	٣٣.٦	١٢٤	٤٥.٨	١٣	٤.٨	٤٣	١٥.٩
١. تكلفة الاستثمار في تنمية قدرات التعلم المستمر لدى العاملين.							
٩٨	٣٦.٢	١١٥	٤٢.٤	١٣	٤.٨	٤٥	١٦.٦
٢. تنمية قدرات العاملين فيما يتعلق بالمشاركة في اتخاذ القرارات							
٩٢	٣٣.٩	١٣٥	٤٩.٨	١٣	٤.٨	٣١	١١.٤
٣. متوسط تكلفة التدريب والتعليم لكل عامل							
٨٥	٣١.٤	١٤٢	٥٢.٤	١١	٤.١	٣٣	١٢.٢
٤. متوسط فترة التدريب والتعليم لكل عامل							
٧٩	٢٩.٢	٧٦	٢٨	٢٩	١٠.٧	٨٦	٣١.٧
٥. عدد لقاءات الدورات وورش العمل لتبادل الخبرة بين الشركة وخبراء من خارجها							
٨٩	٣٢.٨	١٠٥	٣٨.٧	١٥	٥.٥	٦١	٢٢.٥
٦. نسبة الموازنة المخصصة لتطوير الموارد البشرية الى إجمالي الموازنة الرأسمالية							
١١٠	٤٠.٦	١١٨	٤٣.٥	١١	٤.١	٣١	١١.٤
٧. الدخل المتحقق من الأفكار الاصلية للعاملين.							
٦٤	٢٣.٦	١٤٣	٥٢.٨	١٨	٦.٦	٤٥	١٦.٦
٨. درجة كفاءة عمليات تدريب العاملين.							
٥٦	٢٠.٧	١٤٦	٥٣.٩	١٩	٧	٤٩	١٨.١
٩. عدد الدورات التدريبية لكل عامل							
٥٠	١٨.٥	١٥٤	٥٦.٨	١٩	٧	٤٧	١٧.٣
١٠. عدد ساعات التدريب لكل عامل							
٦٠	٢٢.١	١٤١	٥٢	١٢	٤.٤	٥٧	٢١
١١. معدل التدريب (عدد المتدربين / عدد العاملين)							
٤٠	١٤.٨	١٤٩	٥٥	١٥	٥.٥	٦٦	٢٤.٤
١٢. معدل الترقية بالشركة (عدد الترقيات / عدد العاملين)							
<b>ج. مؤشرات إرضاء العاملين</b>							
٧٤	٢٧.٣	١٤٨	٥٤.٦	١١	٤.١	٣٨	١٤
١. معدل دوران العمالة ( نسبة العاملين الذين تركوا الشركة خلال السنة)							
٣٧	١٣.٧	١٩٣	٧١.٢	١٠	٣.٧	٣١	١١.٤
٢. معدل الغياب ( عدد أيام الغياب / عدد أيام السنة) لجميع العاملين و لكل عامل							
٥١	١٨.٨	١٥٠	٥٥.٤	١٣	٤.٨	٥٧	٢١
٣. متوسط مدة خدمة العاملين بالمنظمة							
٩٣	٣٤.٣	١٢١	٤٤.٦	١٨	٦.٦	٣٨	١٤
٤. قياس و الإفصاح عن مدى تطابق اتجاهات العاملين مع قيم المنظمة.							

مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري							
لا يتم قياسها أو الإفصاح عنها مطلقا		يتم قياسها و الإفصاح عنها بدرجة ضعيفة		يتم قياسها و الإفصاح عنها بدرجة متوسطة		يتم قياسها و الإفصاح عنها بدرجة كبيرة	
%	#	%	#	%	#	%	#
39	14.4	184	67.9	11	4.4	36	13.3
73	26.9	151	55.7	15	5.5	31	11.4
89	32.8	149	55	5	1.8	27	10
89	32.8	134	49.4	16	5.9	31	11.4
د. مؤشرات زيادة إنتاجية العامل و مشاركته في تحقيق أهداف الشركة							
96	35.4	126	46.5	13	4.8	35	12.9
76	28	147	54.2	15	5.5	32	11.8
77	28.4	154	56.8	14	5.2	25	9.2
105	38.7	131	48.3	11	4.1	23	8.5
107	39.5	126	46.5	12	4.4	24	8.9
107	39.5	106	39.1	20	7.4	37	13.7

يوضح الجدول السابق عدد و نسبة المشاركين في كل فئة من فئات مستوى قياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري في الشركات المصرية المشاركة في الدراسة. و يتضح من الجدول السابق أن غالبية مفردات العينة يرون أن مستوى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن البعد البشري لرأس المال الفكري يقع في المستوى (ضعيف) ، حيث تتراوح النسبة الخاصة بهذه الفئة من ٧١.٢% الى ٢٢% تقريبا بالنسبة لجميع مؤشرات هذا البعد فيما عدا :

١. المؤشرين رقمي ١١ و ١٣ من البعد الفرعي الأول لرأس المال البشري وهما : مؤشر مدى إهتمام الإدارة باستقطاب الأفراد ذوي المواهب و حملة المؤهلات الأكاديمية و المهنية المتميزة ، و مؤشر نسبة الموازنة المخصصة لتطوير الموارد البشرية الى إجمالي الموازنة الرأسمالية ، فقد جاءت تقديرات غالبية المشاركين لمستوى القياس و الإفصاح عنها منعدم على الإطلاق.

٢. المؤشر الخامس من البعد الفرعي الثاني ( عدد لقاءات الدورات و ورش العمل لتبادل الخبرات بين الشركة و خبراء من خارجها) فقد رأى غالبية المشاركين أن مستوى الإفصاح عن هذا المؤشر (كبير جدا)

٣. المؤشر السادس من البعد الفرعي الثالث و الخاص بقياس و الإفصاح عن الدخل المتحقق من الأفكار الأصلية للعاملين، فقد كان رأى غالبية المشاركين أن مستوى الإفصاح عن هذا المؤشر منعدم ( لا يوجد على الإطلاق).

و يظهر من الجدول أيضا أن الفئة التالية لفئة المنوال بالنسبة لجميع المؤشرات هي فئة عدم القياس و الإفصاح على الإطلاق ، حيث تتراوح نسبة هذه الفئة من ٣٩.٥% الى

١٥% و ذلك بالنسبة لجميع مؤشرات بعد رأس المال البشرى. كما يلاحظ أن نسبة عدم الإفصاح على الإطلاق و نسبة الإفصاح الضعيف يكملان بعضهما البعض فى استقطاب ما يقرب من ٩٠% من مفردات العينة تاركين لفئتي الإفصاح المتوسط و الكبير معا نسبة ضئيلة تقترب من ١٠%.

مما سبق يمكن استنتاج أن مستوى قيام الشركات المصرية المشاركة فى الدراسة بقياس و الإفصاح عن رأس المال البشرى- كأحد مكونات رأس المال الفكرى- لا تتعدى مستوى الإفصاح الضعيف أو المنعدم.

(جدول رقم ٣: نتائج التحليل الوصفي مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس مال الهيكل الداخلى)

مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى							
لا يتم قياسها أو الإفصاح عنها مطلقا		يتم قياسها و الإفصاح عنها بدرجة ضعيفة		يتم قياسها و الإفصاح عنها بمستوى متوسط		يتم قياسها و الإفصاح عنها بدرجة كبيرة	
#	%	#	%	#	%	#	%
<b>ثانيا: رأس مال الهيكل الداخلى</b>							
<b>أ. أنشطة تطوير الهيكل الداخلى</b>							
97	35.8	88	32.5	30	11.1	55	20.3
١. نسبة تكلفة الاستثمار فى تكنولوجيا المعلومات / إجمالى التكاليف الرأسمالية							
102	37.6	76	28	21	7.7	72	26.6
٢. نسبة تكلفة التدريب على استخدام تكنولوجيا المعلومات / إجمالى التكاليف الرأسمالية							
75	27.7	103	38	26	9.6	67	24.7
٣. إجمالى تكلفة البحوث و التطوير فى كل المجالات							
77	28.4	96	35.4	21	7.7	77	28.4
٤. قيمة الموازنة المخصصة للإستثمار فى تكنولوجيا المعلومات فى الفترة القادمة							
83	30.6	98	36.2	28	10.3	62	22.9
٥. قيمة الموازنة المخصصة للبحوث و التطوير فى الفترة القادمة							
81	29.9	118	43.5	17	6.3	54	19.9
٦. عدد المقترحات و المشروعات التى تم تقديمها لتطوير العمل و المنتجات من قبل موظفى الشركة							
85	31.4	120	44.3	13	4.8	52	19.2
٧. عدد المقترحات و المشروعات التى تم تنفيذها من مقترحات موظفى الشركة							
<b>ب. مؤشرات امتلاك عناصر الهيكل الداخلى</b>							
76	28	117	43.2	19	7	59	21.8
١. عدد العمليات الرئيسية فى الشركة							
49	18.1	156	57.6	15	5.5	51	18.8
٢. متوسط عدد اجهزة الحاسب الالى لكل عامل فى الشركة							
60	22.1	145	53.5	9	3.3	57	21
٣. عدد برامج الحاسب الالى المستخدمة فى الشركة							
59	21.8	151	55.7	11	4.1	50	18.5
٤. عدد قواعد البيانات المستخدمة فى الشركة							
56	20.7	138	50.9	13	4.8	63	23.2
٥. بناء شبكة معلومات داخلية و استخدام هذه الشبكة.							
77	28.4	110	40.6	22	8.1	61	22.5
٦. نسبة الإستثمار فى البحث و التطوير إلى حجم المبيعات							
93	34.3	112	41.3	15	5.5	50	18.5
٧. مستوى التنسيق بين وظيفة البحث و التطوير و وظيفة الإنتاج و الوظائف الأخرى							
68	25.1	130	48	17	6.3	55	20.3
٨. مدى توافر البيانات و المعلومات ذات العلاقة بأنشطة المنظمة و أعمالها.							
50	18.5	140	51.7	13	4.8	67	24.7
٩. مدى توافر أدوات للرقابة و معايير للاداء							
<b>ج. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف تطوير منتجاتها</b>							
59	21.8	81	29.9	24	8.9	10	39.5
١. عدد المنتجات الجديدة التى تم تقديمها من قبل الشركة							
81	29.9	94	34.7	26	9.6	70	25.8
٢. نسبة مبيعات المنتجات الجديدة / إجمالى المبيعات							
90	33.2	116	42.8	24	8.9	41	15.1
٣. متوسط الوقت اللازم لتطوير المنتج							

لا يتم قياسها أو الإفصاح عنها مطلقا		يتم قياسها و الإفصاح عنها بدرجة ضعيفة		يتم قياسها و الإفصاح عنها بمستوى متوسط		يتم قياسها و الإفصاح عنها بدرجة كبيرة		مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى
%	#	%	#	%	#	%	#	
30.6	83	8.1	22	25.1	68	35.8	97	٤. عدد براءات الاختراع المسجلة باسم الشركة
23.6	64	6.6	18	27.7	75	41.7	113	٥. عدد براءات الاختراع المنتظر تسجيلها باسم الشركة
14.4	39	4.1	11	50.2	136	31	84	٦. عدد شكاوى العملاء من المنتجات الجديده
21	57	6.3	17	48.3	131	24	65	٧. عدد مقترحات العملاء بشأن تطوير المنتج
<b>د. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف ضمان الجودة</b>								
10.3	28	4.1	11	56.5	153	29.2	79	١. نسبة الوحدات المعيبة / اجمالي الوحدات المنتجة
10.3	28	6.3	17	54.2	147	29.2	79	٢. نسبة تكلفة الوحدات المعيبة / اجمالي تكلفة الانتاج
11.1	30	5.9	16	57.2	155	25.8	70	٣. نسبة تكلفة اعادة التشغيل/ اجمالي تكلفة الانتاج
12.9	35	4.4	12	61.3	166	21.4	58	٤. نسبة تكلفة المرتجع من العملاء/ اجمالي الوحدات المباعة
15.5	42	5.2	14	55.4	150	23.6	64	٥. نسبة تكلفة اصلاح و صيانة المنتجات بعد البيع /اجمالي ايراد المبيعات
31	84	10.3	28	26.2	71	31.7	86	٦. التنسيق مع القوى الخارجية ذات العلاقة بالابتكار.
17.3	47	7.4	20	54.2	147	20.7	56	٧. وجود نظام تحفيزي لتشجيع العاملين على الابتكار
<b>هـ. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف زيادة كفاءة التشغيل</b>								
14	38	3.7	10	53.1	144	28.8	78	١. كفاءة دورة التشغيل (زمن الانشطة التى تضيف قيمة /الزمن الكلي للتشغيل)
15.5	42	5.9	16	50.2	136	28.4	77	٢. معدل مرونة الانتاج (الزمن اللازم لانتاج اوامر ذات مواصفات خاصة /وقت الانتاج العادي)
19.9	54	7.7	21	50.6	137	21.8	59	٣. معدل مرونة التسليم (عدد الاوامر المسلمة للعملاء في الوقت المحدد /اجمالي عدد الاوامر التى تم تشغيلها)
11.1	30	4.8	13	59.4	161	24.7	67	٤. متوسط الزمن اللازم للتشغيل (اجمالي الوقت المستخدم في تشغيل الاوامر /عدد الاوامر التى تم تشغيلها)
12.2	33	5.5	15	52.8	143	29.2	79	٥. متوسط تكلفة الانتاج للوحده

ويتضح من الجدول السابق يتضح أن غالبية مفردات العينة ( المنوال) يرون أن مستوى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن البعد الثانى لرأس المال الفكرى و الخاص برأس مال الهيكل الداخلى يقع فى المستوى (ضعيف) ، حيث تتراوح النسبة الخاصة بهذه الفئة من ٦١.٣% الى ٣٥.٤% تقريبا بالنسبة لجميع مؤشرات هذا البعد فيما عدا :

١. المؤشرين رقمى ١ و ٢ من البعد الفرعى الأول لرأس مال الهيكل الداخلى وهما : مؤشر نسبة تكلفة الاستثمار فى تكنولوجيا المعلومات الى اجمالى التكاليف الرأسمالية و نسبة تكلفة التدريب على استخدام تكنولوجيا المعلومات الى اجمالى التكاليف الرأسمالية ، فقد جاءت تقديرات غالبية المشاركين لمستوى القياس و الإفصاح عنهما منعدم أو لا يتم الإفصاح عنهما على الاطلاق.

٢. المؤشر الأول من البعد الفرعى الثالث ( عدد المنتجات الجديدة التى تم تقديمها من قبل الشركة) فقد رأى غالبية المشاركين أن مستوى الإفصاح عن هذا المؤشر (كبير جدا).

٣. المؤشرين رقمى ٤ و ٥ من البعد الفرعى الثالث لرأس مال الهيكل الداخلى وهما : عدد براءات الاختراع المسجلة باسم الشركة و عدد براءات الاختراع المنتظر تسجيلها باسم الشركة ، و المؤشر رقم ٦ من البعد الفرعى الرابع لرأس مال الهيكل الداخلى وهو الإفصاح عن التنسيق مع القوى الخارجية ذات العلاقة بالابتكار، فقد جاءت تقديرات غالبية المشاركين لمستوى القياس و الإفصاح عنهما منعدم أو لا يتم الإفصاح عنهما على الإطلاق. و يظهر من الجدول أيضا أن الفئة التالية لفئة المنوال بالنسبة لجميع المؤشرات هى فئة عدم القياس و الإفصاح على الإطلاق ، حيث تتراوح نسبة هذه الفئة من ٤١.٧% الى ٢٠% و ذلك بالنسبة لجميع مؤشرات بعد رأس مال الهيكل الداخلى. كما يلاحظ أن نسبة عدم الإفصاح على الإطلاق و نسبة الإفصاح الضعيف يكملان بعضهما البعض فى استقطاب ما يقرب من ٨٥% من مفردات العينة تاركين لفئتى الإفصاح المتوسط و الكبير معا نسبة ضئيلة تقترب من ١٥%.

مما سبق يمكن استنتاج أن مستوى قيام الشركات المصرية المشاركة فى الدراسة بقياس و الإفصاح عن رأس مال الهيكل الداخلى- كأحد مكونات رأس المال الفكرى- لا تتعدى مستوى الإفصاح الضعيف أو المنعدم.

(جدول رقم ٤ : نتائج التحليل الوصفى لمؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس مال العلاقات)

لا يتم قياسها أو الإفصاح عنها مطلقا		يتم قياسها و الإفصاح عنها داخليا فقط		يتم قياسها و الإفصاح عنها خارجيا		يتم قياسها و الإفصاح عنها داخليا و خارجيا بدرجة كبيرة		مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى	
#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
ثالثا: مؤشرات رأس المال الخارجى ( رأس مال العلاقات)									
أ. المؤشرات الدالة على ما قامت به الشركة من أنشطة بهدف تطوير علاقاتها مع مختلف اصحاب المصلحة الخارجيين									
93	34.3	108	39.9	21	7.7	49	18.1		
81	29.9	111	41	23	8.5	56	20.7		
64	23.6	119	43.9	29	10.7	59	21.8		
82	30.3	96	35.4	25	9.2	68	25.1		
83	30.6	122	45	29	10.7	36	13.3		
83	30.6	99	36.5	29	10.7	59	21.8		
87	32.1	102	37.6	27	10	54	19.9		
93	34.3	97	35.8	20	7.4	60	22.1		
ب. المؤشرات الدالة على ما تتمتع به الشركة من علاقات متميزة مع اصحاب المصلحة الخارجيين									
41	15.1	127	46.9	24	8.9	79	29.2		
49	18.1	120	44.3	27	10	75	27.7		
83	30.6	134	49.4	20	7.4	34	12.5		

مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى								لا يتم قياسها أو الإفصاح عنها مطلقا		يتم قياسها و الإفصاح عنها داخليا فقط		يتم قياسها و الإفصاح عنها خارجيا		يتم قياسها و الإفصاح عنها داخليا و خارجيا بدرجة كبيرة	
		#		#		#		#		#		#			
٤	بناء واستخدام قاعدة بيانات للعملاء.	46	17	141	52	13	4.8	71	26.2						
٥	حجم الاستثمار في بناء العلاقات مع العملاء.	57	21	123	45.4	20	7.4	70	25.8						
٦	نسبة عدد العملاء الجدد /اجمالي عدد العملاء	50	18.5	130	48	24	8.9	66	24.4						
٧	نسبة الحصة السوقية للشركة / اجمالي السوق	60	22.1	105	38.7	28	10.3	77	28.4						
٨	عدد منافذ البيع و التوزيع	47	17.3	86	31.7	26	9.6	110	40.6						
٩	عدد الاسواق التى تسوق الشركة منتجاتها بها	43	15.9	92	33.9	30	11.1	105	38.7						
١٠	عدد مندوبي المبيعات في الشركة	49	18.1	128	47.2	21	7.7	72	26.6						
١١	عدد الموردين التى تتعامل معهم الشركة	43	15.9	130	48	27	10	70	25.8						
١٢	عدد الجهات الحكومية المانحة للمزايا (دعم /امتيازات/تراخيص)	44	16.2	113	41.7	23	8.5	90	33.2						
<b>ج. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف زيادة رضاء وولاء اصحاب المصلحة الخارجيين :</b>															
١	متوسط عدد شكاوي العملاء	80	29.5	158	58.3	13	4.8	19	7						
٢	نسبة المرتجع من العملاء /عدد الوحدات المباعة	76	28	161	59.4	11	4.1	21	7.7						
٣	متوسط عدد المقترحات المستلمة من العملاء	72	26.6	151	55.7	20	7.4	27	10						
٤	معدل الاستجابة لاوامر العملاء (الاوامر المسلمة في الموعد المحدد /اجمالي عدد الاوامر المسلمة )	68	25.1	132	48.7	19	7	51	18.8						
٥	معدل دوران العملاء (عدد العملاء تاركي الشركة /اجمالي عدد العملاء )	77	28.4	144	53.1	17	6.3	31	11.4						
٦	متوسط تكلفة المسؤولية القانونية تجاه العميل (تكلفة الغرامات و التعويضات المدفوعة للعملاء /عدد العملاء )	71	26.2	133	49.1	20	7.4	46	17						
٧	متوسط تكلفة المسؤولية القانونية تجاه المورد (تكلفة الغرامات و التعويضات المدفوعة للموردين /اجمالي عدد الموردين )	88	32.5	120	44.3	16	5.9	46	17						
٨	نسبة المرتجع للموردين /اجمالي المشتريات من الموردين	75	27.7	151	55.7	11	4.1	33	12.2						
٩	تكلفة المسؤولية القانونية تجاه المجتمع (تكلفة الغرامات و التعويضات نتيجة الاضرار بالمجتمع و البيئة )	81	29.9	118	43.5	16	5.9	55	20.3						
<b>د. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف تعظيم المزايا المكتسبة من اصحاب المصلحة الخارجيين</b>															
١	معدل ربحية العميل (صافي الربح/عدد العملاء )	88	32.5	99	36.5	24	8.9	59	21.8						
٢	معدل جودة المواد الخام المشتراه (تكلفة المواد التالفة /تكلفة مشتريات المواد)	69	25.5	115	42.4	23	8.5	63	23.2						
٣	نسبة الخصم المكتسب من الموردين	73	26.9	124	45.8	21	7.7	53	19.6						
٤	معدل التزام الموردين (نسبة عدد اوامر الشراء التى وصلت في الموعد المحدد)	65	24	131	48.3	30	11.1	44	16.2						
٥	عدد اتفاقيات التراخيص التى حصلت عليها الشركة خلال الفترة	62	22.9	108	39.9	27	10	73	26.9						
٦	عدد الامتيازات التى حصلت عليها الشركة خلال الفترة	65	24	81	29.9	26	9.6	98	36.2						

من الجدول السابق يتضح أن غالبية مفردات العينة يرون أن مستوى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن البعد الثانى لرأس المال الفكرى و الخاص برأس مال الهيكل الداخلى يقع فى المستوى (ضعيف) ، حيث تتراوح النسبة الخاصة بهذه الفئة من ٥٩.٤% الى ٣١.٧% تقريبا بالنسبة لجميع مؤشرات هذا البعد فيما عدا المؤشرين رقمى ٨ و ٩ من البعد الفرعى الثانى لرأس مال هيكل العلاقات وهما : عدد منافذ البيع و التوزيع و عدد الأسواق التى تسوق فيها الشركة منتجاتها ، و المؤشر السادس من البعد الفرعى الرابع و الخاص بعدد الامتيازات التى حصلت عليها الشركة خلال الفترة ، فقد جاءت تقديرات غالبية المشاركين لمستوى القياس و الإفصاح عنها (كبير جدا)

و يظهر من الجدول أيضا أن الفئة التالية لفئة المنوال بالنسبة لجميع المؤشرات هي فئة عدم القياس و الإفصاح على الإطلاق ، حيث تتراوح نسبة هذه الفئة من ٣٤.٣% الى ١٥% و ذلك بالنسبة لجميع مؤشرات بعد رأس مال العلاقات. كما يلاحظ أن نسبة عدم الإفصاح على الإطلاق و نسبة الإفصاح الضعيف يكملان بعضهما البعض في استقطاب ما يقرب من ٨٠% من مفردات العينة تاركين لفئتي الإفصاح المتوسط و الكبير معا نسبة ضئيلة تقترب من ٢٠%.

مما سبق يمكن استنتاج أن مستوى قيام الشركات المصرية المشاركة في الدراسة بقياس و الإفصاح عن رأس مال العلاقات- كأحد مكونات رأس المال الفكرى- لا تتعدى مستوى الإفصاح الضعيف أو المنعدم.

و بناءً على نتائج التحليل الوصفي لبيانات الدراسة يمكن القول أن الشركات المصرية لا تقوم بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى - بمكوناته الثلاثة - بدرجة كافية، و من ثم يتم رفض الفرض العدمى الأول القائل بأن الشركات المصرية تقوم بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى- بمكوناته الثلاثة - بدرجة كافية.

### نتائج إختبار العلاقة بين قياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى و المركز التنافسى للشركة

(جدول رقم ٥: التحليل الوصفي لقياس مؤشرات العلاقة بين قياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى و المركز التنافسى للشركة)

قياس العلاقة بين قياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى و بين المركز التنافسى للشركة										
علاقة قياس الإفصاح عن عناصر رأس المال الفكرى الآتية الى تقوية أم إضعاف المركز التنافسى للشركة		يضعف المركز التنافسى للشركة بدرجة كبيرة		يضعف المركز التنافسى للشركة الى حد ما		لا يؤثر على المركز التنافسى للشركة		يقوى المركز التنافسى للشركة الى حد ما		يقوى المركز التنافسى للشركة بدرجة كبيرة
أولاً: مؤشرات رأس المال البشرى										
34.7	94	26.2	71	11.8	32	12.9	35	14.4	39	أ. مؤشرات جلب رأس المال البشرى
38	103	28	76	10	27	14.8	40	9.2	25	ب. مؤشرات تقيس ما لدى الشركة من قدرات بشرية و ما حققته الشركة لهم من تنمية لهذه القدرات
45.4	123	22.5	61	10.3	28	13.3	36	8.5	23	ت. مؤشرات قياس و الإفصاح عن مدى تحقيق الشركة لهدف زيادة إرضاء و ولاء العاملين
43.9	119	25.5	69	8.5	23	13.7	37	8.5	23	ث. مؤشرات قياس و الإفصاح عن مدى تحقيق الشركة لهدف زيادة إنتاجية العامل و زيادة مشاركته في تحقيق أهداف الشركة
ثانياً: مؤشرات رأس المال الهيكلى										
28.8	78	25.8	70	13.7	37	16.2	44	15.1	41	أ. الإفصاح عن أنشطة تطوير الهيكل الداخلى
24	65	26.6	72	17	46	17.3	47	15.1	41	ب. الإفصاح عما تملكه الشركة من عناصر رأس

قياس العلاقة بين قياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى و بين المركز التنافسى للشركة									
علاقة قياس والإفصاح عن عناصر رأس المال الفكرى الآتية الى تقوية أم إضعاف المركز التنافسى للشركة		يضعف المركز التنافسى للشركة بدرجة كبيرة		لا يؤثر على المركز التنافسى للشركة		يضعف المركز التنافسى للشركة الى حد ما		يقوى المركز التنافسى للشركة بدرجة كبيرة	
المال الداخلى									
ت. الإفصاح عما حققته الشركة من تطوير فى منتجاتها	27	10	31	11.4	29	10.7	58	21.4	126
ث. الإفصاح عما حققته الشركة لضمان جودة منتجاتها	21	7.7	30	11.1	25	9.2	66	24.4	129
ج. الإفصاح عما حققته الشركة فى سبيل زيادة كفاءة التشغيل بها	23	8.5	32	11.8	23	8.5	72	26.6	121
<b>ثالثا: مؤشرات رأس مال الهيكل الخارجى (العلاقات)</b>									
أ. الإفصاح عما حققته الشركة من أنشطة فى سبيل تطوير علاقاتها مع مختلف أصحاب المصلحة الخارجيين	28	10.3	28	10.3	32	11.8	63	23.2	120
ب. الإفصاح عما تتمتع به الشركة من علاقاتها مع مختلف أصحاب المصلحة الخارجيين	22	8.1	22	8.1	33	12.2	69	25.5	125
ت. الإفصاح عما حققته الشركة من زيادة فى درجة رضاء و ولاء مختلف أصحاب المصلحة الخارجيين	22	8.1	28	10.3	25	9.2	84	31	112
ث. الإفصاح عما حققته الشركة من زيادة فى المزايا المكتسبة من علاقاتها مع مختلف أصحاب المصلحة الخارجيين	23	8.5	22	8.1	33	12.2	69	25.5	124

تشير نتائج التحليل الوصفى لبيانات العينة ( جدول رقم ٥) أن غالبية مفردات عينة الدراسة ترى أن قياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى بمكوناته المختلفة تقوى و تدعم المركز التنافسى للشركات فى بيئة الأعمال المصرية ، و من ثم يمكن قبول الفرض الإحصائى الثالث القائل بأن قياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى يقوى المركز التنافسى للشركات فى البيئة المصرية.

### نتائج اختبارات الفروض المتعلقة بأثر نوع وحجم و طبيعة نشاط الشركة على مستوى قياس و الإفصاح عن أبعاد رأس المال البشرى

تشير نتائج الإختبارات الإحصائية لبيانات العينة One Sample عن وجود إختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يختص بمستوى قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس المال البشرى فى بيئة الأعمال المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$  و بالتالى عند مستوى ثقة ٩٥% ، و ذلك بالنسبة لمؤشرات قياس مستوى الإفصاح عن رأس المال البشرى - البعد الأول لرأس المال الفكرى - و بالتالى يمكن رفض الفرض الثانى القائل بعدم وجود إختلافات جوهرية بين الشركات فيما يختص بقياس و الإفصاح عن عناصر رأس المال الفكرى فى بيئة الأعمال المصرية كما يظهر من عمود K-S one sample فى الجدول الآتى. كما يظهر من العمود الخاص بالتحليل الوصفى مع الترتيب متوسط القيمة



المعطاء لكل مؤشر و كذلك ترتيب المؤشرات من حيث مستوى القياس و الإفصاح فى الشركات محل الدراسة. فمثلا جاء مؤشر نسبة العاملين الحاصلين على مؤهلات عليا وماجستير ودكتوراه الى إجمالى عدد العاملين بالشركة فى الرتبة الأولى و مؤشر نسبة عدد العاملين الجدد الى إجمالى عدد العاملين بالشركة فى الرتبة الثانية و هكذا الى أن جاء مؤشر متوسط تكلفة الاختيار والتعيين لكل عامل جديد فى الرتبة الأخيرة من حيث مستوى القياس و الإفصاح فى البعد الخاص بمؤشرات جلب والإحتفاظ برأس المال البشرى. و فى بعد . مؤشرات تنمية قدرات رأس المال البشرى جاء مؤشر عدد لقاءات الدورات وورش العمل لتبادل الخبرة بين الشركة وخبراء من خارجها فى المرتبة الأولى و مؤشر الدخل المتوقع من الأفكار الأصيلة فى المرتبة الأخيرة. و هكذا بالنسبة لباقي المؤشرات الخاصة بكل بعد يظهر ترتيبها من عمود الترتيب فى الجدول التالى.

(جدول رقم ٦: الإختبارات الإحصائية مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس والإفصاح عن مؤشرات رأس المال البشرى)

أثر حجم الشركة		أثر طبيعة النشاط		K-S أثر نوع الشركة		Descriptive with ranking		K-S one sample		مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس والإفصاح عن رأس المال الفكرى
Sig.	N	Sig.	N	Sig.	N	الترتيب	المتوسط	Sig.	K-S	
أولاً: مؤشرات رأس المال البشرى										
أ. مؤشرات جلب والإحتفاظ برأس المال البشرى										
0.15	3.74	٠.٠٩	٩.٥	٠.٢٢	٣	١١	٢.٠٩	0.00	5.674	١. نسبة تكلفة الاختيار والتعيين الى إجمالى التكاليف الادارية
0.56	1.16	٠.٠٦	١٠.٥	٠.١١	٤.٤٠	١٣	1.9779	0.00	5.158	٢. متوسط تكلفة الاختيار والتعيين لكل عامل جديد
0.09	4.76	٠.٠٧	١٠.٣	٠.١٠	٤.٧٠	١٢	2.0185	0.00	5.134	٣. نسبة تكلفة تطوير نظم الرقابة الداخلية على الأفراد
0.03	6.77	٠.١٣	٨.٦	٠.٠٦	٥.٦٢	٨	2.2288	0.00	5.048	٤. نسبة تكلفة التدريب والتعليم الى إجمالى التكاليف الادارية
0.62	0.95	٠.٠٧	١٠.٢	٠.٣٦	٢.٠٥	١٠	2.1144	0.00	5.652	٥. نسبة تكلفة المزايا العينية الى إجمالى تكلفة الأجور
0.10	4.6	٠.٠٢	١٣.٣	٠.١٣	٤.٠٨	٩	2.1808	0.00	5.565	٦. متوسط تكلفة المزايا العينية المقدمة لكل عامل
0.42	1.7	٠.٦٢	٣.٥	٠.٩٤	٠.١٣	٢	2.4022	0.00	4.887	٧. نسبة عدد العاملين الجدد الى إجمالى عدد العاملين بالشركة
0.08	5	٠.٧١	٢.٩٧	٠.٣٠	٢.٥٠	٣	2.3653	0.00	4.697	٨. نسبة العاملين ذوى الخبرة الأكثر من

أثر حجم الشركة		أثر طبيعة النشاط		K-S أثر نوع الشركة		Descriptive with ranking		K-S one sample		مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري
Sig.	z	Sig.	z	Sig.	z	الترتيب	المتوسط	Sig.	K-S	
										خمس سنوات الى إجمالي عدد العاملين بالشركة
0.26	2.7	٠.٧٨	٢.٥	٠.٣٢	٢.٣٠	١	2.5351	0.00	4.847	٩. نسبة العاملين الحاصلين على مؤهلات عليا وماجستير ودكتوراه الى إجمالي عدد العاملين بالشركة
0.15	3.8	٠.٧	٣	٠.٩٧	٠.٠٦	٥	2.3432	0.00	4.490	١٠. المعرفة المهنية والمعرفة الفنية والمعرفة المتخصصة التي يتمتع بها العاملين.
0.10	4.56	٠.٧٥	٢.٧	٠.٣٢	٢.٣١	٤	2.3616	0.00	3.614	١١. مدى اهتمام الإدارة باستقطاب الافراد ذوي المواهب وحملة المؤهلات الاكاديمية والمهنية المتميزة
0.01	9.15	٠.٥١	٤.٢٦	٠.١٦	٨.٣٢	٦	2.3358	0.00	4.587	١٢. مستوي خبرات العاملين و التراكم المعرفي الناجم عن التجارب المعتمدة في الحياة العملية
0.14	3.95	٠.٢	٧.٣٤	٠.٦٣	٠.٩٤	٧	2.2768	0.00	5.286	١٣. نسبة الموازنة المخصصة لتطوير الموارد البشرية الى إجمالي الموازنة الرأسمالية
<b>ب. مؤشرات تنمية قدرات رأس المال البشري</b>										
0.40	1.81	٠.٣٦	٥.٥	٠.٩٥	٠.١٠	8	2.03	0.00	5.021	١. تكلفة الاستثمار في تنمية قدرات التعلم المستمر لدى العاملين.
0.00	11.82	٠.٣	٦	٠.١٣	٤.٠١	9	2.0185	0.00	4.825	٢. تنمية قدرات العاملين فيما يتعلق بالمشاركة في اتخاذ القرارات
0.26	2.63	٠.٧٥	٢.٧	٠.١٠	٠.١٣	11	91880.	0.00	5.110	٣. متوسط تكلفة التدريب والتعليم لكل عامل
0.07	5.27	٠.٨٥	٢	٠.٣٣	٢.٢٥	10	1.0380	0.00	5.347	٤. متوسط فترة التدريب والتعليم لكل عامل
0.78	0.48	٠.٤٦	٤.٦٩	٠.٨٤	٠.٣٦	1	2.4613	0.00	3.605	٥. عدد لقاءات الدورات وورش العمل لتبادل الخبرة بين الشركة وخبراء من خارجها
0.00	9.58	٠.٤٢	٤.٩٨	٠.٨١	٠.٤٢	6	2.1919	0.00	4.649	٦. نسبة الموازنة المخصصة لتطوير الموارد البشرية الى إجمالي الموازنة الرأسمالية
0.47	1.50	٠.٠٩	٩.٥٦	٠.٠٧	٥.٣٥	12	1.8819	0.00	4.840	٧. الدخل المتحقق من الأفكار الأصلية للعاملين.

أثر حجم الشركة		أثر طبيعة النشاط		K-S أثر نوع الشركة		Descriptive with ranking		K-S one sample		مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى
Sig.	z	Sig.	z	Sig.	z	الترتيب	المتوسط	Sig.	K-S	
0.36	2.01	٠.٩٦	١	٠.٧٣	٠.٦٣	7	2.1845	0.00	5.509	٨. درجة كفاءة عمليات تدريب العاملين.
0.21	3.03	٠.٧٥	٢.٦٩	٠.٣٧	١.١٠	5	2.2509	0.00	5.581	٩. عدد الدورات التدريبية لكل عامل
0.49	1.42	٠.٤٤	٤.٧٨	٠.٣٧	١.٩٩	4	2.2620	0.00	5.770	١٠. عدد ساعات التدريب لكل عامل
0.32	2.25	٠.٦٧	٣.١٧	٠.٣٩	١.٨٩	3	2.2768	0.00	5.537	١١. معدل التدريب (عدد المتدربين / عدد العاملين)
0.53	1.26	٠.٠٤	١١.٣٥	٠.٢٤	٢.٨٦	2	2.4317	0.00	5.623	١٢. معدل الترقية بالشركة (عدد الترقيات / عدد العاملين)
<b>ج. مؤشرات إرضاء العاملين</b>										
0.15	3.73	٠.٥٤	٤.١٠	٠.٧٧	٠.٦٦	4	2.05	0.00	5.591	١. معدل دوران العمالة ) نسبة العاملين الذين تركوا الشركة خلال السنة)
0.76	0.52	٠.٧٤	٢.٧٧	٠.٢٩	٢.٥٣	3	2.1292	0.00	6.816	٢. معدل الغياب ( عدد أيام الغياب / عدد أيام السنة) لجميع العاملين و لكل عامل
0.72	0.65	٠.٠٧	١٠	٠.٠٦	٢.٠٤	1	2.2804	0.00	5.795	٣. متوسط مدة خدمة العاملين بالمنظمة
0.00	10.51	٠.٤٩	٤.٣٩	٠.٠٦	٥.٦٥	5	2.0369	0.00	4.983	٤. قياس و الإفصاح عن مدى تطابق اتجاهات العاملين مع قيم المنظمة.
0.01	7.97	٠.٤٥	٤.٧٦	٠.٦٧	٠.٧٨	2	2.1734	0.00	6.647	٥. متوسط عدد أيام الغياب لكل عامل
0.18	3.36	٠.١١	٨.٩٥	٠.٦٣	٠.٩٥	7	2.0295	0.00	5.587	٦. معدل الشكاوى المقدمة من العاملين
0.97	0.06	٠.٢٩	٦.١	٠.٩٧	٠.٠٦	8	1.9077	0.00	5.563	٧. معدل التحقيقات الادارية مع العاملين
0.06	5.37	٠.٤٣	٤.٩	٠.٠٧	٥.٣٠	7	1.9815	0.00	5.193	٨. معدل مشاركة العاملين فى التخطيط ( عدد العمال المشاركين فى وضع الخطط / إجمالى عدد العاملين)
<b>د. مؤشرات زيادة إنتاجية العامل و مشاركته فى تحقيق أهداف الشركة</b>										
0.56	5.76	٠.١٧	٧.٧	٠.٧٠	٠.٧٥	4	1.9779	0.00	5.116	1. معدل ربحية العامل ) صافى الربح / عدد العاملين)
0.05	5.99	٠.٨٥	١.٩٧	٠.١٠	٠.٠٢	1	2.0406	0.00	5.576	2. معدل إنتاجية العامل (حجم الانتاج / عدد العاملين)
0.40	1.83	٠.٨٨	١.٧	٠.٨٥	٠.٣٤	3	1.9852	0.00	5.705	3. معدل الأخطاء (عدد الأخطاء فى التشغيل / عدد العاملين)
0.04	6.26	٠.٩٤	١.٢	٠.٠٢	٨.٠٢	6	1.8598	0.00	5.238	4. معدل الوقت الضائع (إجمالى الوقت الضائع / إجمالى وقت العمل)
0.09	4.73	٠.٩٨	٠.٧٨	٠.٠٢	٧.٧٠	5	1.8667	0.00	5.178	5. متوسط الوقت الضائع للعامل

أثر حجم الشركة		أثر طبيعة النشاط		K-S أثر نوع الشركة		Descriptive with ranking		K-S one sample		مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس والإفصاح عن رأس المال الفكري
Sig.	n	Sig.	n	Sig.	n	المتوسط	الرتبة	Sig.	K-S	
0.08	4.90	٠.١١	٩	٠.١٠	٤.٧٠	2	1.9963	0.00	4.688	6الدخل المتحقق من الأفكار الأصلية للعاملين

كما تشير نتائج الإختبارات الإحصائية اللامعلمية لاختبار Kruskal Wallis لبيانات العينة الى عدم وجود إختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يختص باختلاف نوع الشركة (حكومية ، قطاع أعمال عام ، أو قطاع خاص) ومستوي قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس المال البشرى فى بيئة الأعمال المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$  ، فيما عدا المؤشرين الرابع و الخامس من البعد الرابع لرأس المال البشرى (معدل الوقت الضائع (إجمالى الوقت الضائع / إجمالى وقت العمل) و متوسط الوقت الضائع للعامل).

و طبقا لنتائج الاختبارات الاحصائية يمكن القبول الجزئى للفرض القائل بأن نوع الشركة لا يؤثر جوهريا على مستوى قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس المال البشرى فى الشركات المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$  فيما عدا مؤشرى معدل الوقت الضائع (إجمالى الوقت الضائع / إجمالى وقت العمل) و متوسط الوقت الضائع للعامل.

و لقد اسفرت نتائج الإختبارات الإحصائية اللامعلمية لاختبار Kruskal Wallis لبيانات العينة الى عدم وجود إختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يختص باختلاف طبيعة نشاط الشركة (صناعية، تجارية، أو خدمية) و مستوي قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس المال البشرى فى بيئة الأعمال المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$  ، فيما عدا متوسط تكلفة المزايا العينية المقدمة لكل عامل وتنمية قدرات العاملين فيما يتعلق بالمشاركة فى اتخاذ القرارات و معدل الترقية بالشركة (عدد الترقيات / عدد العاملين).

ومن ثم يمكن القبول الجزئى للفرض القائل بأن طبيعة نشاط الشركة لا يؤثر جوهريا على مستوى قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس المال البشرى فى الشركات المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$  فيما عدا مؤشرى متوسط تكلفة المزايا العينية المقدمة لكل عامل وتنمية قدرات العاملين فيما يتعلق بالمشاركة فى اتخاذ القرارات و معدل الترقية بالشركة (عدد الترقيات / عدد العاملين).

كما تشير نتائج الإختبارات الإحصائية اللامعلمية لاختبار Kruskal Wallis لبيانات العينة الى عدم وجود إختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يختص باختلاف حجم الشركة (صغيرة، متوسطة، أو كبيرة) ومستوي قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس

المال البشرى فى بيئة الأعمال المصرية عند مستوى معنوية  $\alpha = 0.05$  ، فيما عدا المؤشرات التالية:

- نسبة تكلفة التدريب والتعليم الى إجمالى التكاليف الادارية
  - مستوى خبرات العاملين و التراكم المعرفي الناجم عن التجارب المعتمدة في الحياة العملية
  - تنمية قدرات العاملين فيما يتعلق بالمشاركة في اتخاذ القرارات
  - نسبة الموازنة المخصصة لتطوير الموارد البشرية الى إجمالى الموازنة الرأسمالية
  - قياس و الإفصاح عن مدى تطابق اتجاهات العاملين مع قيم المنظمة
  - متوسط عدد أيام الغياب لكل عامل
  - معدل الوقت الضائع (إجمالى الوقت الضائع / إجمالى وقت العمل)
- وبالتالى يمكن القبول الجزئى للفرض القائل بأن حجم الشركة لا يؤثر جوهريا على مستوى قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس المال البشرى فى الشركات المصرية عند مستوى معنوية  $\alpha = 0.05$  ( جدول رقم ٦).

نتائج اختبارات الفروض المتعلقة بأثر نوع وحجم و طبيعة نشاط الشركة على مستوى قياس و الإفصاح عن أبعاد رأس مال الهيكل الداخلى

تشير نتائج الإختبارات الإحصائية لبيانات العينة One Sample عن وجود إختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يختص بمستوى قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس مال الهيكل الداخلى فى بيئة الأعمال المصرية عند مستوى معنوية  $\alpha = 0.05$  و بالتالى عند مستوى ثقة ٩٥% ، و ذلك بالنسبة لمؤشرات قياس مستوى الإفصاح عن رأس مال الهيكل الداخلى - البعد الثانى لرأس المال الفكرى - و بالتالى يمكن رفض الفرض الثانى القائل بعدم وجود إختلافات جوهرية بين الشركات فيما يختص بقياس و الإفصاح عن عناصر رأس مال الهيكل الداخلى فى بيئة الأعمال المصرية كما يظهر من عمود K-S one sample . كما يظهر من العمود الخاص بالتحليل الوصفى مع الترتيب متوسط القيمة المعطاه لكل مؤشر و كذلك ترتيب المؤشرات من حيث مستوى القياس و الإفصاح فى الشركات محل الدراسة. فمثلا جاء مؤشر قيمة الموازنة المخصصة للإستثمار فى تكنولوجيا المعلومات فى الفترة القادمة فى الرتبة الأولى و جاء مؤشر عدد المقترحات والمشروعات التى تم تنفيذها من مقترحات موظفى الشركة فى الرتبة الأخيرة من حيث مستوى القياس و

الإفصاح في البعد الخاص بمؤشرات أنشطة تطوير الهيكل الداخلي. و في بعد مؤشرات إمتلاك عناصر الهيكل الداخلي جاء مؤشر مدي توافر ادوات للرقابة ومعايير للاداء في المرتبة الأولى و مؤشر مستوى التنسيق بين وظيفة البحث والتطوير ووظيفة الإنتاج والوظائف في المرتبة الأخيرة. و هكذا بالنسبة لباقي المؤشرات الخاصة بكل بعد يظهر ترتيبها من عمود الترتيب في الجدول التالي.

(جدول رقم ٧: الإختبارات الإحصائية مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس والإفصاح عن

مؤشرات رأس مال الهيكل الداخلي)

K-W طبقاً لحجم الشركة		K-W طبقاً لطبيعة النشاط		K-W طبقاً لنوع الشركة		Descriptive with ranking		K-S one sample		مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس والإفصاح عن رأس المال الفكري
Sig.	N	Sig.	N	Sig.	N	الترتيب	المتوسط	Sig.	K-S	
<b>ثانياً: رأس مال الهيكل الداخلي</b>										
<b>أ. أنشطة تطوير الهيكل الداخلي</b>										
0.15	3.74	٠.٧٣	٢.٨	٠.٤٦	١.٥٥	6	2.1697	0.00	3.985	١. نسبة تكلفة الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات / إجمالي التكاليف الرأسمالية
0.12	4.23	٠.٣٦	٥.٣٥	٠.٥٤	١.٢٢	4	2.23	0.00	3.834	٢. نسبة تكلفة التدريب على استخدام تكنولوجيا المعلومات / إجمالي التكاليف الرأسمالية
0.10	4.59	٠.٥٩	٣.٦٦	٠.٨٩	٠.٢٢	3	2.3137	0.00	4.388	٣. إجمالي تكلفة البحوث والتطوير في كل المجالات
0.12	4.14	٠.٤٥	٤.٧٣	٠.٧٧	٠.٥٢	1	2.3616	0.00	4.273	٤. قيمة الموازنة المخصصة للإستثمار في تكنولوجيا المعلومات في الفترة القادمة
0.57	1.09	٠.٤٤	٤.٨٣	٠.٧٢	٠.٦٣	3	2.2546	0.00	4.238	٥. قيمة الموازنة المخصصة للبحوث و التطوير في الفترة القادمة
0.35	2.08	٠.٣٣	٥.٧٧	٠.٣٨	١.٩١	5	2.1771	0.00	4.919	٦. عدد المقترحات والمشروعات التي تم تقديمها لتطوير العمل والمنتجات من قبل موظفي الشركة
0.04	6.04	٠.٦٩	٣	٠.١٣	٣.٩٧	7	2.1365	0.00	5.036	٧. عدد المقترحات والمشروعات التي تم تنفيذها من مقترحات موظفي الشركة
<b>ب مؤشرات إمتلاك عناصر الهيكل الداخلي</b>										
0.34	2.14	٠.١٨	٧.٧	٠.٩٤	٠.١٣	7	2.23	0.00	4.847	١. عدد العمليات الرئيسية في الشركة

K-W طبقاً لحجم الشركة		K-W طبقاً لطبيعة النشاط		K-W طبقاً لنوع الشركة		Descriptive with ranking		K-S one sample		مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري
Sig.	z	Sig.	z	Sig.	z	الترتيب	المتوسط	Sig.	K-S	
0.54	1.22	٠.٠٤	١١.١	٠.٤٣	١.٦٦	4	2.25	0.00	5.912	٢. متوسط عدد اجهزة الحاسب الالى لكل عامل في الشركة
0.69	0.73	٠.١٦	٧.٨٥	٠.٧١	٠.٦٨	6	2.23	0.00	5.702	٣. عدد برامج الحاسب الالى المستخدمة في الشركة
0.81	0.42	٠.٧٢	٢.٨٨	٠.٧٣	٠.٦٠	4	2.29	0.00	5.802	٤. عدد قواعد البيانات المستخدمة في الشركة
0.85	0.31	٠.٢٥	٦.٥٨	٠.٨٢	٠.٣٩	2	2.3173	0.00	5.493	٥. بناء شبكة معلومات داخلية واستخدام هذه الشبكة.
0.33	2.17	٠.٧٦	٢.٦٤	٠.٣٢	٢.٢٥	3	2.2620	0.00	4.647	٦. نسبة الاستثمار في البحث والتطوير الى حجم المبيعات
0.05	5.65	٠.٩٣	١.٣٤	٠.٢٣	٢.٩١	9	2.09	0.00	4.813	٧. مستوى التنسيق بين وظيفة البحث والتطوير ووظيفة الإنتاج والوظائف الأخرى
0.93	0.14	٠.٤٨	٤.٤٨	٠.٦٠	١.٠٠	5	2.24	0.00	5.220	٨. مدى توافر البيانات والمعلومات ذات العلاقة بأنشطة المنظمة وأعمالها.
0.49	1.39	٠.٢٠	٧.٢٩	٠.٧٩	٠.٤٦	1	2.3838	0.00	5.513	٩. مدى توافر أدوات للرقابة ومعايير للاداء
<b>ج. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف تطوير منتجاتها</b>										
0.02	7.48	٠.٤٢	٥	٠.٢٢	٢.٩٥	1	2.66	0.00	4.304	١. عدد المنتجات الجديدة التي تم تقديمها من قبل الشركة
0.00	12.24	٠.٤٩	٤.٤٢	٠.٣١	٢.٣٠	3	2.31	0.00	4.161	٢. نسبة مبيعات المنتجات الجديدة / اجمالي المبيعات
0.01	8.07	٠.٠٧	١٠.٢٦	٠.٢٨	٢.٥١	6	2.06	0.00	4.665	٣. متوسط الوقت اللازم لتطوير المنتج
0.03	6.70	٠.٧٥	٢.٦٨	٠.٣٩	١.٨٦	2	2.33	0.00	3.572	٤. عدد براءات الاختراع المسجلة باسم الشركة
0.10	4.52	٠.٧٢	٢.٨٨	٠.٥٢	١.٢٧	5	2.10	0.00	4.011	٥. عدد براءات الاختراع المنتظر تسجيلها باسم الشركة
0.12	4.17	٠.٨١	٢.٢٧	٠.٨٣	٠.٣٦	7	2.03	0.00	5.352	٦. عدد شكاوى العملاء من المنتجات الجديدة
0.11	4.32	٠.٢٤	٦	٠.٣١	٢.٣٠	4	2.26	0.00	5.249	٧. عدد مقترحات العملاء بشأن تطوير المنتج
<b>د. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف ضمان الجودة</b>										
0.09	4.69	٠.٥١	٤.٢٧	٠.٢١	٣.١٠	7	1.96	0.00	5.525	١. نسبة الوحدات المعيبة / اجمالي الوحدات المنتجة
0.03	7.04	٠.٧٢	٠.٨٨	٠.٠٤	٦.٤٥	6	1.98	0.00	5.332	٢. نسبة تكلفة الوحدات المعيبة / اجمالي تكلفة الإنتاج
0.10	4.52	٠.٤٤	٤.٨٣	٠.٨٦	٠.٢٩	5	2.02	0.00	5.603	٣. نسبة تكلفة اعادة التشغيل/ اجمالي تكلفة

K-W طبقاً لحجم الشركة		K-W طبقاً لطبيعة النشاط		K-W طبقاً لنوع الشركة		Descriptive with ranking		K-S one sample		مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري
Sig.	z	Sig.	z	Sig.	z	الترتيب	المتوسط	Sig.	K-S	
										الانتاج
0.08	4.87	٠.٢٢	٧.٠٨	٠.٤٩	١.٤١	4	2.09	0.00	6.038	٤. نسبة تكلفة المراجع من العملاء/ اجمالي الوحدات المباعة
0.26	2.66	٠.٨١	٢.٢٨	٠.٩٤	٠.١٢	3	2.13	0.00	5.697	٥. نسبة تكلفة اصلاح و صيانة المنتجات بعد البيع /اجمالي ايراد المبيعات
0.60	1.01	٠.١٨	٧.٥٥	٠.٧٣	٠.٦٢	1	2.43	0.00	3.526	٦. التنسيق مع القوى الخارجية ذات العلاقة بالابتكار.
0.92	4.77	٠.١٦	٧.٩	٠.٨١	٠.٤٠	2	2.23	0.00	5.602	٧. وجود نظام تحفيزي لتشجيع العاملين على الابتكار
<b>ها. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف زيادة كفاءة التشغيل</b>										
0.18	3.37	٠.٠٤	١١.١٧	٠.٤٦	١.٥٣	2	2.10	0.00	5.696	١. كفاءة دورة التشغيل (زمن الانشطة التي تضيف قيمة / الزمن الكلي للتشغيل )
0.43	1.67	٠.٤٧	٤.٥٦	٠.٨٩	٠.٢٣	3	2.08	0.00	5.276	٢. معدل مرونة الانتاج (الزمن اللازم لانتاج اوامر ذات مواصفات خاصة /وقت الانتاج العادي )
0.00	12.41	٠.٠٥	١١	٠.١٧	٣.٤٤	1	2.26	0.00	5.329	٣. معدل مرونة التسليم (عدد الاوامر المسلمة للعملاء في الوقت المحدد /اجمالي عدد الاوامر التي تم تشغيلها )
0.16	3.56	٠.٣٨	٥.٣	٠.١٤	٣.٨٢	4	2.02	0.00	5.788	٤. متوسط الزمن اللازم للتشغيل (اجمالي الوقت المستخدم في تشغيل الاوامر /عدد الاوامر التي تم تشغيلها )
0.33	2.19	٠.١٣	٨.٤٨	٠.١٠	٩.٢٤	5	2.01	0.00	5.384	٥. متوسط تكلفة الانتاج للوحده

تشير نتائج الإختبارات الإحصائية اللامعلمية لاختبار Kruskal Wallis لبيانات العينة الى عدم وجود إختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يختص باختلاف نوع الشركة (حكومية ، قطاع أعمال عام ، أو قطاع خاص) ومستوي قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس مال الهيكل الداخلي في بيئة الأعمال المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$ ، فيما عدا مؤشر نسبة تكلفة الوحدات المعيبة إلى اجمالي تكلفة الانتاج.



وطبقا لنتائج الاختبارات الاحصائية يمكن القبول الجزئى للفرض القائل بأن نوع الشركة لا يؤثر جوهريا على مستوى قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس مال الهيكل الداخلى فى الشركات المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$  فيما عدا فيما عدا مؤشر نسبة تكلفة الوحدات المعيبة إلى اجمالي تكلفة الانتاج.

و لقد اسفرت نتائج الإختبارات الإحصائية اللامعلمية لاختبار Kruskal Wallis لبيانات العينة الى عدم وجود إختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يختص باختلاف طبيعة نشاط الشركة (صناعية، تجارية، أو خدمية) و مستوي قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس مال الهيكل الداخلى فى بيئة الأعمال المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$ ، فيما عدا متوسط عدد اجهزة الحاسب الالى لكل عامل فى الشركة و كفاءة دورة التشغيل (زمن الانشطة التى تضيف قيمة /الزمن الكلي للتشغيل).

ومن ثم يمكن القبول الجزئى للفرض القائل بأن طبيعة نشاط الشركة لا يؤثر جوهريا على مستوى قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس مال الهيكل الداخلى فى الشركات المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$  فيما عدا فيما عدا متوسط عدد اجهزة الحاسب الالى لكل عامل فى الشركة و كفاءة دورة التشغيل (زمن الانشطة التى تضيف قيمة /الزمن الكلي للتشغيل).

كما تشير نتائج الإختبارات الإحصائية اللامعلمية لاختبار Kruskal Wallis لبيانات العينة الى عدم وجود إختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يختص باختلاف حجم الشركة (صغيرة، متوسطة، أو كبيرة) ومستوي قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس مال الهيكل الداخلى فى بيئة الأعمال المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$  ، فيما عدا المؤشرات التالية:

- عدد المقترحات والمشروعات التى تم تنفيذها من مقترحات موظفى الشركة
- عدد المنتجات الجديدة التى تم تقديمها من قبل الشركة
- نسبة تكلفة الوحدات المعيبة / اجمالي تكلفة الانتاج
- متوسط الوقت اللازم لتطوير المنتج
- عدد براءات الاختراع المسجلة باسم الشركة
- نسبة تكلفة الوحدات المعيبة / اجمالي تكلفة الانتاج
- معدل مرونة التسليم (عدد الاوامر المسلمة للعملاء فى الوقت المحدد /اجمالي عدد الاوامر التى تم تشغيلها )

وبالتالى يمكن القبول الجزئى للفرض القائل بأن حجم الشركة لا يؤثر جوهريا على مستوى قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس مال الهيكل الداخلى فى الشركات المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$  ( جدول رقم ٧).

### نتائج اختبارات الفروض المتعلقة بأثر نوع وحجم و طبيعة نشاط الشركة على مستوى قياس و الإفصاح عن أبعاد رأس المال الخارجى (رأس مال العلاقات)

تشير نتائج الإختبارات الإحصائية لبيانات العينة One Sample عن وجود إختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يختص بمستوي قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس مال العلاقات فى بيئة الأعمال المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$  و بالتالى عند مستوى ثقة ٩٥% ، و ذلك بالنسبة لمؤشرات قياس مستوى الإفصاح عن رأس مال الهيكل الخارجى (العلاقات) - البعد الثالث لرأس المال الفكرى - و بالتالى يمكن رفض الفرض الثانى القائل بعدم وجود إختلافات جوهرية بين الشركات فيما يختص بقياس و الإفصاح عن عناصر رأس مال العلاقات فى بيئة الأعمال المصرية كما يظهر من عمود K-S one sample . . كما يظهر من العمود الخاص بالتحليل الوصفى مع الترتيب متوسط القيمة المعطاه لكل مؤشر و كذلك ترتيب المؤشرات من حيث مستوى القياس و الإفصاح فى الشركات محل الدراسة. فمثلا جاء مؤشر تكلفة الاعلان و الترويج فى الرتبة الأولى و جاء مؤشر تكلفة الاتصال بالموردين فى الرتبة الأخيرة من حيث مستوى القياس و الإفصاح فى البعد الخاص بالمؤشرات الدالة على ما قامت به الشركة من أنشطة بهدف تطوير علاقاتها مع مختلف اصحاب المصلحة الخارجيين. و فى بعد المؤشرات الدالة على ما تتمتع به الشركة من علاقات متميزة مع اصحاب المصلحة الخارجيين جاء مؤشر عدد منافذ البيع و التوزيع فى المرتبة الأولى و مؤشر مستوى خسارة عملاء حاليين فى المرتبة الأخيرة. و هكذا بالنسبة لباقي المؤشرات الخاصة بكل بعد يظهر ترتيبها من عمود الترتيب فى الجدول التالى.

(جدول رقم 8: الإختبارات الإحصائية لقياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس والإفصاح عن مؤشرات رأس المال الخارجى ( رأس مال العلاقات))

K-W طبقاً لحجم الشركة		K-W طبقاً لطبيعة النشاط		K-W طبقاً لنوع الشركة		Descriptive with ranking		K-S one sample		مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى
Sig.	N	Sig.	N	Sig.	N	الترتيب	المتوسط	Sig.	K-S	

K-W طبقاً لحجم الشركة		K-W طبقاً لطبيعة النشاط		K-W طبقاً لنوع الشركة		Descriptive with ranking		K-S one sample		مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري
Sig:	N	Sig:	N	Sig:	N	الترتيب	المتوسط	Sig:	K-S	
<b>ثالثاً: مؤشرات رأس المال الخارجي (رأس مال العلاقات)</b>										
<b>أ. المؤشرات الدالة على ما قامت به الشركة من أنشطة بهدف تطوير علاقاتها مع مختلف اصحاب المصلحة الخارجيين</b>										
0.16	0.63	٠.٢٥	٦.٦٨	٠.٩٨	٠.٠٢	7	2.10	0.00	4.568	١. تكلفة الاتصال بالعملاء
0.24	2.81	٠.٥٨	٠.٨٣	٠.٦١	٠.٩٧	4	2.20	0.00	4.633	٢. تكلفة خدمات ما بعد البيع
0.52	1.31	٠.٨١	٢.٢٥	٠.٧٤	٠.٦٠	1	2.31	0.00	4.756	٣. تكلفة الاعلان و الترويج
0.49	1.41	٠.٥٢	٤.١٩	٠.٣٣	٢.١٩	2	2.29	0.00	4.231	٤. تكلفة دراسات و بحوث السوق الهادفة الى معرفة احتياجات العملاء
0.04	6.36	٠.٦٩	٣.١	٠.٩٠	٠.١٩	8	2.08	0.00	4.737	٥. تكلفة الاتصال بالموردين
0.67	0.78	٠.٤٧	٤.٥٥	٠.٦٦	٠.٨٠	3	2.25	0.00	4.267	٦. تكلفة تطوير أنشطة خدمة المجتمع و البيئة
0.52	1.28	٠.٠٥	١١	٠.٤٥	١.٥٨	6	2.19	0.00	4.381	٧. نسبة الموازنة المخصصة لتكاليف خدمة العملاء /اجمالي موازنة التكاليف البيعية و التسويقية
0.76	0.53	٠.٣٣	٥.٧٦	٠.٥٩	١.٠٦	5	2.19	0.00	4.390	٨. نسبة الموازنة المخصصة لتطوير أنشطة خدمة المجتمع و البيئة /اجمالي موازنة التكاليف الادارية
<b>ب. المؤشرات الدالة على ما تتمتع به الشركة من علاقات متميزة مع اصحاب المصلحة الخارجيين</b>										
0.89	0.21	٠.٠٩	٩.٦٥	٠.٠٧	٥.١٠	4	2.52	0.00	5.053	١. العدد الاجمالي للعملاء
0.35	2.06	٠.٠٦	١٠.٧٤	٠.٥٨	١.٠٧	6	2.47	0.00	4.816	٢. مستوى كسب عملاء جدد.
0.72	0.63	٠.٠٨	٩.٧٧	٠.٨٦	٠.٢٨	12	2.02	0.00	5.080	٣. مستوى خسارة عملاء حاليين
0.17	3.45	٠.٠٧	١٠.٢٥	٠.١١	٤.٣٥	10	2.40	0.00	5.578	٤. بناء واستخدام قاعدة بيانات للعملاء.
0.35	2.05	٠.١٧	٧.٧١	٠.٧٤	٠.٥٩	11	2.39	0.00	4.997	٥. حجم الاستثمار في بناء العلاقات مع العملاء.
0.05	5.97	٠.٣٠	٦	٠.٤٢	١.٧٣	9	2.41	0.00	5.135	٦. نسبة عدد العملاء الجدد /اجمالي عدد العملاء
0.66	0.82	٠.٣٠	٥.٩٩	٠.٢٧	٢.٥٦	7	2.46	0.00	4.381	٧. نسبة الحصة السوقية للشركة / اجمالي السوق
0.22	3.03	٠.٤١	٥	٠.٤٠	١.٧٩	1	2.79	0.00	3.887	٨. عدد منافذ البيع و التوزيع
0.09	4.73	٠.١٠	٩.٣	٠.٠٨	٤.٩٦	2	2.75	0.00	3.983	٩. عدد الاسواق التي تسوق الشركة منتجاتها بها
0.00	10.66	٠.٦٦	٣.٢٧	٠.٣١	٢.٣٠	8	2.45	0.00	5.039	١٠. عدد مندوبي المبيعات في الشركة
0.57	1.10	٠.٥٣	٤.١٦	٠.٩٦	٠.٠٦	5	2.49	0.00	4.967	١١. عدد الموردين التي تتعامل معهم الشركة
0.77	0.52	٠.٢٦	٦.٥٤	٠.٢٢	٢.٩٥	3	2.62	0.00	4.452	١٢. عدد الجهات الحكومية المانحة للمزايا (دعم /امتيازات/تراخيص)
<b>ج. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف زيادة رضاء وولاء اصحاب المصلحة الخارجيين :</b>										
0.83	0.36	٠.٨٥	٢	٠.٢٤	٢.٨٥	9	1.90	0.00	5.447	١. متوسط عدد شكاوي العملاء
0.14	3.84	٠.٩٠	١.٦٥	٠.٢٢	٢.٩٤	8	1.97	0.00	5.959	٢. نسبة المرتجع من العملاء /عدد الوحدات المباعة
0.46	1.52	٠.٢٦	٦.٤٦	٠.٧٢	٠.٦٤	7	2.02	0.00	5.453	٣. متوسط عدد المقترحات المستلمة من العملاء
0.03	6.92	٠.٢٥	٦.٦٥	٠.٣٣	٢.١٧	1	2.21	0.00	5.222	٤. معدل الاستجابة لاوامر العملاء (الاوامر المسلمة في الموعد المحدد /اجمالي عدد الاوامر المسلمة)
0.39	1.86	٠.٤٤	٤.٨٥	٠.٩٢	٠.١٥	6	2.03	0.00	5.401	٥. معدل دوران العملاء (عدد العملاء تاركي الشركة /اجمالي عدد العملاء)
0.29	2.47	٠.٥١	٤.٣	٠.٩٦	٠.٠٦	3	2.16	0.00	5.221	٦. متوسط تكلفة المسؤولية القانونية تجاه العميل (تكلفة الغرامات و التعويضات المدفوعة للعملاء /عدد العملاء)

K-W طبقاً لحجم الشركة		K-W طبقاً لطبيعة النشاط		K-W طبقاً لنوع الشركة		Descriptive with ranking		K-S one sample		مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري
Sig:	n	Sig:	n	Sig:	n	الترتيب	المتوسط	Sig:	K-S	
0.08	4.90	٠.٨٢	٢.٢	٠.٩٢	٠.١٥	4	2.09	0.00	4.968	٧. متوسط تكلفة المسؤولية القانونية تجاه المورد (تكلفة الغرامات و التعويضات المدفوعة للموردين /اجمالي عدد الموردين )
0.04	6.19	٠.٤٦	٤.٦٧	٠.٩٢	٠.١٤	5	2.03	0.00	5.697	٨. نسبة المرتجع للموردين /اجمالي المشتريات من الموردين
0.15	3.71	٠.٧٥	٢.٧	٠.٩٨	٠.٠٢	2	2.19	0.00	4.950	٩. تكلفة المسؤولية القانونية تجاه المجتمع (تكلفة الغرامات و التعويضات نتيجة الاضرار بالمجتمع و البيئة )
د. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف تعظيم المزايا المكتسبة من اصحاب المصلحة الخارجيين										
0.23	2.88	٠.١٥	٨.١	٠.٠٣	٦.٦٩	4	2.21	0.00	4.343	١. معدل ربحية العميل (صافي الربح/عدد العملاء)
0.58	1.06	٠.٣٢	٥.٩	٨١.	٠.٤٣	3	2.31	0.00	4.749	٢. معدل جودة المواد الخام المشتراه (تكلفة المواد التالفة /تكلفة مشتريات المواد)
0.12	4.17	٠.٥٠	٤.٣	٠.٥٨	١.٠٧	6	2.20	0.00	4.980	٣. نسبة الخصم المكتسب من الموردين
0.00	9.49	٠.٣٨	٥.٣	٠.٦٩	٠.٧٥	5	2.21	0.00	5.027	٤. معدل التزام الموردين (نسبة عدد اوامر الشراء التي وصلت في الموعد المحدد)
0.00	11.17	٠.٦٨	٣.١٤	٠.٨٧	٠.٢٨	2	2.42	0.00	4.494	٥. عدد اتفاقيات التراخيص التي حصلت عليها الشركة خلال الفتره
0.04	6.20	٠.٠٩	٩.٤	٠.٣٥	٢.٠٩	1	2.59	0.00	3.956	٦. عدد الامتيازات التي حصلت عليها الشركة خلال الفتره

كما تشير نتائج الإختبارات الإحصائية اللامعلمية لاختبار Kruskal Wallis لبيانات العينة الى عدم وجود إختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يختص باختلاف نوع الشركة (حكومية ، قطاع أعمال عام ، أو قطاع خاص) ومستوي قياس و الإفصاح عن مؤشرات رأس مال العلاقات في بيئة الأعمال المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$  ، فيما عدا معدل ربحية العميل (صافي الربح/عدد العملاء).

وطبقاً لنتائج الاختبارات الاحصائية يمكن القبول الجزئي للفرض القائل بأن نوع الشركة لا يؤثر جوهريا على مستوى قياس و الإفصاح عن مؤشرات رأس مال العلاقات في الشركات المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$  فيما عدا فيما عدا معدل ربحية العميل (صافي الربح/عدد العملاء).

ولقد أسفرت نتائج الاختبارات الإحصائية اللامعلمية لاختبار Kruskal Wallis لبيانات العينة الى عدم وجود إختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يختص باختلاف طبيعة نشاط الشركة (صناعية، تجارية، أو خدمية) و مستوي قياس و الإفصاح عن مؤشرات رأس مال العلاقات في بيئة الأعمال المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$ .

ومن ثم يمكن القبول الجزئى للفرض القائل بأن طبيعة نشاط الشركة لا يؤثر جوهريا على مستوى قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس مال العلاقات فى الشركات المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$  ( جدول رقم ٨).

كما تشير نتائج الإختبارات الإحصائية اللامعلمية لاختبار Kruskal Wallis لبيانات العينة الى عدم وجود إختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يختص باختلاف حجم الشركة (صغيرة، متوسطة، أو كبيرة) ومستوي قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس مال العلاقات فى بيئة الأعمال المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$  ، فيما عدا المؤشرات التالية:

- عدد مندوبي المبيعات فى الشركة
- معدل الاستجابة لاوامر العملاء (الاورام المسلمة فى الموعد المحدد /اجمالي عدد الاوامر المسلمة )
- نسبة المرتجع للموردين /اجمالي المشتريات من الموردين
- معدل التزام الموردين (نسبة عدد اوامر الشراء التى وصلت فى الموعد المحدد
- عدد اتفاقيات التراخيص التى حصلت عليها الشركة خلال الفتره
- عدد الامتيازات التى حصلت عليها الشركة خلال الفتره

وبالتالى يمكن القبول الجزئى للفرض القائل بأن حجم الشركة لا يؤثر جوهريا على مستوى قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس مال العلاقات فى الشركات المصرية عند مستوي معنوية  $\alpha = 0.05$  ( جدول رقم ٨).

#### ٤ - الخلاصة والنتائج والتوصيات:

أسفرت الدراسة الحالية عن مجموعة من النتائج يمكن عرضها فى النقاط التالية:

- ١- اثبتت الدراسة أن مستوي قياس و الإفصاح عن مؤشرات قياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى الواردة فى الدراسة فى - رأى غالبية المشاركين - تقع فى نطاق المستوى الضعيف أو المنعدم و ذلك بالنسبة لغالبية المؤشرات. و أن هناك بعض المؤشرات القليلة التى تقاس و يفصح عنها بشكل متوسط أو كبير .
- ٢- اثبتت الدراسة أن هناك اختلاف فى مستوي قياس و الإفصاح على مستوي مؤشرات قياس رأس المال الفكرى الواردة فى الدراسة و كذلك هناك اختلاف فى ترتيب هذه المؤشرات من حيث درجة أو مستوي الإفصاح . مما يوحى باختلاف

- درجة أهمية هذه المؤشرات عن بعضها البعض . فقد تكون هناك ثمة مؤشرات تعتبر هامة و بعضها الآخر لا طائل من قياسها من وجهة نظر مستخدمى المعلومات المحاسبية بصفة عامة ، و معلومات رأس المال الفكرى بصفة خاصة.
- ٣- اسفرت الدراسة عن عدم اختلاف مستوي القياس و الافصاح عن عناصر راس المال الفكري باختلاف نوع الشركة (قطاع حكومى او اعمال عام او قطاع خاص ) بالنسبة لبعض المؤشرات و اختلاف مستوى القياس و الافصاح باختلاف نوع الشركة بالنسبة لبعض المؤشرات الأخرى.
- ٤- اسفرت الدراسة عن عدم وجود اختلافات جوهرية بين الشركات المختلفة في طبيعة النشاط (صناعية ,تجارية , خدمية ) فيما يتعلق بمستوي قياس و الافصاح عن بعض مؤشرات قياس راس المال الفكري و اختلاف مستوى القياس و الافصاح عن بعض المؤشرات الأخرى حسب طبيعة النشاط الذى تمارسه الشركة.
- ٥- اسفرت الدراسة عن عدم وجود اختلافات جوهرية بين الشركات المختلفة في الحجم (صغيرة، متوسطة، و كبيرة ) فيما يتعلق بمستوي قياس و الافصاح عن بعض مؤشرات قياس رأس المال الفكري و اختلاف مستوى القياس و الافصاح عن بعض المؤشرات الأخرى حسب حجم الشركة.
- ٦- أسفرت الدراسة عن وجود علاقة إيجابية بين مستوى قياس و الافصاح عن رأس المال الفكرى و بين المركز التنافسى للشركات المشاركة فى الدراسة.

## ٥. مقترحات لدراسات مستقبلية

- من خلال نتائج الدراسة الحالية يقترح الباحث مجموعة من الدراسات المستقبلية التالية:
- ١- اذا كانت الدراسة اثبتت ان هناك اختلاف في مستوي قياس و الافصاح على مستوي مؤشرات قياس رأس المال الفكري الواردة في الدراسة و كذلك ترتيب هذه المؤشرات من حيث درجة أو مستوي الافصاح فان الباحث يوصي بدراسة مستقبلية تحدد أسباب التركيز على بعض المؤشرات دون البعض الآخر فقد تصل الدراسة المقترحة الى نتيجة مؤداها تحديد أهم مؤشرات قياس رأس المال الفكرى بدلا من هذا الاطار الشامل لعدد كبير من المؤشرات . فقد تكون هناك ثمة مؤشرات لا

طائل من قياسها من وجهة نظر مستخدمى المعلومات المحاسبية بصفة عامة ، و معلومات رأس المال الفكرى بصفة خاصة .

٢- اسفرت الدرسته عن عدم اختلاف مستوى القياس و الافصاح عن عناصر راس المال الفكرى باختلاف نوع الشركة (قطاع حكومى او اعمال عام او قطاع خاص ) بالنسبة لبعض المؤشرات و اختلاف مستوى القياس و الافصاح باختلاف نوع الشركة بالنسبة لبعض المؤشرات الأخرى. لهذا يوصى الباحث بدراسة مستقبلية تبحث في خصائص عناصر رأس المال الفكرى الخاصة بكل قطاع من هذه القطاعات على حده فقد يكون لكل قطاع ما يميزه من عناصر رأس المال الفكرى .

٣- اسفرت الدراسة عن عدم وجود اختلافات جوهريه بين الشركات المختلفة في طبيعة النشاط (صناعية ,تجارية , خدمية ) فيما يتعلق بمستوى قياس و الافصاح عن بعض مؤشرات قياس راس المال الفكرى و اختلاف مستوى القياس و الافصاح عن بعض المؤشرات الأخرى حسب طبيعة النشاط الذى تمارسه الشركة. لذا يوصى الباحث باجراء دراسات تطبيقية لهذا الموضوع على كل قطاع على حده ، فقد يكون لكل نوعية من الشركات المختلفة فى طبيعة النشاط خصائص مميزة عن الاخرى فيما يتعلق بعناصر قياس و الافصاح عن راس المال الفكرى .

٤- اسفرت الدرسته عن عدم وجود اختلافات جوهريه بين الشركات المختلفة في الحجم (صغيرة، متوسطة، و كبيرة ) فيما يتعلق بمستوى قياس و الافصاح عن بعض مؤشرات قياس رأس المال الفكرى و اختلاف مستوى القياس و الافصاح عن بعض المؤشرات الأخرى حسب حجم الشركة. لذا يوصى الباحث باجراء دراسات تطبيقية لهذا الموضوع على الشركات ذات الأحجام المتقاربة على حده ، فقد يكون لكل حجم من الشركات خصائص مميزة عن الاخرى فيما يتعلق بعناصر و مستوى قياس و الافصاح عن راس المال الفكرى .

٥- أسفرت الدراسة عن وجود علاقة إيجابية بين مستوى قياس و الافصاح عن رأس المال الفكرى و بين المركز التنافسى. فهل تختلف هذه العلاقة أو تتأثر بالخصائص المختلفة للشركات من حيث الحجم، طبيعة النشاط، ، الخ. يوصى

الباحث بإجراء دراسة مستقبلية لبحث أثر هذه العوامل و غيرها على علاقة مستوى قياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى من جهة و بين المركز التنافسى للشركات فى البيئة المصرية من جهة أخرى.

## قائمة المراجع

### المراجع العربية

أبو بكر، مصطفى محمود (٢٠٠٦) ، *الموارد البشرية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية*، الدار الجامعية، مصر.

المفرجى ، عادل حرحوش، وصالح أحمد علي (٢٠٠٣) *رأس المال الفكرى : طرق قياسية وأساليب المحافظة عليه* - القاهرة : المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

حسن، راوية (٢٠٠٥) ، *مدخل استراتيجى لتخطيط وتنمية الموارد البشرية*، الدار الجامعية، مصر.

خليل، نبيل مرسى، (١٩٩٦) ، *الميزة التنافسية فى مجال الأعمال*، الدار الجامعية، الإسكندرية.

صالح، رضا إبراهيم، (٢٠٠٩). " *رأس المال الفكرى ودوره فى تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات* " ، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولى للتنمية الإدارية: نحو أداء متميز فى القطاع الحكومى ، والذي ينظمه معهد الإدارة العامة بالرياض بالمملكة العربية السعودية خلال الفترة من ١٣-١٦ ذو القعدة ١٤٣٠هـ الموافق ١-٤ نوفمبر ٢٠٠٩م.

عرفات، إبراهيم زكريا، (٢٠١١). " *إطار مقترح للإفصاح المحاسبى عن رأس المال الفكرى فى بيئة الأعمال المصرية: دراسة نظرية و ميدانية*"، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم المحاسبة بكلية التجارة - جامعة طنطا.

### المراجع الأجنبية

Andriessen, D. and R. Tiessen,(2000) *Weightless Weight: Fid Your Real Value in a Future of Intangible Assets* (London: Pearson Education,).

Bontis, N. (2000),"Assessing Knowledge Assets: a Review of Models used to Measure Intellectual Capital," *Working Paper*, Queen's Management Research Center for Knowledge-based Enterprises, Kingston.



- Chen, Yu-Shan (2008), "The Positive Effect of Green Intellectual Capital on Competitive Advantages of Firms", *Journal of Business Ethics*, Vol. 77, pp. 271–286.
- David, Fred (2008) *Strategic Management: concepts and Cases*, Prentice Hall, USA.
- Emadzadeh, Afzali, N., Bagheri, A., Rahimpour, M., Ezadi, F., & Rahmani, M. (2013). Effect of Intellectual Capital on Firm Performance. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 3(2), 98-103.
- Eppler, M., (2003) "*Making Knowledge Visible through Knowledge Maps: Concepts, Elements, Cases*," in Holsapple, C. (Ed.), Handbook on Knowledge Management (New York: Springer.), pp.187-205.
- Frost, A., and C. Cooke,( 1999), "Brand vs. Reputation: Managing and Intangible Asset," *Communication World*, February/ March,.
- Guthrie, J., and R. Petty,( 2000), "Are Companies Thinking Smart," *Australian CPA*, 19 July, pp. 15-31.
- Harvey, M., and R. Lusch, "Balancing the Intellectual Capital Books: Intangible Liabilities," *European Management Journal*, Vol. 17, No. 1, pp. 85-92.
- Heffes, E., (2001), "Challenging Measures for IC," *Financial Executive*, July/ August, pp.59-71.
- Hellstorm, Tomas, and Kenneth Husted,( 2004), "Mapping Knowledge and Intellectual Capital in Academic Environment: a Focus Group Study," *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5, No. 1, , pp. 165-180.
- Hematfar, Mahmood; Dariosh Javid; Homayoun Khosravi GImt Abadi (2013), Effects of Components of Intellectual Capital on the Financial Performance of the Cement Industry Accepted at Tehran Stock Exchange with Regression and Neural Network Approach", *Journal of Applied Environmental, and Biological Sciences*; Vol. 3 Iss. 9, pp. 155-165.
- Huseman, C., and J. Goodman,( 1999), **Leading with Knowledge: The Nature of Competition in the 21st Century** (CA, Sage: Beverly Hill,
- Jacob, M., and T. Hellstorm (Eds),( 2000), *The Future Knowledge Production in the Academy*, Buckingham: Open University Press.
- Jafari, E. (2013). Intellectual Capital and its Effects on Firms' market value and Financial Performance in Iran: An Investigating Pulic Model. *Research Journal of Recent Sciences*, 2(3), 1-6.
- Kaplan, R., and D. Norton,( 1992), "The Balanced Scorecard Measures that Drive Performance," *Harvard Business Review*, Vol. 7. No. 1,pp. 71-79.
- Lau, T., K. Chan, and T. Man,(1998), "The Entrepreneurial and Managerial Competencies of Small Business Owner/ Manager in Hong Kong Conceptual and Methodological Considerations," *Paper presented at The 4th International Conference on Competence-based Management*, Oslo, 18-20 June.

- Lev, B., (1999) "Seeing is Believing: a Better Approach to Estimating Knowledge Capital," *CFO Magazine*, April,.
- Lim, Lynn, and Peter Dallimore,( 2004), "Intellectual Capital: Management Attitudes in Service Industries," *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5, No. 1, pp. 181-194.
- McGregor, Judy, David Tweed, and Richard Pech,(2004), "Human Capital in the New Economy: Devil's Bargain?," *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5, No. 1, , pp.153-164.
- Moghadam, S. Khayat; M. R. Zabihi1, M. Kargaran1, A. Hakimzadeh (2013), Intellectual Capital and organizational learning capability, *Journal of Soft Computing and Applications*, Volume: 2013, pp. 1-9, Available online at [www.ispacs.com/jsca](http://www.ispacs.com/jsca).
- Mojtahedi, P., & Jafari, E. (2013). Investigating the impact of Intellectual Capital on Market Value Added Evidence from Malaysian firms. *Technical Journal of Engineering and Applied Sciences*, 3(20), 2696-2701
- Moradi, Mohsen; Mojtaba Saedi; Hasan Hajizadeh; Mohammad Mohammadi (2013), "The Influence of Intellectual Capital on the Improvement of Companies' Financial Performance", *International Journal of Economics, Business and Finance*, Vol. 1, No. 5, June 2013, PP: 120- 139, ISSN: 2327-8188 (Online), Available online at [www.ijebf.com](http://www.ijebf.com)
- Mouritsen, J., and H. Larsen,( 2001), "Reading an Intellectual Capital Statement: Describing and Prescribing Knowledge Management Strategies," *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 2, No. 4, pp. 359-383.
- Nashtaei, Reza Aghajan; Masood HeidarNia; Vahid Noshaddel (2013), "An Overview on Concept of Intellectual Capital and Its Importance", *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, Institute of Interdisciplinary Business Research, Vol 5, No 5, pp. 303 - 309.
- Nesbit, T.,( 2001), **An Investigation into Core management skills for keeping E-Commerce on on Track** (Massey University: research Report, Palmerston North,).
- Neville, R., "The Art of Work,( 2000)," *Panorama*, , pp. 47-49.
- Osterland, A.,(2001), "treasures Revealed Intangible Asset Accounting," *CFO Magazine*, Vol. 17, No. 4, April, , pp. 42-51.
- Petty, R., and J. Guthrie, "Intellectual Capital Literature Review," *Journal of intellectual Capital*, Vol. 1, No. 2, , pp. 155-176.
- Porter, M.( 2001), "Strategy and the Internet," *Harvard Business Review*, March, pp. 63-78.
- Rumelt, Richard P. (2003), "What in the World is Competitive Advantage?," *Working Paper*, Harry & Elsa Kunin Professor of Business & Society, The Anderson School at UCLA.

- Sackman, S., E. Flamholz, and M. Bullen,( 1989) "Human Resource Accounting: a State-of-the-Art Review Accounting," *Journal of Accounting Literature*, No. 8, , pp. 235-264.
- Sánchez, Paloma; Juan Carlos Salazar; Oihana Basilio (2013), Intellectual Capital and productivity: revising policies to support financing innovation in SMEs, Proceedings of the 2013 *EU-SPRI Forum Annual Conference*; adrid 10-12 April 2013.
- Stewart, T.,( 1997), **Intellectual Capital** (London: Nicholas Brealey Publishing.).
- Sveiby, K.,( 1997), *The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge-based Assets* (San Francisco: Berrett-Koehler.).
- Ulrich,( 1998), a new manages for human resources, *Harvard business review*, January-February,.
- Wu, Xiaobo and V. Sivalogathan (2013), Intellectual Capital for Innovation Capability: A Conceptual Model for Innovation, *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol. 4, No. 3, pp. 139 -144.