

دراسة مدي قيام الشركات المصرية بقياس والافصاح عن رأس المال الفكري
وأثره على المركز التنافسي: دراسة ميدانية

دكتور

على مجاهد أحمد السيد

مدرس بقسم المحاسبة

كلية التجارة - جامعة كفر الشيخ

دراسة مدى قيام الشركات المصرية بقياس والافصاح 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 والافصاح عن رأس المال الفكري وعلاقة مستوى القياس والافصاح بالمركز التنافسي لهذه الشركات. ولقد قامت الدراسة باختيار مجموعة من الفروض ميدانيا على عينة من الشركات المصرية، حيث تم تجميع بيانات الدراسة الميدانية من خلال استمارة استقصاء صممت خصيصا لهذا الغرض وتم توزيعها على مجموعة متنوعة من الشركات المصرية المختلفة في الحجم وطبيعة النشاط والقطاع الاقتصادي الذي تنتمي إليه، ولقد شارك في الاستقصاء مجموعة متنوعة من العاملين بتلك الشركات من حيث الخلفية العلمية والمؤهلات العلمية والخبرات العملية والمستويات الادارية المختلفة. ولقد تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS للقيام بعملية التحليل الإحصائي واختبار الفروض الإحصائية لهذه الدراسة، ولقد قام الباحث بإجراء التحليل الوصفي للبيانات التي تم تجميعها للتعرف على الخصائص الأساسية لعينة البحث ومتغيرات الدراسة. كما تم إجراء بعض الاختبارات اللامعلمية لإختبار فروض البحث والتعرف على مدى وجود اختلافات جوهرية بين الشركات المصرية في مستوى قيامها بقياس والافصاح عن رأس المال الفكري وكذا مدى جوهرية الاختلاف بين المؤشرات المستخدمة في قياس رأس المال الفكري من حيث مستوى التطبيق. ولقد خلصت الدراسة الى رفض الفروض الثلاثة الأولى بأن الشركات المصرية تقوم بقياس والافصاح عن رأس المال الفكري - بكل أبعاده- بشكل كافي، وأنه لا يوجد اختلاف في مستوى القياس والافصاح عن مؤشرات قياس والافصاح المختلفة في الشركات المصرية، وأنه لا توجد علاقة بين مستوى قياس والافصاح عن رأس المال الفكري وبين المركز التنافسي للشركات المصرية. أما الفروض الرابع، والخامس، والسادس فقد استهدفت الدراسة من خلالها التوصل الى أثر بعض خصائص الشركات من حيث الحجم، وطبيعة النشاط، والقطاع الذي تنتمي اليه على مستوى القياس والافصاح عن مؤشرات رأس المال الفكري. ولقد أسفرت الدراسة عن القبول الجزئي لهذه الفروض حيث ثبت صحة هذه الفروض بالنسبة لبعض المؤشرات وتم رفضها بالنسبة لبعض المؤشرات الأخرى.

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 إلي ما يسمى اقتصاد المعرفة. وأصبحت المعرفة المنوارة بالمنظمة ميزة تنافسية لها تميزها عن غيرها من المنظمات، ونتيجة لذلك فإن المنظمات الناجحة هي تلك المنظمات التي تقوم باستقطاب وإختيار وتطوير وتنمية الأفراد العاملين بها والذين يمكنهم قيادة هذه المنظمات، كما أن المنظمات الناجحة هي المنظمات التي تهتم بعملائها 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). وتوسعى 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 وتدفق 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 الماضي 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 في رأس المال الفكري. كما تؤكد تلك الدراسات أن الإدارة 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 الإدارة الرشيدة والإستخدام الصحيح لرأس المال الفكري بالمنظمة يؤدي إلى تجديد وتطوير الإستثمارات و يزيد الميزة التنافسية بما يساعد في النهاية على تطوير الأداء التنظيمي ويدعم الربحية والمركز التنافسي للمنظمة في بيئة الأعمال الحديثة. كما تؤكد دراسة (Jafari, 2013) التي أجريت على مجموعة من الشركات الإيرانية أن إمتلاك رأس المال الفكري والإستخدام الصحيح له يؤدي إلى زيادة القيمة السوقية للمنظمة ويحسن أدائها المالي. كما توصلت دراسة (Mojtahedi & Jafari, 2013) التي أجريت على الشركات الماليزية أن رأس المال الفكري يزيد القيمة السوقية المضافة للمنظمات. كما تؤكد دراسة (Lu, et. Al., 2013) التي 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 فإن على مديري شركات التأمين الإستثمار في 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 ضمانا للبقاء 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 اتجاه الاستثمار فى رأس المال الفكري والعمل 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 لآبد 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 كاف؟
 - 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 الداخلى 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 فى البيئة المصرية؟
٤. هل توجد إختلافات بين الشركات المصرية فيما يختص بأثر مستوى الإفصاح عن رأس المال الفكري على المركز التنافسي للشركات فى البيئة المصرية؟
٥. هل يؤثر حجم الشركة على مستوى الإفصاح عن رأس المال الفكري فى البيئة المصرية؟
٦. هل تؤثر طبيعة نشاط الشركة على مستوى الإفصاح عن رأس المال الفكري فى 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 كبيرة. ويتفرع 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 كبيرة.

ب. تقوم الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس مال الهيكل التنظيمي الداخلي - كأحد عناصر رأس المال الفكري للشركة - بدرجة كبيرة.

ج. تقوم الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن هيكل العلاقات - كأحد عناصر رأس المال الفكري للشركة - بدرجة كبيرة.

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 طبقاً لحجم تلك الشركات وطبيعة نشاطها والقطاع 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 دوراً استراتيجياً مهماً، فهو يساهم في تعظيم قيمة المنظمة،

ويساهم في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية للمنظمة. ولا تزال المكتبة العربية تفتقر إلى الدراسات المتخصصة في وضع مقاييس ومؤشرات واضحة لقياس وتقويم 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 باعتباره 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 تكسيها 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 إلى النتائج المتوقعة للبحث. ولقد قام الباحث بإجراء دراسة ميدانية على عينة من الشركات المصرية لإختبار مدى 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 في 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 Concept and Dimensions

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

ويشير (Lim and Dallimore, 2004) إلي أن تطوير وبناء نظم لقياس وتقييم 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) مثلا مجازيا توضيحيا لمفهوم وأهمية رأس المال الفكري، وهذا المثال هو تخيل المنظمة على أنها كائن حي، وليكن على سبيل المثال شجرة، وهنا يمكن النظر إلي خطط المنظمة وتقريرها الفصلية والسوية ونشراتها ووثائقها المختلفة على أنها جذع هذه الشجرة وأغصانها وأوراقها. ومن ثم فإن المستثمر الحكيم ينظر إلي 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 وإن كانت تبدو الآن شجرة ناضرة. إن رأس المال الفكري هو بمثابة جذور هذه الشجرة، وللتحقق من الأداء المستقبلي للمنظمة فانه 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 إلي التركيز بصورة أساسية على القوة الايرادية 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 IC Intellectual Capital هو من المصطلحات التي تستخدم بصورة واسعة في الأدبيات، ومع ذلك فانه 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 متكاملا 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 Hellstrom, 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 تعاريف تناولت مفهوم رأس المال الفكري نذكر من بينها:

- التعريف الأول: " هو المهوبة والمهارات والمعرفة التقنية والعلاقات، والممكن إستخدام ها لخلق الثروة" (توماس، 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 إلي البيت أو إلي أي مكان آخر خارج المنظمة مع العاملين والمديرين عندما يغادرون المنظمة عائدين إلي 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 (المنظمي) هو معرفة، وهذه المعرفة يمكن تميمتها 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 إلي هذا النموذج على انه غير متكامل ولا يغطي كل جوانب رأس المال الفكري.

كما 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 وتقويم رأس المال الفكري (يمكن الرجوع إلي 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 إلي 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 تميمتها.

٢/٢. 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 إلي تميمتها 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 رأسمالها الفكري (صالح، ٢٠٠٩).

ويؤكد الباحثان (Huseman and Goodman, 1999) في دراسة أجريت على عينة من الشركات الأميركية (200 شركة من كبرى الشركات الأميركية) أن أكثر من ٧٥% من الشركات الأميركية تركز كل إمكاناتها 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 وصورته الذهنية وسمعتها وأدائها ويؤكد (Guthrie and Petty, 2000) على ضرورة مراعاة الجوانب والعناصر المالية وغير المالية في وضع استراتيجية المنظمة، إذ لا يكفي الاعتماد على القوائم المالية والنتائج المالية لأعمال المنظمة في صياغة الاستراتيجية. حيث يمكن لمنظمات الأعمال تحقيق الميزة التنافسية من خلال الاستغلال الأفضل للإمكانات والموارد الفنية والمادية والمالية والتنظيمية المتاحة، بالإضافة إلي 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 تعاريف 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 إلي أن الميزة التنافسية

تتخصص في قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تمكنها من الحصول على مركز تنافسي أفضل مقارنة بمنافسها 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 منافسها 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 إلى 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.
- التميز: 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 والإمكانيات التنظيمية.

الأنواع الرئيسية للمزايا التنافسية

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

- ميزة التكلفة الأقل: نقصد بها قدرة المنظمة على تصميم، تصنيع وتسويق منتجات بأقل تكلفة ممكنة مقارنة مع منافسها 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 إلى الأسواق.
- تخفيض زمن دورة التصنيع المنتجات وبالتالي تخفيض كل من تكاليف التخزين وتكاليف الإنتاج.
- تخفيض مدة تسليم الطلبية للعميل.
- تخفيض زمن التحويل أو تغيير 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 تغيير 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 تغيير 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 بإيجابية وبناء التوحد الاستراتيجي للمنظمة. فإن المنظمة التي تملك رؤية إستراتيجية واضحة، تستطيع أن تحقق ميزة تنافسية على غيرها من المنظمات التي تفتقر 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 النفاضي القانوني. أما بالنسبة لمنظمات إنتاجية أخرى، حيث تتضمن القيمة المضافة للمنظمة تجميع 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 مكملاً 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.

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

يوكد (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، خصوصاً تلك المنظمات التي تعتمد مؤشرات كمية مادية في القياس، مثل قياس التكاليف والأرباح والمبيعات والحصة السوقية والأصول المادية والالتزامات المالية وغيرها.

ويري (Petty and Guthrie,2000) أن أغلب جهود الباحثين قبل منتصف التسعينات كانت تركز على البعد الوصفي Descriptive لرأس المال الفكري، وبعد ذلك بدأت هذه الجهود تتحي منحى آخر يركز على إدارة وقياس رأس المال الفكري. كما يرى (Hefes, 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. ووفقاً 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 نموذجاً لقياس رأس المال الفكري، وقد وضعه أثناء عمله في شركة Skandia للتأمين، ويعتمد هذا النموذج على أربعة نظم فرعية هي:

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

يشير (Sackmann, Flamholz, and Bullen, 1989) إلي ان بدايات إستخدام نظام محاسبة الموارد البشرية **Human Resource Accounting System** يعود إلي الباحث Hermanson عام ١٩٦٤ م . ويهدف هذا النظام إلي تقدير قيمة الأفراد داخل المنظمة، وهذا يساعد في إستخدام 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 إستخدام 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 تقود 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 إعتماد 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, 2004) **Zhu, and Xie**, على ضرورة اجراء تعديلات على هذا النظام بما يكفل قدرته على قياس رأس المال الفكري بصورة دقيقة (على سبيل المثال يجري إعتماد مؤشر عدد أجهزة الحاسوب بالمنظمة كمؤشر لرأس المال الهيكلي **Structural Capital** ، غير أن هذا المؤشر لا يعكس بالضرورة مستوى المعرفة بالمنظمة ولا يعكس بالضرورة إستخدام 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 إستخدام 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 اربعة 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) 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 إلي البيت أو إلي أي مكان آخر خارج المنظمة مع العاملين والمديرين عندما يغادرون المنظمة عاندين إلي بيوتهم في نهاية اليوم . ويمكن إعادة هيكلته وإعادة إنتاجه وإعادته هندسته، وأهم عناصره التكنولوجيا والابتكارات والبيانات والمعلومات والنشرات وثقافة المنظمة واستراتيجياتها وهيكلها.

وينظر (Stewart, 1997) إلي رأس المال التنظيمي (الهيكلية) على أنه تلك المعرفة التي لا تذهب إلي البيت مع العاملين، بل تبقى بالمنظمة، وهي تتعلق بصورة اساسية 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 كراس 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 إلي هذا النموذج على انه 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 الي 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 إلى أنه 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 Final Arbiter 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) إلى أن 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 تغييرات 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 إلى 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 إدارة 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 إدارة 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 أجل 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 قياسا 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 إلي إعادة التفكير في نموذج رأس المال البشري بحيث يجري بناء نموذج قادر على تحديد علاقات العمل الجديدة التي تتناسب الاقتصاد الجديد، وتحديد القدرات والإمكانات المطلوبة في العاملين والمديرين بصورة تضمن تحقيق نجاح منظمات الأعمال الحديثة. ويقترح (McGregor, Tweed, and Pech, 2004) نموذجا جديدا لرأس المال الفكري يبرز التحولات في عدد من العناصر الأساسية نتيجة التحول من الاقتصاد التقليدي إلي الاقتصاد المعرفي، وهذه العناصر تعبر عن الطبيعة الديناميكية (الحركية) للعمل .

١. 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 الإطار 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، رضا العاملين، خبرات العاملين، كفاءة العاملين، مهارة العاملين، ودرجة تحفيز العاملين بالمنظمة. ثم يعرض في العمودين 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 تتفق 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

المؤشرات	العناصر	الأبعاد
<p>النتائج</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. نسبة عدد العاملين الجدد 2. نسبة العاملين ذوي الخبرة 3. نسبة العاملين الحاصلين على مؤهلات عليا 4. المعرفة المهنية والمعرفة الفنية والمعرفة المتخصصة التي يتمتع بها العاملون. 5. مدى اهتمام الإدارة باستقطاب الأفراد ذوي المواهب وحملة المؤهلات الأكاديمية والمهنية المتميزة 6. مستوي خبرات العاملين و التراكم المعرفي الناجم عن التجارب المعتمدة في الحياة العملية 7. الدخل المتحقق من الأفكار الأصلية للعاملين 8. درجة كفاءة عمليات تدريب العاملين 9. معدل التدريب 10. معدل الترقية بالشركة 11. معدل دوران العمالة 12. معدل الغياب 13. معدل الشكاوى المقدمة من العاملين 14. معدل التحقيقات الإدارية مع العاملين 15. معدل مشاركة العاملين في التخطيط 16. معدل ربحية العامل 17. معدل إنتاجية العامل 18. معدل الأخطاء 19. معدل الوقت الضائع 	<p>الانشطة</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. نسبة تكلفة الاختيار والتعيين إلي إجمالي التكاليف الإدارية 2. متوسط تكلفة الاختيار والتعيين لكل عامل جديد 3. نمية تكلفة تطوير نظم الرقابة الداخلية علي الأفراد 4. نسبة تكلفة التدريب والتعليم إلي إجمالي التكاليف الإدارية 5. نسبة تكلفة المزايا العينية إلي إجمالي تكلفة الأجور 6. متوسط تكلفة المزايا العينية المقدمة لكل عمل 7. تكلفة الاستثمار في تنمية قدرات التعلم المستمر لدى العاملين 8. تنمية قدرات العاملين فيما يتعلق بالمشاركة في اتخاذ القرارات 9. عدد لقاءات الدورات وورش العمل لتبادل الخبرة بين الشركة وخبراء من خارجها 10. نسبة الموازنة المخصصة لتطوير الموارد البشرية إلي إجمالي الموازنة الرأسمالية 	<p>1. ولاء العاملين</p> <p>2. رضاه العاملين</p> <p>3. خبرة العاملين</p> <p>4. كفاءة العاملين</p> <p>5. مهارة العاملين</p> <p>6. تحفيز العاملين</p> <p>رأس المال البشري</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. عدد العمليات الرئيسية في الشركة 2. متوسط عدد اجهزة الحاسب الاني لكل عامل في الشركة 3. عدد برامج الحاسب الإلي المستخدمة في الشركة 4. عدد قواعد البيانات المستخدمة في الشركة 5. بناء شبكة معلومات داخلية واستخدام هذه الشبكة. 6. مستوى التتميق بين وظيفة البحث والتطوير ووظيفة الإنتاج والوظائف الأخرى 7. مدى توافر البيانات والمعلومات ذات العلاقة بأنشطة المنظمة وأعمالها. 8. مدى توافر أدوات للرقابة ومعايير للاداء 9. عدد المنتجات الجديدة التي تم تقديمها من قبل الشركة 10. نسبة مبيعات المنتجات الجديدة / إجمالي المبيعات 11. متوسط الوقت اللازم لتطوير المنتج 12. عدد براءات الاختراع المسجلة باسم الشركة 13. عدد براءات الاختراع المنتظر تسجيلها باسم الشركة 14. عدد شكاوى العملاء من المنتجات الجديدة 15. عدد مقترحات العملاء بشأن تطوير المنتج 16. نسبة الوحدات المعيبة / إجمالي الوحدات المنتجة 17. نسبة تكلفة الوحدات المعيبة / إجمالي تكلفة الإنتاج 18. نسبة تكلفة إعادة التشغيل/ إجمالي تكلفة الإنتاج 19. نسبة تكلفة المرتجع من العملاء/ إجمالي الوحدات 	<ol style="list-style-type: none"> 1. نسبة تكلفة الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات 2. نسبة تكلفة التدريب على استخدام تكنولوجيا المعلومات 3. إجمالي تكلفة البحوث والتطوير في كل المجالات 4. قيمة الموازنة المخصصة للاستثمار في تكنولوجيا المعلومات في الفترة القادمة 5. قيمة الموازنة المخصصة للبحوث و التطوير في الفترة القادمة 6. نسبة الاستثمار في البحث والتطوير إلي حجم المبيعات 	<ol style="list-style-type: none"> 1. تكنولوجيا المعلومات 2. نظم الإنتاج 3. العمليات 4. البرامج 5. قواعد البيانات 6. ثقافة المنشأة 7. فلسفة الإدارة 8. الحقوق المعرفية <p>رأس المال التنظيمي (الهيكلي الداخلي)</p>

الأبعاد	العناصر	المؤشرات	
		الأنشطة	النتائج
			<p>المباعة</p> <p>٢٠. نسبة تكلفة اصلاح و صيانة المنتجات بعد البيع</p> <p>لإجمالي ايراد المبيعات</p> <p>٢١. التنسيق مع القوى الخارجية ذات العلاقة بالإبتكار.</p> <p>٢٢. وجود نظام تحفيزي لتشجيع العاملين على الابتكار</p> <p>٢٣. كفاءة دورة التشغيل (زمن الأنشطة التي تضيف قيمة/الزمن الكلي للتشغيل)</p> <p>٢٤. معدل مرونة الإنتاج (الزمن اللازم لإنتاج اوامر ذات مواصفات خاصة بوقت الإنتاج العادي)</p> <p>٢٥. معدل مرونة التسليم (عدد الاوامر المسلمة للعملاء في الوقت المحدد/إجمالي عدد الاوامر التي تم تشغيلها)</p> <p>٢٦. متوسط الزمن اللازم للتشغيل (إجمالي الوقت المستخدم في تشغيل الاوامر/ عدد الاوامر التي تم تشغيلها)</p> <p>٢٧. متوسط تكلفة الإنتاج للوحده</p>
رأس مال العلاقات (الهيكل الخارجي)	<p>١. العلاقة بالعملاء</p> <p>٢. العلاقة بالموردين</p> <p>٣. العلاقة بالمنافسين</p> <p>٤. العلاقة بالحكومة</p> <p>٥. العلاقة بالمجتمع</p> <p>٦. العلاقة بالبيئة</p>	<p>١. تكلفة الاتصال بالعملاء</p> <p>٢. تكلفة خدمات ما بعد البيع</p> <p>٣. تكلفة الاعلان و الترويج</p> <p>٤. تكلفة دراسات وبحوث السوق الهادفة الي معرفة احتياجات العملاء</p> <p>٥. تكلفة الاتصال بالموردين</p> <p>٦. تكلفة تطوير أنشطة خدمة المجتمع و البيئة</p> <p>٧. نسبة الموازنة المخصصة لتكاليف خدمة العملاء /إجمالي موازنة التكاليف البيعية و التسويقية</p> <p>٨. نسبة الموازنة المخصصة لتطوير أنشطة خدمة المجتمع و البيئة /إجمالي موازنة التكاليف الادارية</p>	<p>١. الحد الإجمالي للعملاء</p> <p>٢. مستوى كسب عملاء جدد.</p> <p>٣. مستوى خسارة عملاء حاليين</p> <p>٤. بناء واستخدام قاعدة بيانات للعملاء.</p> <p>٥. حجم الاستثمار في بناء العلاقات مع العملاء.</p> <p>٦. نسبة عدد العملاء الجدد/إجمالي عدد العملاء</p> <p>٧. نسبة الحصص السوقية للشركة / إجمالي السوق</p> <p>٨. عدد منافذ البيع و التوزيع</p> <p>٩. عدد الاسواق التي تسوق الشركة منتجاتها بها</p> <p>١٠. عدد مندوبي المبيعات في الشركة</p> <p>١١. عدد الموردين التي تتعامل معهم الشركة</p> <p>١٢. عدد الجهات الحكومية المانحة للمزايا (دعم /امتيازات/تراخيص)</p> <p>١٣. متوسط عدد شكاوي العملاء</p> <p>١٤. نسبة المرتجع من العملاء /عدد الوحدات المباعة</p> <p>١٥. متوسط عدد المقترحات المستلمة من العملاء</p> <p>١٦. معدل الاستجابة لاوامر العملاء (الاوامر المسلمة في الموعد المحدد /إجمالي عدد الاوامر المسلمة)</p> <p>١٧. معدل دوران العملاء (عدد العملاء تاركي الشركة /إجمالي عدد العملاء)</p> <p>١٨. متوسط تكلفة المسؤولية القانونية تجاه العميل</p> <p>١٩. متوسط تكلفة المسؤولية القانونية تجاه المورد</p> <p>٢٠. نسبة المرتجع للموردين</p> <p>٢١. تكلفة المسؤولية القانونية تجاه المجتمع</p> <p>٢٢. معدل ربحية العميل</p> <p>٢٣. معدل جودة المواد الخام المشتراه</p> <p>٢٤. نسبة الخصم المكتسب من الموردين</p> <p>٢٥. معدل التزام الموردين</p> <p>٢٦. عدد اتفاقيات التراخيص التي حصلت عليها الشركة خلال الفتره</p> <p>٢٧. عدد الامتيازات التي حصلت عليها الشركة خلال الفتره</p>

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

ومن الجدير بالذكر هنا أن الباحث لا يدعي 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 والإفصاح عن رأس المال الفكري في الشركات في القطاعات الاقتصادية 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

نتناول 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 تمهيداً 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. حيث 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 الميدني 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 ستة أسئلة تتعلق بمعلومات عامة عن الأشخاص الذين قاموا

بتعبئة استثمار 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) ولقد 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 استثمار الاستقصاء فقد اشتمل على أربعة أقسام فرعية. القسم الفرعي الأول خصص للبعد الأول من أبعاد رأس المال الفكري وهو رأس المال البشري والذي يتكون بدوره من أربعة مجموعات فرعية (أ، ب، ج، و د)، والتي يقيس كل منها مجموعة من الأسئلة التي يفترض - طبقاً للإطار المقترح في الدراسة النظرية - أنها تقيس مدى قيام الشركات المصرية بقياس والإفصاح عن هذا البعد من أبعاد رأس المال الفكري. كما خصص القسم الفرعي الثاني للبعد الثاني وهو رأس مال الهيكل التنظيمي الداخلي. ويتكون هذا البعد من خمسة مجموعات من الأسئلة لقياس مستوى الإفصاح عنه في الشركات المصرية - حسبما يتضح من استثمار الاستقصاء في الملحق رقم ١. أما القسم الفرعي الثالث من الاستثمار فقد خصص للبعد الثالث وهو بعد رأس المال الخارجي أو رأس مال العلاقات، والذي يتكون من أربعة مجموعات من الأسئلة التي تقيس مدى قيام الشركات المصرية بقياس والإفصاح عن هذا البعد من رأس المال الفكري. أما القسم الرابع والأخير من الاستثمار فقد تم تخصيصه لقياس العلاقة بين مستوى الإفصاح عن رأس المال الفكري بأبعاده المختلفة وبين المركز التنافسي للشركات المصرية. ويتكون هذا القسم من ثلاث مجموعات فرعية، الأولى خصص لها مجموعة أسئلة تقيس علاقة الإفصاح عن رأس المال البشري بالمركز التنافسي والمجموعة الثانية خصصت لبعد الهيكل التنظيمي الداخلي و الثالثة لبعد هيكل العلاقات.

وفي القسم الثاني من الاستثمار ، تم صياغة الأسئلة لكي تكون الإجابات المتوقعة متدرجة وفق مقياس ليكرت مرتباً من الدرجة رقم (١) للتعبير عن عدم قيام الشركات المصرية بقياس والإفصاح عن رأس المال الفكري على الإطلاق ، إلى 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 Package Statistical for Social Sciences (SPSS) ، للقيام بعملية التحليل الإحصائي وذلك 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 والإفصاح عن رأس المال الفكري وكذا مدى جوهرية الاختلاف بين المؤشرات المستخدمة في قياس رأس المال الفكري من حيث مستوى التطبيق. كما تم استخدام مستوى معنوية $P = 0.05$ ، والذي يعد مستوى مقبولاً في العلوم الاجتماعية بصفة عامة (Sekaran 2005). ويقابله 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 - ولان (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 ومؤهلاتهم وخبراتهم العملية.

جدول رقم ١: خصائص عينة الدراسة

م	البيان	العدد	النسبة %
١	نوع الشركة	١٣٧	٥٠.٦
	- حكومية	٦٦	٢٤.٤
	- قطاع عام	٦٨	٢٥.٠
	- قطاع خاص		
	الإجمالي	٢٧١	١٠٠
٢	طبيعة نشاط الشركة		
	- صناعية	٢٣	٨.٥
	- تجارية	٤٤	١٦.٢
	- خدمية	١٧٨	٦٥.٧
	- أخرى	٢٦	٩.٦
	الإجمالي	٢٧١	١٠٠
٣	حجم الشركة		
	- صغيرة	١٤٧	٥٤.٢
	- متوسطة	٦٧	٢٤.٧
	- كبيرة	٥٧	٢١.١
	الإجمالي	٢٧١	١٠٠
٤	تخصص المستجوبين		
	- محاسب	١٧٤	٦٤.٢
	- غير ذلك	٩٧	٣٥.٨
	الإجمالي	٢٧١	١٠٠
٥	خبرة المستجوبين		
	- أقل من ٥ سنوات	٧٩	٢٩.١
	- ٥ سنوات فأكثر	١٩٢	٧٠.٩
	الإجمالي	٢٧١	١٠٠
٦	المؤهل الدراسي		
	- دبلوم (متوسط)	١٩	٧
	- بكالوريوس أو ليسانس	٢٢٢	٨٢
	- عليا (دبلوما، ماجستير، أو	٣٠	١١

م	البيان	العدد	النسبة %
	(دكتوراه)		
	الإجمالي	٢٧١	١٠٠%

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 وشركات تأمين) تمثل حوالي ٩.٥%. وتمثل 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. وأن حوالي ٧١% من المستجوبين من أصحاب الخبرة التي تصل إلى خمس سنوات فأكثر بينما يمثل أصحاب الخبر الأقل من خمس سنوات نسبة ٢٩% تقريبا. ويعد غالبية المستجوبين من حملة البكالوريوس أو الليسانس بنسبة ٨٢% أما حملة الشهادات المتوسطة (دبلوم) فنسبتهم ٧% وحملة الشهادات الأعلى من الدبلوم والماجستير والدكتوراه 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 كبيرة
 - أ. تقوم الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال البشري - كأحد عناصر رأس المال الفكري للشركة - بدرجة كبيرة.
 - ب. تقوم الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس مال الهيكل التنظيمي الداخلي - كأحد عناصر رأس المال الفكري للشركة - بدرجة كبيرة.
 - ج. تقوم الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن هيكل العلاقات - كأحد عناصر رأس المال الفكري للشركة - بدرجة كبيرة.
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		لا يتم قياسها أو الإفصاح عنها مطلقاً		يتم قياسها و الإفصاح عنها بدرجة ضعيفة		يتم قياسها و الإفصاح عنها بدرجة متوسطة		يتم قياسها و الإفصاح عنها بدرجة كبيرة	
		%	#	%	#	%	#	%	#
أولاً: مؤشرات رأس المال البشري									
أ. مؤشرات جلب و الاحتفاظ برأس المال البشري									
١١	نسبة تكلفة الاختيار و التعيين إلى إجمالي التكاليف الإدارية	٩٣	٣٤.٣	١٢٢	٤٨.٧	١١	٤.١	٣٥	١٢.٩
١٢	متوسط تكلفة الاختيار و التعيين لكل عامل جديد	٨٦	٣٢.٨	١٣٧	٥٠.٦	١٦	٥.٩	٣٢	١١.٨
١٣	نسبة تكلفة تطوير نظم الرقابة الداخلية على الأفراد	٨٩	٣٢.٨	١٢٩	٤٧.٦	١٢	٤.٤	٤١	١٥.١
١٤	نسبة تكلفة التدريب و التعليم إلى إجمالي التكاليف الإدارية	٦٨	٢٥.١	١٢٧	٤٦.٩	٢٢	٨.١	٥٤	١٩.٩
١٥	نسبة تكلفة المزايا العينية إلى إجمالي تكلفة الأجور	٧٠	٢٥.٨	١٤٦	٥٣.٩	١٠	٣.٧	٤٤	١٦.٢
١٦	متوسط تكلفة المزايا العينية المقدمة لكل عامل	٥٩	٢١.٨	١٤٨	٥٤.٦	٢٢	٨.١	٤١	١٥.١
١٧	نسبة عدد العاملين الجدد إلى إجمالي عدد العاملين بالشركة	٦٢	٢٢.٩	١١٧	٤٣.٢	١٦	٥.٩	٧٥	٢٧.٧
١٨	نسبة العاملين ذوي الخبرة الأكثر من خمس سنوات إلى إجمالي عدد العاملين بالشركة	٧٠	٢٥.٨	١١٠	٤٠.٦	١٧	٦.٣	٧٣	٢٦.٩
١٩	نسبة العاملين الحاصلين على مؤهلات عليا و ماجستير و دكتوراه إلى إجمالي عدد العاملين بالشركة	٥٣	١٩.٦	١١٦	٤٥.٨	١١	٤.١	٩٠	٣٣.٢
٢٠	المعرفة المهنية و المعرفة الفنية و المعرفة المتخصصة التي يتمتع بها العاملون.	٧٥	٢٨.٨	١٠٢	٣٧.٦	١٧	٦.٣	٧٣	٢٦.٩
٢١	مدى اهتمام الإدارة باستقطاب الأفراد ذوي المواهب و حملة المؤهلات الأكاديمية و المهنية المتميزة	١٠٣	٣٨	٥٩	٢١.٨	٢٤	٨.٩	٨٤	٣١
٢٢	مستوى خبرات العاملين و التراكم المعرفي الفاجع عن التجارب المعتمدة في الحياة العملية	٦٩	٢٥.٥	١١٣	٤١.٧	٢٦	٩.٦	٦٢	٢٢.٩
٢٣	نسبة الموازنة المخصصة لتطوير الموارد البشرية إلى إجمالي الموازنة الرأسمالية	١٠٢	٣٧.٥	٩٦	٣٥.٤	١٦	٥.٩	٥٥	٢٠.٣
ب. مؤشرات تنمية قدرات رأس المال البشري									
١	تكلفة الاستثمار في تنمية قدرات التعلم المستمر لدى العاملين.	٩١	٣٢.٦	١٢٤	٤٥.٨	١٣	٤.٨	٤٢	١٥.٩
٢	تنمية قدرات العاملين فيما يتعلق بالمشاركة في اتخاذ القرارات	٩٨	٣٦.٢	١١٥	٤٢.٤	١٣	٤.٨	٤٥	١٦.٦
٣	متوسط تكلفة التدريب و التعليم لكل عامل	٩٢	٣٢.٩	١٢٥	٤٩.٨	١٣	٤.٨	٣١	١١.٤
٤	متوسط فترة التدريب و التعليم لكل عامل	٨٥	٣١.٤	١٤٢	٥٢.٤	١١	٤.١	٣٣	١٢.٣
٥	عدد لقاءات الدورات و ورش العمل لتبادل الخبرة بين الشركة و خبراء من خارجها	٧٩	٢٩.٢	٧٦	٢٨	٢٩	١٠.٧	٨٦	٣١.٧
٦	نسبة الموازنة المخصصة لتطوير الموارد البشرية إلى إجمالي الموازنة الرأسمالية	٨٩	٣٢.٨	١٠٥	٣٨.٧	١٥	٥.٥	٦١	٢٢.٥
٧	الدخل المتحقق من الأفكار الأصلية للعاملين.	١١٠	٤٠.٦	١١٨	٤٣.٥	١١	٤.١	٣١	١١.٤
٨	درجة كفاءة عمليات تدريب العاملين.	٦٤	٢٢.٦	١٤٢	٥٢.٨	١٨	٦.٦	٤٥	١٦.٦

مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى		لا يتم قياسها أو الإفصاح عنها مطلقا		يتم قياسها و الإفصاح بدرجة ضعيفة		يتم قياسها و الإفصاح عنها بدرجة متوسطة		يتم قياسها و الإفصاح عنها بدرجة كبيرة	
#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
أولاً: مؤشرات رأس المال البشرى									
٩.	٥٦	٢٠.٧	١٤٦	٥٣.٩	١٩	٧	٤٩	١٨.١	
عدد الدورات التدريبية لكل عامل									
١٠.	٥٠	١٨.٥	١٥٤	٥٦.٨	١٩	٧	٤٧	١٧.٢	
عدد ساعات التدريب لكل عامل									
١١.	٦٠	٢٢.١	١٤١	٥٢	١٢	٤.٤	٥٧	٢١	
معدل التدريب (عدد المتدربين / عدد العاملين)									
١٢.	٤٠	١٤.٨	١٤٩	٥٥	١٥	٥.٥	٦٦	٢٤.٤	
معدل الترقية بالشركة (عدد الترقيات / عدد العاملين)									
ج. مؤشرات إرضاء العاملين									
١.	٧٤	٢٧.٣	١٤٨	٥٤.٦	١١	٤.١	٣٨	١٤	
١. معدل دوران العمالة (نسبة العاملين الذين تركوا الشركة خلال السنة)									
٢.	٢٧	١٣.٧	١٩٢	٧١.٢	١٠	٣.٧	٣١	١١.٤	
٢. معدل الغياب (عدد أيام الغياب / عدد أيام السنة) لجميع العاملين و لكل عامل									
٣.	٥١	١٨.٨	١٥٠	٥٥.٤	١٢	٤.٨	٥٧	٢١	
٣. متوسط مدة خدمة العاملين بالمنظمة									
٤.	٩٣	٣٤.٣	١٢١	٤٤.٦	١٨	٦.٦	٢٨	١٤	
٤. قياس و الإفصاح عن مدى تطابق اتجاهات العاملين مع قيم المنظمة.									
٥.	٣٩	١٤.٤	١٨٤	٦٧.٩	١١	٤.٤	٣٦	١٣.٣	
٥. متوسط عدد أيام الغياب لكل عامل									
٦.	٧٣	٢٦.٩	١٥١	٥٥.٧	١٥	٥.٥	٣١	١١.٤	
٦. معدل الشكاوى المعتمدة من العاملين									
٧.	٨٩	٣٢.٨	١٤٩	٥٥	٥	١.٨	٢٧	١٠	
٧. معدل التحقيقات الادارية مع العاملين									
٨.	٨٩	٣٢.٨	١٣٤	٤٩.٤	١٦	٥.٩	٣١	١١.٤	
٨. معدل مشاركة العاملين فى التخطيط (عدد العمال المشاركين فى وضع الخطط / إجمالى عدد العاملين)									
د. مؤشرات زيادة إنتاجية العامل و مشاركته فى تحقيق أهداف الشركة									
١.	٩٦	٣٥.٤	١٣٦	٤٦.٥	١٣	٤.٨	٣٥	١٢.٩	
١. معدل ربحية العامل (صافى الربح / عدد العاملين)									
٢.	٧٦	٢٨	١٤٧	٥٤.٢	١٥	٥.٥	٣٢	١١.٨	
٢. معدل إنتاجية العامل (حجم الإنتاج / عدد العاملين)									
٣.	٧٧	٢٨.٤	١٥٤	٥٦.٨	١٤	٥.٢	٣٥	٩.٢	
٣. معدل الأخطاء (عدد الأخطاء فى التشغيل / عدد العاملين)									
٤.	١٠٥	٣٨.٧	١٣١	٤٨.٣	١١	٤.١	٢٣	٨.٥	
٤. معدل الوقت الضائع (إجمالى الوقت الضائع / إجمالى وقت العمل)									
٥.	١٠٧	٣٩.٥	١٣٦	٤٦.٥	١٣	٤.٤	٢٤	٨.٩	
٥. متوسط الوقت الضائع للعامل									
٦.	١٠٧	٣٩.٥	١٠٦	٣٩.١	٢٠	٧.٤	٢٧	١٣.٧	
٦. الدخل المتحقق من الأفكار الأصلية للعاملين									

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

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

٢. المؤشر الخامس من البعد الفرعى الثانى (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 الفرعى 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).

ويظهر 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 ٣٩.٥% الى ١٥% وذلك 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 لفتنى الإفصاح المتوسط والكبير معا نسبة ضئيلة تقرب 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

(الداخلي)

مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكرى									
لا يتم قياسها او الإفصاح عنها مطلقا		يتم قياسها و الإفصاح عنها بدرجة ضعيفة		يتم قياسها و الإفصاح عنها بدرجة متوسطة		يتم قياسها و الإفصاح عنها بدرجة كبيرة			
#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
ثانياً: رأس مال الهيكل الداخلى									
أ. أنشطة تطوير الهيكل الداخلى									
٩٧	٢٥.٨	٨٨	٢٧.٥	٢٠	١١.١	٥٥	٢٠.٢	١. نسبة تكلفة الاستثمار فى تكنولوجيا المعلومات / إجمالى التكاليف الرأسمالية	
١٠٢	٢٧.٦	٧٦	٢٨	٢١	٧.٧	٧٢	٢٦.٦	٢. نسبة تكلفة التدريب على استخدام تكنولوجيا المعلومات / إجمالى التكاليف الرأسمالية	
٧٥	٢٧.٧	١٠٢	٢٨	٢٦	٩.٦	٦٧	٢٤.٧	٣. إجمالى تكلفة البحوث والتطوير فى كل المجالات	
٧٧	٢٨.٤	٩٦	٣٥.٤	٢١	٧.٧	٧٧	٢٨.٤	٤. قيمة الموازنة المخصصة للإستثمار فى تكنولوجيا المعلومات فى الفترة القادمة	
٨٢	٣٠.٦	٩٨	٣٦.٢	٢٨	١٠.٢	٦٢	٢٢.٩	٥. قيمة الموازنة المخصصة للبحوث والتطوير فى الفترة القادمة	
٨١	٢٩.٩	١١٨	٤٢.٥	١٧	٦.٢	٥٤	١٩.٩	٦. عدد المقترحات والمشروعات التى تم تنفيذها لتطوير العمل والمنتجات من قبل موظفى الشركة	
٨٥	٣١.٤	١٢٠	٤٤.٢	١٢	٤.٨	٥٢	١٩.٢	٧. عدد المقترحات والمشروعات التى تم تنفيذها من مقترحات موظفى الشركة	
ب. مؤشرات امتلاك عناصر الهيكل الداخلى									
٧٦	٢٨	١١٧	٤٢.٢	١٩	٧	٥٩	٢١.٨	١. عدد العمليات الرئيسية فى الشركة	
٤٩	١٨.١	١٥٦	٥٧.٦	١٥	٥.٥	٥١	١٨.٨	٢. متوسط عدد أجهزة الحاسب الالى لكل عامل فى الشركة	
٦٠	٢٢.١	١٤٥	٥٢.٥	٩	٣.٢	٥٧	٢١	٣. عدد برامج الحاسب الالى المستخدمة فى الشركة	
٥٩	٢١.٨	١٥١	٥٥.٧	١١	٤.١	٥٠	١٨.٥	٤. عدد قواعد البيانات المستخدمة فى الشركة	
٥٦	٢٠.٧	١٢٨	٥٠.٩	١٢	٤.٨	٦٢	٢٢.٢	٥. بناء شبكة معلومات داخلية واستخدام هذه الشبكة.	
٧٧	٢٨.٤	١١٠	٤٠.٦	٢٢	٨.١	٦١	٢٢.٥	٦. نسبة الإستثمار فى البحث والتطوير إلى حجم المبيعات	
٩٢	٢٤.٢	١١٢	٤١.٢	١٥	٥.٥	٥٠	١٨.٥	٧. مستوى التنسيق بين وظيفة البحث والتطوير ووظيفة الإنتاج والوظائف الأخرى	
٦٨	٢٥.١	١٢٠	٤٨	١٧	٦.٢	٥٥	٢٠.٢	٨. مدى توافر البيانات والمعلومات ذات العلاقة بأنشطة المنظمة وأعمالها.	
٥٠	١٨.٥	١٤٠	٥١.٧	١٢	٤.٨	٦٧	٢٤.٧	٩. مدى توافر أدوات الرقابة ومعايير للاداء	
ج. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف تطوير منتجاتها									
٥٩	٢١.٨	٨١	٢٩.٩	٢٤	٨.٩	١٠٧	٢٩.٥	١. عدد المنتجات الجديدة التى تم تنفيذها من قبل الشركة	
٨١	٢٩.٩	٩٤	٢٤.٧	٢٦	٩.٦	٧٠	٢٥.٨	٢. نسبة مبيعات المنتجات الجديدة / إجمالى المبيعات	
٩٠	٢٢.٢	١١٦	٤٢.٨	٢٤	٨.٩	٤١	١٥.١	٣. متوسط الوقت اللازم لتطوير المنتج	
٩٧	٢٥.٨	٦٨	٢٥.١	٢٢	٨.١	٨٢	٣٠.٦	٤. عدد براءات الاختراع المسجلة باسم الشركة	
١١٢	٤١.٧	٧٥	٢٧.٧	١٨	٦.٦	٦٤	٢٢.٦	٥. عدد براءات الاختراع الممنونر تسجيلها باسم الشركة	
٨٤	٣١	١٣٦	٥٠.٢	١١	٤.١	٣٩	١٤.٤	٦. عدد شكاوى العملاء من المنتجات الجديدة	
٦٥	٢٤	١٢١	٤٨.٢	١٧	٦.٢	٥٧	٢١	٧. عدد مقترحات العملاء بشأن تطوير المنتج	
د. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف ضمان الجودة									
٧٩	٢٩.٢	١٥٢	٥٦.٥	١١	٤.١	٢٨	١٠.٢	١. نسبة الوحدات المعيبة / إجمالى الوحدات المنتجة	
٧٩	٢٩.٢	١١٧	٥٤.٢	١٧	٦.٢	٢٨	١٠.٢	٢. نسبة تكلفة الوحدات المعيبة / إجمالى تكلفة الإنتاج	
٧٠	٢٥.٨	١٥٥	٥٧.٢	١٦	٥.٩	٣٠	١١.١	٣. نسبة تكلفة إعادة التشغيل/ إجمالى تكلفة الإنتاج	
٥٨	٢١.٤	١٦٦	٦١.٢	١٢	٤.٤	٣٥	١٢.٩	٤. نسبة تكلفة المرتجع من العملاء / إجمالى الوحدات المباعة	
٦٤	٢٢.٦	١٥٠	٥٥.٤	١٤	٥.٢	٤٢	١٥.٥	٥. نسبة تكلفة اصلاح وصيانة المنتجات بعد البيع / إجمالى إيراد المبيعات	
٨٦	٢١.٧	٧١	٢٦.٢	٢٨	١٠.٢	٨٤	٢١	٦. التنسيق مع القوى الخارجية ذات العلاقة بالابتكار.	

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	
#	%	#	%	#	%	#	%
٥٦	٢٠.٧	١٤٧	٥٤.٢	٢٠	٧.٤	٤٧	١٧.٢
٧. وجود نظام تحفيزي لتشجيع العاملين على الابتكار							
ها. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف زيادة كفاءة التشغيل							
٧٨	٢٨.٨	١٤٤	٥٢.١	١٠	٣.٧	٣٨	١٤
١. كفاءة دورة التشغيل (زمن الانشطة التي تضيف قيمة/الزمن الكلي للتشغيل)							
٧٧	٢٨.٤	١٣٦	٥٠.٢	١٦	٥.٩	٤٢	١٥.٥
٢. معدل مرونة الإنتاج (الزمن اللازم لإنتاج اوامر ذات مواصفات خاصة /وقت الانتاج العادي)							
٥٩	٢١.٨	١٣٧	٥٠.٦	٢١	٧.٧	٥٤	١٩.٩
٣. معدل مرونة التسليم (عدد الاوامر المملة للعملاء في الوقت المحدد /إجمالي عدد الاوامر التي تم تشغيلها)							
٦٧	٢٤.٧	١٦١	٥٩.٤	١٣	٤.٨	٣٠	١١.١
٤. متوسط الزمن اللازم للتشغيل (إجمالي الوقت المستخدم في تشغيل الاوامر /عدد الاوامر التي تم تشغيلها)							
٧٩	٢٩.٢	١٤٣	٥٢.٨	١٥	٥.٥	٣٣	١٢.٢
٥. متوسط تكلفة الإنتاج للوحده							

ويتضح من الجدول السابق يتضح أن غالبية مفردات العينة يرون أن مستوى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن البعد الثاني 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 إجمالي التكاليف الرأسمالية و نسبة تكلفة التدريب على استخدام تكنولوجيا المعلومات الى إجمالي التكاليف الرأسمالية، فقد جاءت تقديرات غالبية المشاركين لمستوى القياس و الإفصاح عنهما منعدم أو لا يتم الإفصاح عنهما على الإطلاق.

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 ، والمؤشر 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.

ويظهر 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 لفتنى الإفصاح المتوسط والكبير 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 مطلقاً		يتم قياسها و الإفصاح عنها داخلياً فقط		يتم قياسها و الإفصاح عنها داخلياً و خارجياً		يتم قياسها و الإفصاح عنها بدرجة كبيرة		مؤشرات قياس مدى قيام الشركات المصرية بقياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري	
#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
ثالثاً: مؤشرات رأس المال الخارجي (رأس مال العلاقات)									
أ. المؤشرات الدالة على ما قامت به الشركة من أنشطة بهدف تطوير علاقاتها مع مختلف اصحاب المصلحة الخارجيين									
٩٢	٢٤.٣	١٠٨	٣٩.٩	٣١	٧.٧	٤٩	١٨.١		٩
٨١	٢٩.٩	١١١	٤١	٢٢	٨.٥	٥٦	٢٠.٧		١٠
٦٤	٢٢.٦	١١٩	٤٣.٩	٣٩	١٠.٧	٥٩	٢١.٨		١١
٨٢	٣٠.٢	٩٦	٣٥.٤	٢٥	٩.٢	٦٨	٢٥.١		١٢
٨٣	٣٠.٦	١٢٢	٤٥	٣٩	١٠.٧	٣٦	١٣.٣		١٣
٨٢	٣٠.٦	٩٩	٣٦.٥	٢٩	٨.٥	٥٩	٢١.٨		١٤
٨٧	٢٢.١	١٠٢	٣٧.٦	٢٧	٨.٥	٥٤	١٩.٩		١٥
٩٢	٢٤.٣	٩٧	٣٥.٨	٢٠	٧.٤	٦٠	٢٢.١		١٦
ب. المؤشرات الدالة على ما تتمتع به الشركة من علاقات متميزة مع اصحاب المصلحة الخارجيين									
٤١	١٥.١	١٢٧	٤٦.٩	٢٤	٨.٩	٧٩	٢٩.٢		١
٤٩	١٨.١	١٢٠	٤٤.٢	٢٧	٨.٥	٧٥	٢٧.٧		٢
٨٢	٣٠.٦	١٢٤	٤٩.٤	٣٠	٨.٥	٢٤	١٢.٥		٣
٤٦	١٧	١٤١	٥٢	١٣	٤.٨	٧١	٢٦.٧		٤
٥٧	٢١	١٢٢	٤٥.٤	٢٠	٧.٤	٧٠	٢٥.٨		٥
٥٠	١٨.٥	١٢٠	٤٨	٢٤	٨.٩	٦٦	٢٤.٤		٦
٦٠	٢٢.١	١٥٥	٥٤.٧	٢٨	٨.٥	٦٧	٢٤.٤		٧
٤٧	١٧.٣	١١٧	٤١.٧	٢٦	٨.٥	١١٠	٤٠.٦		٨
٤٣	١٥.٩	٩٢	٣٣.٩	٣٠	٨.٥	١٠٥	٣٨.٧		٩
٤٩	١٨.١	١٢٨	٤٧.٢	٢١	٧.٧	٧٢	٢٦.٦		١٠
٤٣	١٥.٩	١٢٠	٤٨	٢٧	٨.٥	٧٠	٢٥.٨		١١
٤٤	١٦.٢	١١٣	٤١.٧	٢٢	٨.٥	٩٠	٣٢.٢		١٢
ج. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف زيادة رضاء وولاء اصحاب المصلحة الخارجيين :									
٨٠	٢٩.٥	١٥٨	٥٨.٣	١٣	٤.٨	١٩	٧		١
٧٦	٢٨	١٦١	٥٩.٤	١١	٤.١	٢١	٧.٧		٢
٧٢	٢٦.٦	١٥١	٥٥.٢	٢٠	٧.٤	٢٧	١٠		٣
٦٨	٢٥.١	١٢٢	٤٨.٧	١٩	٧	٥١	١٨.٨		٤
٧٧	٢٨.٤	١٤٤	٥٣.١	١٧	٦.٣	٢١	١١.٤		٥
٧١	٢٦.٢	١٣٣	٤٩.٦	٢٠	٧.٤	٤٦	١٧		٦
٨٨	٣٢.٥	١٢٠	٤٤.٢	١٦	٥.٩	٤٦	١٧		٧
٧٥	٢٧.٧	١٥١	٥٥.٢	١١	٤.١	٢٣	١٢.٢		٨
٨١	٢٩.٩	١١٨	٤٣.٥	١٦	٥.٩	٥٥	٢٠.٢		٩
د. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف تعزيز المزايا المكتسبة من اصحاب المصلحة الخارجيين									
٨٨	٣٢.٥	٩٩	٣٦.٥	٢٤	٨.٩	٥٩	٢١.٨		١
٦٩	٢٥.٥	١١٥	٤٢.٤	٢٢	٨.٥	٦٣	٢٢.٢		٢
٧٢	٢٦.٩	١٢٤	٤٥.٨	٢١	٧.٧	٥٢	١٩.٦		٣
٦٥	٢٤	١٣١	٤٨.٢	٣٠	٨.٥	٤٤	١٦.٢		٤
٦٢	٢٢.٩	١٠٨	٣٩.٩	٢٧	٨.٥	٧٣	٢٦.٩		٥
٦٥	٢٤	٨١	٢٩.٩	٢٦	٨.٥	٩٨	٣٦.٢		٦

من الجدول السابق يتضح أن غالبية مفردات العينة يرون أن مستوى قيام الشركات المصرية بقياس والإفصاح عن البعد الثاني لرأس المال الفكرى والخاص برأس مال الهيكل الداخلى يقع فى المستوى (ضعيف) ، حيث تتراوح النسبة الخاصة بهذه الفئة من ٩.٤% 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 والتوزيع وعدد الأسواق التى تسوق فيها الشركة منتجاتها ، والمؤشر السادس من البعد الفرعى الرابع والخاص بعدد الامتيازات التى حصلت عليها الشركة خلال الفترة ، فقد جاءت تقديرات غالبية المشاركين لمستوى القياس والإفصاح عنها (كبير جدا)

ويظهر من الجدول أيضا أن الفئة التالية لفئة المنوال بالنسبة لجميع المؤشرات هى فئة عدم القياس والإفصاح على الإطلاق، حيث تتراوح نسبة هذه الفئة من ٣٤.٣% الى ١٥% وذلك بالنسبة لجميع مؤشرات بعد رأس مال العلاقات. كما يلاحظ أن نسبة عدم الإفصاح على الإطلاق ونسبة الإفصاح الضعيف يكملان بعضهما البعض فى استقطاب ما يقرب من ٨٠% من مفردات العينة تاركين لفتى الإفصاح المتوسط والكبير معا نسبة ضئيلة تقترب من ٢٠%.

مما سبق يمكن استنتاج أن مستوى قيام الشركات المصرية المشاركة فى الدراسة بقياس والإفصاح عن رأس مال العلاقات- كأحد مكونات رأس المال الفكرى- لا تتعدى مستوى الإفصاح الضعيف أو المنعدم. وبناءً على نتائج التحليل الوصفى لبيانات الدراسة يمكن القول أن الشركات المصرية لا تقوم بقياس والإفصاح عن رأس المال الفكرى - بمكوناته الثلاثة - بدرجة كبيرة ، ومن ثم يتم رفض الفرض العدمى الأول القائل بأن الشركات المصرية تقوم بقياس والإفصاح عن رأس المال الفكرى- بمكوناته الثلاثة - بدرجة كبيرة.

نتائج إختبار العلاقة بين قياس والإفصاح عن رأس المال الفكرى والمركز التنافسى للشركة

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

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	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										
أ. مؤشرات جلب رأس المال البشرى	٣٩	١٤.٤	٣٥	١٢.٩	٣٢	١١.٨	٧١	٢٦.٢	٩٤	٣٤.٧
ب. مؤشرات تقيس ما لدى الشركة من قدرات بشرية وما حققته الشركة لهم من تنمية لهذه القدرات	٢٥	٩.٢	٤٠	١٤.٨	٢٧	١٠	٧٦	٢٨	١٠.٢	٣٨
ت. مؤشرات قياس و الإفصاح عن مدى تحقيق الشركة لهدف زيادة إرضاء و ولاء العاملين	٢٣	٨.٥	٢٦	١٢.٢	٢٨	١٠.٣	٦١	٢٢.٥	١٢٢	٤٥.٤
ث. مؤشرات قياس و الإفصاح عن مدى تحقيق الشركة لهدف زيادة إنتاجية العامل و زيادة مشاركته فى تحقيق أهداف الشركة	٢٢	٨.٥	٢٧	١٢.٧	٢٢	٨.٥	٦٩	٢٥.٥	١١٩	٤٢.٩
ثانياً: مؤشرات رأس المال الهيكلى										
أ. الإفصاح عن أنشطة تطوير الهيكل الداخلى	٤١	١٥.١	٤٤	١٦.٢	٣٧	١٢.٧	٧٠	٢٥.٨	٧٨	٢٨.٨
ب. الإفصاح عما تملكه الشركة من عناصر رأس المال الداخلى	٤١	١٥.١	٤٧	١٧.٢	٤٦	١٧	٧٢	٢٦.٦	٦٥	٢٤
ت. الإفصاح عما حققته الشركة من تطوير فى منتجاتها	٢٧	١٠	٣١	١١.٤	٢٩	١٠.٧	٥٨	٢١.٤	١٢٦	٤٦.٥
ث. الإفصاح عما حققته الشركة لضمان جودة	٢١	٧.٧	٣٠	١١.١	٢٥	٩.٢	٦٦	٢٤.٤	١٢٩	٤٧.٦

قياس العلاقة بين قياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري و بين المركز التنافسي للشركة									
علاقة قياس الإفصاح عن عناصر رأس المال الفكري الأتية الي تقوية أم إضعاف المركز التنافسي للشركة		يضعف المركز التنافسي للشركة بدرجة كبيرة		يضعف المركز التنافسي للشركة الي حد ما		لا يؤثر على المركز التنافسي للشركة		يقوى المركز التنافسي للشركة بدرجة كبيرة	
متجاتها									
٢٣	٨.٥	٢٢	١١.٨	٢٢	٨.٥	٧٢	٢٦.٦	١٢١	٤٤.٦
ج. الإفصاح عما حققته الشركة في سبيل زيادة كفاءة التشغيل بها									
ثالثا: مؤشرات رأس مال الهيكل الخارجي (العلاقات)									
٢٨	١٠.٣	٢٨	١٠.٢	٢٢	١١.٨	٦٣	٢٢.٢	١٢٠	٤٤.٣
أ. الإفصاح عما حققته الشركة من أنشطة في سبيل تطوير علاقاتها مع مختلف أصحاب المصلحة الخارجيين									
٢٢	٨.١	٢٢	٨.١	٢٣	١٢.٢	٦٩	٢٥.٥	١٢٥	٤٦.١
ب. الإفصاح عما تتمتع به الشركة من علاقاتها مع مختلف أصحاب المصلحة الخارجيين									
٢٢	٨.١	٢٨	١٠.٢	٢٥	٩.٢	٨٤	٢١	١١٢	٤١.٢
ت. الإفصاح عما حققته الشركة من زيادة في درجة رضا و ولاء مختلف أصحاب المصلحة الخارجيين									
٢٢	٨.٥	٢٢	٨.١	٢٣	١٢.٢	٦٩	٢٥.٥	١٢٤	٤٥.٨
ث. الإفصاح عما حققته الشركة من زيادة في المزايا المكتسبة من علاقاتها مع مختلف أصحاب المصلحة الخارجيين									

تشير نتائج التحليل الوصفي لبيانات العينة (جدول رقم ٥) أن غالبية مفردات عينة الدراسة ترى أن قياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري بمكوناته المختلفة تقوى و تدعم المركز التنافسي للشركات في بيئة الأعمال المصرية ، ومن ثم يمكن قبول الفرض الإحصائي الثالث القائل بأن قياس و الإفصاح عن رأس المال الفكري يقوي المركز التنافسي للشركات في البيئة المصرية.

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

تشير نتائج الإختبارات الإحصائية لبيانات العينة One Sample عن وجود إختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يختص بمستوي قياس و الإفصاح عن مؤشرات رأس المال البشري في بيئة الأعمال المصرية عند مستوي معنوية $\alpha = 0.05$ وبالتالي عند مستوى ثقة ٩٥% ، وذلك بالنسبة لمؤشرات قياس مستوى الإفصاح عن رأس المال البشري - البعد الأول لرأس المال الفكري - وبالتالي يمكن رفض الفرض الثاني القائل بعدم وجود إختلافات جوهرية بين الشركات فيما يختص بقياس و الإفصاح عن عناصر رأس المال الفكري في بيئة الأعمال المصرية كما يظهر من عمود K-S one sample في الجدول الآتي. كما يظهر من العمود الخاص بالتحليل الوصفي مع الترتيب متوسط القيمة المعطاه لكل مؤشر وكذلك ترتيب المؤشرات من حيث مستوى القياس و الإفصاح حسب أهميتها النسبية في الشركات محل الدراسة. فمثلا جاء مؤشر نسبة العاملين الحاصلين على مؤهلات عليا و ماجستير و دكتوراه الي إجمالي عدد العاملين بالشركة في الرتبة الأولى و مؤشر نسبة عدد العاملين الجدد الي إجمالي عدد العاملين بالشركة في الرتبة الثانية وهكذا الي أن جاء مؤشر متوسط تكلفة الاختيار و التعيين لكل عامل جديد في الرتبة الأخيرة من حيث مستوى القياس و الإفصاح في البعد الخاص بمؤشرات جذب و الإحتفاظ برأس المال البشري. وفي بعد مؤشرات تنمية قدرات رأس المال البشري جاء مؤشر عدد لقاءات الدورات وورش العمل لتبادل الخبرة بين الشركة و خبراء من خارجها في المرتبة الأولى و مؤشر الدخل المتوقع من الأفكار

الأصيلة في المرتبة الأخيرة. وهكذا بالنسبة لباقي المؤشرات الخاصة بكل بعد يظهر ترتيبها من عمود الترتيب في الجدول التالي.

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

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	النسبة	Sig.	K-S	
أولاً: مؤشرات رأس المال البشري										
أ. مؤشرات جلب والإحتفاظ برأس المال البشري										
٠.١٥	٢.٧٤	٠.٠٩	٩.٥	٠.٢٢	٣	١١	٢.٠٩	٠.٠٠	٥.٦٧٤	١. نسبة تكلفة الإختيار والتعيين إلى إجمالي التكاليف الإدارية
٠.٥٦	١.١٦	٠.٠٦	١٠.٥	٠.١١	٤.٤٠	١٣	١.٩٧٧٩	٠.٠٠	٥.١٥٨	٢. متوسط تكلفة الإختيار والتعيين لكل عامل جديد
٠.٠٩	٤.٧٦	٠.٠٧	١٠.٣	٠.١٠	٤.٧٠	١٢	٢.٠١٨٥	٠.٠٠	٥.١٢٤	٣. نسبة تكلفة تطوير نظم الرقابة الداخلية على الأفراد
٠.٠٢	٦.٧٧	٠.١٣	٨.٦	٠.٠٦	٥.٦٢	٨	٢.٢٢٨٨	٠.٠٠	٥.٠٤٨	٤. نسبة تكلفة التدريب والتعليم إلى إجمالي التكاليف الإدارية
٠.٦٢	٠.٩٥	٠.٠٧	١٠.٢	٠.٣٦	٢.٠٥	١٠	٢.١١٤٤	٠.٠٠	٥.٦٥٢	٥. نسبة تكلفة المزايا العينية إلى إجمالي تكلفة الأجر
٠.١٠	٤.٦	٠.٠٢	١٣.٣	٠.١٣	٤.٠٨	٩	٢.١٨٠٨	٠.٠٠	٥.٥٦٥	٦. متوسط تكلفة المزايا العينية المقدمة لكل عامل
٠.٤٢	١.٧	٠.٦٢	٣.٥	٠.٩٤	٠.١٣	٢	٢.٤٠٢٢	٠.٠٠	٤.٨٨٧	٧. نسبة عدد العاملين الجدد إلى إجمالي عدد العاملين بالشركة
٠.٠٨	٥	٠.٧١	٢.٩٧	٠.٣٠	٢.٥٠	٣	٢.٢٦٥٢	٠.٠٠	٤.٦٩٧	٨. نسبة العاملين ذوي الخبرة الأكثر من خمس سنوات إلى إجمالي عدد العاملين بالشركة
٠.٢٦	٢.٧	٠.٧٨	٢.٥	٠.٣٢	٢.٣٠	١	٢.٥٣٥١	٠.٠٠	٤.٨٤٧	٩. نسبة العاملين الحاصلين على مؤهلات عليا وماجستير ودكتوراه إلى إجمالي عدد العاملين بالشركة
٠.١٥	٣.٨	٠.٧	٣	٠.٩٧	٠.٠٦	٥	٢.٢٤٢٢	٠.٠٠	٤.٤٩٠	١٠. المعرفة المهنية والمعرفة الفنية والمعرفة المتخصصة التي يتمتع بها العاملين.
٠.١٠	٤.٥٦	٠.٧٥	٢.٧	٠.٣٢	٢.٣١	٤	٢.٣٦١٦	٠.٠٠	٣.٦١٤	١١. مدى اهتمام الإدارة باستقطاب الأفراد ذوي المواهب وحملة المؤهلات الأكاديمية والمهنية المتميزة
٠.٠١	٩.١٥	٠.٥١	٤.٢٦	٠.١٦	٨.٢٢	٦	٢.٢٣٥٨	٠.٠٠	٤.٥٨٧	١٢. مستوى خبرات العاملين و التراكم المعرفي الناتج عن التجارب المعتمدة في الحياة العملية
٠.١٤	٢.٩٥	٠.٢	٧.٣٤	٠.٦٣	٠.٩٤	٧	٢.٢٧٦٨	٠.٠٠	٥.٢٨٦	١٣. نسبة الموازنة المخصصة لتطوير الموارد البشرية إلى إجمالي الموازنة الرأسمالية
ب. مؤشرات تنمية قدرات رأس المال البشري										
٠.٤٥	١.٨١	٠.٣٦	٥.٥	٠.٩٥	٠.١٠	٨	٢.٠٢	٠.٠٠	٥.٠٢١	١. تكلفة الاستثمار في تنمية قدرات التعلم المستمر لدى العاملين.
٠.٠٠	١١.٨٢	٠.٣	٦	٠.١٣	٤.٠١	٩	٢.٠١٨٥	٠.٠٠	٤.٨٢٥	٢. تنمية قدرات العاملين فيما يتعلق بالمشاركة في اتخاذ القرارات
٠.٢٦	٢.٦٢	٠.٧٥	٢.٧	٠.١٠	٠.١٣	١١	٩١٨٨٠	٠.٠٠	٥.١١٠	٣. متوسط تكلفة التدريب والتعليم لكل عامل
٠.٠٧	٥.٢٧	٠.٨٥	٢	٠.٣٣	٢.٢٥	١٠	١.٠٢٨٠	٠.٠٠	٥.٢٤٧	٤. متوسط فترة للتدريب والتعليم لكل عامل
٠.٧٨	٠.٤٨	٠.٤٦	٤.٦٩	٠.٨٤	٠.٣٦	١	٢.٤٦١٣	٠.٠٠	٢.٦٥٥	٥. عدد لقاءات الدورات وورش العمل لتبادل الخبرة بين الشركة وخبراء من خارجها
٠.٠٠	٩.٥٨	٠.٤٢	٤.٩٨	٠.٨١	٠.٤٢	٦	٢.١٩١٩	٠.٠٠	٤.٦٤٩	٦. نسبة الموازنة المخصصة لتطوير الموارد البشرية إلى إجمالي الموازنة الرأسمالية

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	
٠.٤٧	١.٥٠	٠.٠٩	٩.٥٦	٠.٠٧	٥.٣٥	١٢	١.٨٨١٩	٠.٠٠	٤.٨٤٠	٧. الدخل المتحقق من الأفكار الأصلية للعاملين.
٠.٢٦	٢.٠١	٠.٩٦	١	٠.٧٣	٠.٦٣	٧	٢.١٨٤٥	٠.٠٠	٥.٥٠٩	٨. درجة كفاءة عمليات تدريب العاملين.
٠.٢١	٢.٠٢	٠.٧٥	٢.٦٩	٠.٣٧	١.١٠	٥	٢.٢٥٠٩	٠.٠٠	٥.٥٨١	٩. عدد الدورات التدريبية لكل عامل
٠.٤٩	١.٤٢	٠.٤٤	٤.٧٨	٠.٣٧	١.٩٩	٤	٢.٢٦٣٠	٠.٠٠	٥.٧٧٠	١٠. عدد ساعات التدريب لكل عامل
٠.٢٢	٢.٢٥	٠.٦٧	٣.١٧	٠.٣٩	١.٨٩	٣	٢.٢٧٦٨	٠.٠٠	٥.٥٢٧	١١. معدل التدريب (عدد المتدربين / عدد العاملين)
٠.٥٢	١.٢٦	٠.٠٤	١١.٣٥	٠.٢٤	٢.٨٦	٢	٢.٤٣١٧	٠.٠٠	٥.٦٢٢	١٢. معدل الترقية بالشركة (عدد الترقيات / عدد العاملين)
ج. مؤشرات إرضاء العاملين										
٠.١٥	٢.٧٢	٠.٥٤	٤.١٠	٠.٧٧	٠.٦٦	٤	٢.٠٥	٠.٠٠	٥.٥٩١	١. معدل دوران العمالة (نسبة العاملين الذين تركوا الشركة خلال السنة)
٠.٧٦	٠.٥٢	٠.٧٤	٢.٧٧	٠.٢٩	٢.٥٣	٣	٢.١٢٩٢	٠.٠٠	٦.٨١٦	٢. معدل الغياب (عدد أيام الغياب / عدد أيام السنة) لجميع العاملين و لكل عامل
٠.٧٢	٠.٦٥	٠.٠٧	١٠	٠.٠٦	٢.٠٤	١	٢.٣٨٠٤	٠.٠٠	٥.٧٩٥	٣. متوسط مدة خدمة العاملين بالمنظمة
٠.٠٠	١٠.٥١	٠.٤٩	٤.٣٩	٠.٠٦	٥.٦٥	٥	٢.٠٣٦٩	٠.٠٠	٤.٩٨٢	٤. قياس و الإفصاح عن مدى تطابق اتجاهات العاملين مع قيم المنظمة.
٠.٠١	٧.٩٧	٠.٤٥	٤.٧٦	٠.٦٧	٠.٧٨	٢	٢.١٧٢٤	٠.٠٠	٦.٦٤٧	٥. متوسط عدد أيام الغياب لكل عامل
٠.١٨	٢.٢٦	٠.١١	٨.٩٥	٠.٦٣	٠.٩٥	٧	٢.٠٢٩٥	٠.٠٠	٥.٥٨٧	٦. معدل الشكاوى المقدمة من العاملين
٠.٩٧	٠.٠٦	٠.٢٩	٦.١	٠.٩٧	٠.٠٦	٨	١.٩٠٧٧	٠.٠٠	٥.٥٦٢	٧. معدل التحقيقات الادارية مع العاملين
٠.٠٦	٥.٢٧	٠.٤٣	٤.٩	٠.٠٧	٥.٣٠	٧	١.٩٨١٥	٠.٠٠	٥.١٩٢	٨. معدل مشاركة العاملين في التخطيط (عدد العمال المشاركين في وضع الخطط / إجمالي عدد العاملين)
د. مؤشرات زيادة إنتاجية العامل و مشاركته في تحقيق أهداف الشركة										
٠.٥٦	٥.٧٦	٠.١٧	٧.٧	٠.٧٠	٠.٧٥	٤	١.٩٧٧٩	٠.٠٠	٥.١١٦	١. معدل ربحية العامل (صافي الربح / عدد العاملين)
٠.٠٥	٥.٩٩	٠.٨٥	١.٩٧	٠.١٠	١.٠٢	١	٢.٠٤٠٦	٠.٠٠	٥.٥٧٦	2. معدل إنتاجية العامل (حجم الانتاج / عدد العاملين)
٠.٤٠	١.٨٢	٠.٨٨	١.٧	٠.٨٥	٠.٣٤	٣	١.٩٨٥٢	٠.٠٠	٥.٧٠٥	3. معدل الأخطاء (عدد الأخطاء في التشغيل / عدد العاملين)
٠.٠٤	٦.٢٦	٠.٩٤	١.٢	٠.٠٢	٨.٠٢	٦	١.٨٥٩٨	٠.٠٠	٥.٢٢٨	4. معدل الوقت الضائع (إجمالي الوقت الضائع / إجمالي وقت العمل)
٠.٠٩	٤.٧٢	٠.٩٨	٠.٧٨	٠.٠٢	٧.٧٠	٥	١.٨٦٦٧	٠.٠٠	٥.١٧٨	5. متوسط الوقت الضائع للعامل
٠.٠٨	٤.٩٠	٠.١١	٩	٠.١٠	٤.٧٠	٢	١.٩٩٦٣	٠.٠٠	٤.٦٨٨	6. الدخل المتحقق من الأفكار الأصلية للعاملين

كما تشير نتائج الإختبارات الإحصائية الالاعلمية 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 المال البشرى في بيئة الأعمال المصرية عند مستوي معنوية $\alpha = 0.05$ ، فيما عدا المؤشرين الرابع و الخامس من البعد الرابع لرأس المال البشرى (معدل الوقت الضائع / إجمالي الوقت الضائع / إجمالي وقت العمل) و متوسط الوقت الضائع للعامل).

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

ولقد أسفرت نتائج الإختبارات الإحصائية اللامعلمية لاختبار Kruskal Wallis للبيانات العينة الى عدم وجود إختلافات جوهرية بين مفردات العينة فيما يختص باختلاف طبيعة نشاط الشركة (صناعية، تجارية، أو خدمية) ومستوي 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 ومعدل 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 ومعدل 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 مستوي معنوية $\alpha = 0.05$ ، فيما عدا المؤشرات التالية:

- نسبة تكلفة التدريب والتعليم الى إجمالى التكاليف الادارية
 - مستوي خبرات العاملين والتراكم المعرفي الناجم عن التجارب المعتمدة في الحياة العملية
 - تنمية قدرات العاملين فيما يتعلق بالمشاركة فى اتخاذ القرارات
 - نسبة الموازنة المخصصة لتطوير الموارد البشرية الى إجمالى الموازنة الرأسمالية
 - قياس والإفصاح 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 مستوي 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 بمستوي قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس مال الهيكل الداخلى فى بيئة الأعمال المصرية عند مستوي معنوية $\alpha = 0.05$ و بالتالى عند مستوى ثقة ٩٥% ، وذلك 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 وكذلك ترتيب المؤشرات المتعلقة مستوى القياس والافصاح حسب أهميتها النسبية فى الشركات محل الدراسة. فمثلا جاء مؤشر قيمة الموازنة المخصصة للإستثمار فى تكنولوجيا المعلومات فى الفترة القادمة فى المرتبة الأولى بينما جاء مؤشر عدد المقترحات والمشروعات التى تم تنفيذها من مقترحات موظفى الشركة فى المرتبة الأخيرة من حيث مستوى القياس والافصاح فى البعد الخاص بمؤشرات أنشطة تطوير الهيكل الداخلى. وفى بعد مؤشرات إمتلاك عناصر الهيكل الداخلى جاء مؤشر مدي توافر ادوات للرقابة ومعايير للداء فى المرتبة الأولى ومؤشر مستوى التنسيق بين وظيفة البحث والتطوير ووظيفة الإنتاج والوظائف فى المرتبة الأخيرة. وهكذا بالنسبة لباقي المؤشرات الخاصة بكل بعد يظهر ترتيبها من عمود الترتيب فى الجدول التالى.

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

الداخلى)

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 الفكرى
Sig	N	Sig	N	Sig	N	الترتيب	المتوسط	Sig	K-S	
ثانياً: رأس مال الهيكل الداخلى										
أ. أنشطة تطوير الهيكل الداخلى										
٠.١٥	٢.٧٤	٠.٧٣	٢.٨	٠.٤٦	١.٥٥	٦	٢.١٦٩٧	٠.٠٠	٢.٩٨٥	١. نسبة تكلفة الإستثمار فى تكنولوجيا المعلومات / إجمالى التكاليف الرأسمالية
٠.١٢	٤.٢٢	٠.٣٦	٥.٣٥	٠.٥٤	١.٢٢	٤	٢.٢٢	٠.٠٠	٢.٨٢٤	٢. نسبة تكلفة التدريب على استخدام تكنولوجيا المعلومات / إجمالى التكاليف الرأسمالية
٠.١٠	٤.٥٩	٠.٥٩	٣.٦٦	٠.٨٩	٠.٢٢	٣	٢.٣١٢٧	٠.٠٠	٤.٢٨٨	٣. إجمالى تكلفة البحوث والتطوير فى كل المجالات
٠.١٢	٤.١٤	٠.٤٥	٤.٧٣	٠.٧٧	٠.٥٢	١	٢.٣٦١٦	٠.٠٠	٤.٢٧٢	٤. قيمة الموازنة المخصصة للإستثمار فى تكنولوجيا المعلومات فى الفترة القادمة
٠.٥٧	١.٠٩	٠.٤٤	٤.٨٣	٠.٧٢	٠.٦٣	٣	٢.٢٥٤٦	٠.٠٠	٤.٢٢٨	٥. قيمة الموازنة المخصصة للبحوث و التطوير فى الفترة القادمة
٠.٣٥	٢.٠٨	٠.٣٣	٥.٧٧	٠.٣٨	١.٩١	٥	٢.١٧٧١	٠.٠٠	٤.٩١٩	٦. عدد المقترحات والمشروعات التى تم تقديمها لتطوير العمل والمنتجات من قبل موظفى الشركة
٠.٠٤	٦.٠٤	٠.٦٩	٣	٠.١٣	٣.٩٧	٧	٢.١٣٦٥	٠.٠٠	٥.٠٣٦	٧. عدد المقترحات والمشروعات التى تم تنفيذها من مقترحات موظفى الشركة
ب مؤشرات إمتلاك عناصر الهيكل الداخلى										
٠.٢٤	٢.١٤	٠.١٨	٧.٧	٠.٩٤	٠.١٣	٧	٢.٢٢	٠.٠٠	٤.٨٤٧	١. عدد المعلومات الرئيسية فى الشركة
٠.٥٤	١.٢٢	٠.٠٤	١١.١	٠.٤٣	١.٦٦	٤	٢.٢٥	٠.٠٠	٥.٩١٢	٢. متوسط عدد اجهزة الحاسب الألى لكل عامل فى الشركة
٠.٦٩	٠.٧٢	٠.١٦	٧.٨٥	٠.٧١	٠.٦٨	٦	٢.٢٢	٠.٠٠	٥.٧٠٢	٣. عدد برامج الحاسب الألى المستخدمة فى الشركة
٠.٨١	٠.٤٢	٠.٧٢	٢.٨٨	٠.٧٣	٠.٦٠	٤	٢.٢٩	٠.٠٠	٥.٨٠٢	٤. عدد قواعد البيانات المستخدمة فى الشركة
٠.٨٥	٠.٣١	٠.٢٥	٦.٥٨	٠.٨٢	٠.٣٩	٢	٢.٣١٧٢	٠.٠٠	٥.٤٩٢	٥. بناء شبكة معلومات داخلية واستخدام هذه الشبكة.
٠.٢٢	٢.١٧	٠.٧٦	٢.٦٤	٠.٣٢	٢.٥٥	٢	٢.٢٦٢٠	٠.٠٠	٤.٦٤٧	٦. نسبة الإستثمار فى البحث والتطوير إلى حجم المبيعات
٠.٠٥	٥.٦٥	٠.٩٣	١.٣٤	٠.٢٣	٢.٩١	٩	٢.٠٩	٠.٠٠	٤.٨١٢	٧. مستوى التنسيق بين وظيفة البحث

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 العمل الفكري
Sig.	z	Sig.	z	Sig.	z	الترتيب المتوسط	Sig.	K-S		
										والتطوير ووظيفة الإنتاج والوظائف الأخرى
٠.٩٢	٠.١٤	٠.٤٨	٤.٤٨	٠.٦٠	١.٠٠	٥	٢.٢٤	٠.٠٠	٥.٢٢٠	٨. مدى توافر البيانات والمعلومات ذات العلاقة بأنشطة المنظمة وأعمالها.
٠.٤٩	١.٢٩	٠.٢٠	٧.٢٩	٠.٧٩	٠.٤٦	١	٢.٢٨٢٨	٠.٠٠	٥.٥١٢	٩. مدى توافر أدوات للرقابة ومعايير للاداء
ج. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف تطوير منتجاتها										
٠.٠٢	٧.٤٨	٠.٤٢	٥	٠.٢٢	٢.٩٥	١	٢.٦٦	٠.٠٠	٤.٣٠٤	١. عدد المنتجات الجديدة التي تم تقديمها من قبل الشركة
٠.٠٠	١٢.٢٤	٠.٤٩	٤.٤٢	٠.٣١	٢.٣٠	٣	٢.٣١	٠.٠٠	٤.١٦١	٢. نسبة مبيعات المنتجات الجديدة / إجمالي المبيعات
٠.٠١	٨.٠٧	٠.٠٧	١٠.٢٦	٠.٢٨	٢.٥١	٦	٢.٠٦	٠.٠٠	٤.٦٦٥	٣. متوسط الوقت اللازم لتطوير المنتج
٠.٠٢	٦.٧٠	٠.٧٥	٢.٦٨	٠.٣٩	١.٨٦	٢	٢.٢٢	٠.٠٠	٣.٥٧٢	٤. عدد براءات الاختراع المسجلة باسم الشركة
٠.١٠	٤.٥٢	٠.٧٢	٢.٨٨	٠.٥٢	١.٢٧	٥	٢.١٠	٠.٠٠	٤.٠١١	٥. عدد براءات الاختراع المنتظر تسجيلها باسم الشركة
٠.١٢	٤.١٧	٠.٨١	٢.٢٧	٠.٨٣	٠.٣٦	٧	٢.٠٢	٠.٠٠	٥.٢٥٢	٦. عدد شكاوى العملاء من المنتجات الجديدة
٠.١١	٤.٢٢	٠.٢٤	٦	٠.٣١	٢.٣٠	٤	٢.٢٦	٠.٠٠	٥.٢٤٩	٧. عدد مقترحات العملاء بشأن تطوير المنتج
د. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف ضمان الجودة										
٠.٠٩	٤.٦٩	٠.٥١	٤.٢٧	٠.٢١	٣.١٠	٧	١.٩٦	٠.٠٠	٥.٥٢٥	١. نسبة الوحدات المعيبة / إجمالي الوحدات المنتجة
٠.٠٢	٧.٠٤	٠.٧٢	٠.٨٨	٠.٠٤	٦.٤٥	٦	١.٩٨	٠.٠٠	٥.٢٢٢	٢. نسبة تكلفة الوحدات المعيبة / إجمالي تكلفة الإنتاج
٠.١٠	٤.٥٢	٠.٤٤	٤.٨٣	٠.٨٦	٠.٢٩	٥	٢.٠٢	٠.٠٠	٥.٦٠٢	٣. نسبة تكلفة إعادة التشغيل/ إجمالي تكلفة الإنتاج
٠.٠٨	٤.٨٧	٠.٢٢	٧.٠٨	٠.٤٩	١.٤١	٤	٢.٠٩	٠.٠٠	٦.٠٢٨	٤. نسبة تكلفة المرجع من العملاء/ إجمالي الوحدات المباعة
٠.٢٦	٢.٦٦	٠.٨١	٢.٢٨	٠.٩٤	٠.١٢	٢	٢.١٢	٠.٠٠	٥.٦٩٧	٥. نسبة تكلفة اصلاح و صيانة المنتجات بعد البيع /إجمالي ايراد المبيعات
٠.٦٠	١.٠١	٠.١٨	٧.٥٥	٠.٧٣	٠.٦٢	١	٢.٤٢	٠.٠٠	٢.٥٢٦	٦. التنسيق مع القوى الخارجية ذات العلاقة بالإبتكار.
٠.٩٢	٤.٧٧	٠.١٦	٧.٩	٠.٨١	٠.٤٠	٢	٢.٢٢	٠.٠٠	٥.٦٠٢	٧. وجود نظام تحفيزي لتشجيع العاملين على الإبتكار
هـ. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف زيادة كفاءة التشغيل										
٠.١٨	٢.٢٧	٠.٠٤	١١.١٧	٠.٤٦	١.٥٣	٢	٢.١٠	٠.٠٠	٥.٦٩٦	١. كفاءة دورة التشغيل (زمن الاشغلة التي تصنف قيمة /الزمن الكلي للتشغيل)
٠.٤٢	١.٦٧	٠.٤٧	٤.٥٦	٠.٨٩	٠.٢٣	٣	٢.٠٨	٠.٠٠	٥.٢٧٦	٢. معدل مرونة الإنتاج (الزمن اللازم لإنتاج أوامر ذات مواصفات خاصة /وقت الإنتاج العادي)
٠.٠٠	١٢.٤١	٠.٠٥	١١	٠.١٧	٣.٤٤	١	٢.٢٦	٠.٠٠	٥.٢٢٩	٣. معدل مرونة التسليم (عدد الأوامر المسلمة للعملاء في الوقت المحدد /إجمالي عدد الأوامر التي تم تشغيلها)
٠.١٦	٢.٥٦	٠.٣٨	٥.٣	٠.١٤	٣.٨٢	٤	٢.٠٢	٠.٠٠	٥.٧٨٨	٤. متوسط الزمن اللازم للتشغيل (إجمالي الوقت المستخدم في تشغيل الأوامر /عدد الأوامر التي تم تشغيلها)
٠.٢٢	٢.١٩	٠.١٣	٨.٤٨	٠.١٠	٩.٢٤	٥	٢.٠١	٠.٠٠	٥.٢٨٤	٥. متوسط تكلفة الإنتاج للوحدة

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 الداخلى فى بيئة الأعمال المصرية عند مستوي معنوية $\alpha = 0.05$ ، فيما عدا مؤشر نسبة تكلفة الوحدات المعيبة إلى إجمالي 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 إجمالي تكلفة الانتاج.

ولقد 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) ومستوي 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 وكفاءة 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 وكفاءة 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 / إجمالي تكلفة الانتاج
- متوسط الوقت اللازم لتطوير المنتج
- عدد براءات الاختراع المسجلة باسم الشركة
- نسبة تكلفة الوحدات المعيبة / إجمالي تكلفة الانتاج
- معدل مرونة التسليم (عدد الاوامر المسلمة للعملاء فى الوقت المحدد /إجمالي 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 وطبيعة 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 $\alpha = 0.05$ وبالتالى عند مستوي ثقة ٩٥% ، وذلك بالنسبة لمؤشرات قياس مستوى الإفصاح عن رأس مال الهيكل الخارجى (العلاقات) - البعد الثالث لرأس المال الفكرى - وبالتالى يمكن رفض الفرض الثانى القائل بعدم وجود إختلافات جوهرية بين الشركات فيما يختص بقياس والإفصاح 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 وكذلك ترتيب المؤشرات من حيث مستوى القياس والإفصاح فى الشركات محل الدراسة. فمثلا جاء مؤشر تكلفة الاعلان والترويج فى الرتبة الأولى وجاء مؤشر تكلفة الاتصال بالموردين فى الرتبة الأخيرة من حيث مستوى القياس والإفصاح فى البعد الخاص بالمؤشرات الدالة على ما قامت به الشركة من أنشطة بهدف تطوير علاقاتها مع مختلف اصحاب المصلحة الخارجيين. وفى 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 ومؤشر مستوى خسارة عملاء حاليين فى المرتبة الأخيرة. وهكذا بالنسبة لبقاى 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 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 والإفصاح عن رأس المال الفكرى
Sub	N	Sub	N	Sub	N	ترتيب	الرتبة	Sub	K-S	
ثالثاً: 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										
٠.١٦	٠.٦٢	٠.٢٥	٦.٦٨	٠.٩٨	٠.٠٢	٧	٢.١٠	٠.٠٠	٤.٥٦٨	١. تكلفة الاتصال بالملاء
٠.٢٤	٢.٨١	٠.٥٨	٠.٨٣	٠.٦٦	٠.٩٧	٤	٢.٢٠	٠.٠٠	٤.٦٢٢	٢. تكلفة خدمات ما بعد البيع
٠.٥٢	١.٢١	٠.٨١	٢.٢٥	٠.٧٤	٠.٦٠	٦	٢.٢١	٠.٠٠	٤.٧٥٦	٣. تكلفة الاعلان و الترويج
٠.٤٩	١.١١	٠.٥٢	٤.١٩	٠.٣٣	٢.١٩	٢	٢.٢٩	٠.٠٠	٤.٢٢١	٤. تكلفة دراسات وبحوث السوق الهادفة الى معرفة احتياجات العملاء
٠.٠٤	٦.٢٦	٠.٦٩	٢.١	٠.٩٠	٠.١٩	٨	٢.٠٨	٠.٠٠	٤.٧٢٧	٥. تكلفة الاتصال بالموردين
٠.٦٧	٠.٧٨	٠.٤٧	٤.٥٥	٠.٦٦	٠.٨٠	٢	٢.٢٥	٠.٠٠	٤.٢٧٧	٦. تكلفة تطوير أنشطة خدمة المجتمع و البيئة
٠.٥٢	١.٢٨	٠.٠٥	١١	٠.٤٥	١.٥٨	٦	٢.١٩	٠.٠٠	٤.٢٨١	٧. نسبة الموازنة المخصصة لتكاليف خدمة العملاء /إجمالي موازنة التكاليف البيعية و التسويقية
٠.٧٦	٠.٥٢	٠.٣٣	٥.٧٦	٠.٥٩	١.٠٦	٥	٢.١٩	٠.٠٠	٤.٢٩٠	٨. نسبة الموازنة المخصصة لتطوير أنشطة خدمة المجتمع و البيئة /إجمالي موازنة التكاليف الادارية
ب: المؤشرات الدالة على ما تتمتع به الشركة من علاقات متميزة مع اصحاب المصلحة الخارجيين										
٠.٨٩	٠.٢١	٠.٠٩	٩.٦٥	٠.٠٧	٥.١٠	٤	٢.٥٢	٠.٠٠	٥.٥٢٢	١. العدد الإجمالي للملاء

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	
٠.٣٥	٢.٠٦	٠.٠٦	١.٠٧٤	٠.٥٨	١.٠٧	٦	٢.٤٧	٠.٠٠	٤.٨١٦	٢. مستوى كسب عملاء جدد.
٠.٧٢	٠.٦٢	٠.٠٨	٩.٧٧	٠.٨٦	٠.٢٨	١٢	٢.٠٢	٠.٠٠	٥.٠٨٠	٣. مستوى خسارة عملاء حاليين
٠.١٧	٢.٤٥	٠.٠٧	١.٠٢٥	٠.١١	٤.٣٥	١٠	٢.٤٠	٠.٠٠	٥.٥٧٨	٤. بناء واستخدام قاعدة بيانات للعملاء.
٠.٣٥	٢.٠٥	٠.١٧	٧.٧١	٠.٧٤	٠.٥٩	١١	٢.٢٩	٠.٠٠	٤.٩٩٧	٥. حجم الاستثمار في بناء العلاقات مع العملاء.
٠.٠٥	٥.٩٧	٠.٣٠	٦	٠.٤٢	١.٧٣	٩	٢.٤١	٠.٠٠	٥.١٢٥	٦. نسبة عدد العملاء الجدد /إجمالي عدد العملاء
٠.٦٦	٠.٨٢	٠.٣٠	٥.٩٩	٠.٢٧	٢.٥٦	٧	٢.٤٦	٠.٠٠	٤.٢٨١	٧. نسبة الحصة السوقية للشركة / إجمالي السوق
٠.٢٢	٢.٠٢	٠.٤١	٥	٠.٤٠	١.٧٩	١	٢.٧٩	٠.٠٠	٣.٨٨٧	٨. عدد منافذ البيع والتوزيع
٠.٠٩	٤.٧٣	٠.١٠	٩.٣	٠.٠٨	٤.٩٦	٢	٢.٧٥	٠.٠٠	٣.٩٨٢	٩. عدد الاسواق التي تسوق الشركة منتجاتها بها
٠.٠٠	١٠.٦ ٦	٠.٦٦	٣.٢٧	٠.٣١	٢.٣٠	٨	٢.٤٥	٠.٠٠	٥.٠٢٩	١٠. عدد مندوبي المبيعات في الشركة
٠.٥٧	١.١٠	٠.٥٣	٤.١٦	٠.٩٦	٠.٠٦	٥	٢.٤٩	٠.٠٠	٤.٩٦٧	١١. عدد الموردين التي تتعامل معهم الشركة
٠.٧٧	٠.٥٢	٠.٢٦	٦.٥٤	٠.٢٢	٢.٩٥	٢	٢.٦٢	٠.٠٠	٤.٤٥٢	١٢. عدد الجهات الحكومية المتاحة للمزايا (دعم /امتيازات/تزاخيص)
ج. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف زيادة رضاء وولاء اصحاب المصلحة الخارجيين :										
٠.٨٢	٠.٢٦	٠.٨٥	٢	٠.٢٤	٢.٨٥	٩	١.٩٠	٠.٠٠	٥.٤٤٧	١. متوسط عدد شكاري العملاء
٠.١٤	٢.٨٤	٠.٩٠	١.٦٥	٠.٢٢	٢.٩٤	٨	١.٩٧	٠.٠٠	٥.٩٥٩	٢. نسبة المرتجع من العملاء /عدد الوحدات المبيعة
٠.٤٦	١.٥٢	٠.٢٦	٦.٤٦	٠.٧٢	٠.٦٤	٧	٢.٠٢	٠.٠٠	٥.٤٥٢	٣. متوسط عدد المقترحات المستلمة من العملاء
٠.٠٢	٦.٩٢	٠.٢٥	٦.٦٥	٠.٢٣	٢.١٧	١	٢.٢١	٠.٠٠	٥.٢٢٢	٤. معدل الاستجابة لوامر العملاء (الوامر المسلمة في الموعد المحدد /إجمالي عدد الوامر المسلمة)
٠.٢٩	١.٨٦	٠.٤٤	٤.٨٥	٠.٩٢	٠.١٥	٦	٢.٠٢	٠.٠٠	٥.٤٠١	٥. معدل دوران العملاء (عدد العملاء تاركي الشركة /إجمالي عدد العملاء)
٠.٢٩	٢.٤٧	٠.٥١	٤.٣	٠.٩٦	٠.٠٦	٣	٢.١٦	٠.٠٠	٥.٢٢١	٦. متوسط تكلفة المسؤولية القانونية تجاه العميل (تكلفة الغرامات والتعويضات المدفوعة للعملاء /عدد العملاء)
٠.٠٨	٤.٩٠	٠.٨٢	٢.٢	٠.٩٢	٠.١٥	٤	٢.٠٩	٠.٠٠	٤.٩٦٨	٧. متوسط تكلفة المسؤولية القانونية تجاه المورد (تكلفة الغرامات والتعويضات المدفوعة للموردين /إجمالي عدد الموردين)
٠.٠٤	٦.١٩	٠.٤٦	٤.٦٧	٠.٩٢	٠.١٤	٥	٢.٠٢	٠.٠٠	٥.٦٩٧	٨. نسبة المرتجع للموردين /إجمالي المشتريات من الموردين
٠.١٥	٢.٧١	٠.٧٥	٢.٧	٠.٩٨	٠.٠٢	٢	٢.١٩	٠.٠٠	٤.٩٥٠	٩. تكلفة المسؤولية القانونية تجاه المجتمع (تكلفة الغرامات والتعويضات نتيجة الاضرار بالمجتمع والبيئة)
د. المؤشرات الدالة على مدى تحقيق الشركة لهدف تنظيم المزايا المكتسبة من اصحاب المصلحة الخارجيين										
٠.٢٢	٢.٨٨	٠.١٥	٨.١	٠.٠٣	٦.٦٩	٤	٢.٢١	٠.٠٠	٤.٢٤٢	١. معدل ربحية العميل (صافي الربح/عدد العملاء)
٠.٥٨	١.٠٦	٠.٢٢	٥.٩	٨.١	٠.٤٣	٣	٢.٢١	٠.٠٠	٤.٧٤٩	٢. معدل جودة المواد الخام المشتراه (تكلفة المواد التالفة /تكلفة مشتريات المواد)
٠.١٢	٤.١٧	٠.٥٠	٤.٣	٠.٥٨	١.٠٧	٦	٢.٢٠	٠.٠٠	٤.٩٨٠	٣. نسبة الخصم المكتسب من الموردين
٠.٠٠	٩.٤٩	٠.٣٨	٥.٣	٠.٦٩	٠.٧٥	٥	٢.٢١	٠.٠٠	٥.٠٢٧	٤. معدل التزام الموردين (نسبة عدد اوامر الشراء التي وصلت في الموعد المحدد)
٠.٠٠	١١.١٧	٠.٦٨	٣.١٤	٠.٨٧	٠.٢٨	٢	٢.١٢	٠.٠٠	٤.٤٩٤	٥. عدد اتفاقيات التراخيص التي حصلت عليها الشركة خلال الفترة
٠.٠٤	٦.٢٠	٠.٠٩	٩.٤	٠.٣٥	٢.٠٩	١	٢.٥٩	٠.٠٠	٣.٩٥٦	٦. عدد الامتيازات التي حصلت عليها الشركة خلال الفترة

كما تشير نتائج الإختبارات الإحصائية الالعملية 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 العلاقات في بيئة الأعمال المصرية عند مستوي معنوية $\alpha = 0.05$ ، فيما عدا معدل ربحية العميل (صافي الربح/عدد العملاء).

وطبقا لنتائج الاختبارات الاحصائية يمكن القبول الجزئى للفرص القائل بأن نوع الشركة لا يؤثر جوهريا على مستوى قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس مال العلاقات فى الشركات المصرية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ فيما عدا معدل ربحية العميل (صافي الربح/عدد العملاء).

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

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

كما تشير نتائج الإختبارات الإحصائية اللامعلمية لاختبار Kruskal Wallis للبيانات 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 مستوى معنوية $\alpha = 0.05$.

α ، فيما عدا المؤشرات التالية:

- عدد مندوبي المبيعات فى الشركة
 - معدل الاستجابة لأوامر العملاء (الأوامر المسلمة فى الموعد المحدد /إجمالي عدد الاوامر المسلمة)
 - نسبة المرتجع للموردين /إجمالي 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 للفرص القائل بأن حجم الشركة لا يؤثر جوهريا على مستوى قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس مال العلاقات فى الشركات المصرية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ (جدول رقم ٨).

٤- الخلاصة والنتائج والتوصيات:

- أسفرت الدراسة الحالية عن مجموعة من النتائج يمكن عرضها فى النقاط التالية:
- ١- أثبتت الدراسة أن مستوى قياس والإفصاح عن مؤشرات رأس المال الفكرى الواردة فى الشركات المصرية فى - رأى غالبية المشاركين - تقع فى نطاق المستوى الضعيف أو المنعدم وذلك بالنسبة لغالبية المؤشرات، وأن هناك بعض المؤشرات القليلة التى يتم قياسها والإفصاح عنها بشكل متوسط أو كبير.

٢- اثبتت الدراسة أن هناك اختلافات جوهرية في مستويات القياس والافصاح عن مؤشرات رأس المال الفكري الواردة في الشركات المصرية، وكذلك هناك اختلافات فيما يتعلق بالأهمية النسبية لهذه المؤشرات من حيث درجة قياسها ومستوي الافصاح.

٣- أسفرت نتائج الدراسة عن عدم وجود اختلافات جوهرية لمستوي القياس والافصاح عن عناصر رأس المال الفكري باختلاف نوع الشركة (قطاع حكومي او اعمال عام او قطاع خاص) بالنسبة لبعض المؤشرات، واختلاف مستوى القياس والافصاح باختلاف نوع الشركة بالنسبة لبعض المؤشرات الأخرى.

٤- أسفرت الدراسة عن عدم وجود اختلافات جوهرية بين الشركات المختلفة في طبيعة النشاط (صناعية، تجارية، خدمية) فيما يتعلق بمستوي قياس والافصاح عن بعض مؤشرات قياس رأس المال الفكري، حيث أظهرت البنوك و الشركات الخدمية إهتماما أكبر عن مثيلاتها فيما يتعلق بمستوى القياس والافصاح رأس المال في البيئة المصرية.

٥- أسفرت الدراسة عن عدم وجود اختلافات جوهرية بين الشركات المختلفة في الحجم (صغيرة، متوسطة، وكبيرة) فيما يتعلق بمستوي قياس والافصاح عن بعض مؤشرات قياس رأس المال الفكري حيث أظهرت الشركات كبيرة الحجم إهتماما أكبر عن مثيلاتها فيما يتعلق بمستوى القياس والافصاح رأس المال في البيئة المصرية.

٦- أسفرت الدراسة عن وجود علاقة إيجابية بين مستوى قياس والافصاح عن رأس المال الفكري وبين تعزيز وتحسين المركز التنافسي للشركات المشاركة في الدراسة.

٥. مقترحات لدراسات مستقبلية

من خلال نتائج الدراسة الحالية يقترح الباحث مجموعة من الدراسات المستقبلية التالية:

١- إذا كانت الدراسة قد اثبتت ان هناك اختلاف في مستوى قياس والافصاح على مستوى مؤشرات قياس والافصاح عن رأس المال، 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 الفكري 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، ومعلومات رأس المال الفكري بصفة خاصة.

٢- أسفرت الدراسة عن عدم اختلاف مستوى القياس والافصاح عن عناصر رأس المال الفكري باختلاف نوع الشركة (قطاع حكومي او اعمال عام او قطاع خاص) بالنسبة لبعض المؤشرات واختلاف مستوى القياس والافصاح باختلاف نوع الشركة بالنسبة لبعض المؤشرات الأخرى. لهذا يوصي الباحث بدراسة

مستقبلية تبحث في خصائص عناصر رأس المال الفكري الخاصة بكل قطاع من هذه القطاعات على حده فقد يكون لكل قطاع ما يميزه من عناصر رأس المال الفكري.

٣- أسفرت الدراسة عن عدم وجود اختلافات جوهرية بين الشركات المختلفة في طبيعة النشاط (صناعية، تجارية ، خدمية) فيما يتعلق بمستوي قياس والافصاح عن بعض مؤشرات قياس رأس المال الفكري واختلاف مستوى القياس والافصاح عن بعض المؤشرات الأخرى حسب طبيعة النشاط الذي تمارسه الشركة. لذا يوصى الباحث بإجراء دراسات تطبيقية لهذا الموضوع على مستوى طبيعة النشاط.

٤- أسفرت الدراسة عن عدم وجود اختلافات جوهرية بين الشركات المختلفة في الحجم (صغيرة، متوسطة، وكبيرة) فيما يتعلق بمستوي قياس والافصاح عن بعض مؤشرات قياس رأس المال الفكري و اختلاف مستوى القياس والافصاح عن بعض المؤشرات الأخرى حسب حجم الشركة. لذا يوصى الباحث بإجراء دراسات تطبيقية لهذا الموضوع على الشركات ذات الأحجام المتقاربة على حده، فقد يكون لكل حجم من الشركات خصائص مميزة عن الأخرى فيما يتعلق بعناصر ومستوى قياس والافصاح عن رأس المال الفكري .

٥- أسفرت الدراسة عن وجود علاقة إيجابية بين مستوى قياس والافصاح عن رأس المال الفكري وبين المركز التنافسي. فهل تختلف هذه العلاقة أو تتأثر بالخصائص المختلفة للشركات من حيث الحجم، طبيعة النشاط، الخ. يوصى الباحث بإجراء دراسة مستقبلية لبحث أثر هذه العوامل وغيرها على علاقة مستوى قياس والافصاح عن رأس المال الفكري من جهة وبين المركز التنافسي للشركات في البيئة المصرية من جهة أخرى.

قائمة المراجع

المراجع العربية

- أبو بكر، مصطفى محمود (٢٠٠٦)، *الموارد البشرية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية*، الدار الجامعية، مصر.
- المفرجي، عادل حرحوش، وصالح أحمد علي (٢٠٠٣) *رأس المال الفكري : طرق قياسية وأساليب المحافظة عليه* - القاهرة : المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- حسن، راوية (٢٠٠٥)، *مدخل استراتيجي لتخطيط وتنمية الموارد البشرية*، الدار الجامعية، مصر.
- خليل، نبيل مرسى، (١٩٩٦)، *الميزة التنافسية في مجال الأعمال*، الدار الجامعية، الإسكندرية.
- صالح، رضا إبراهيم، (٢٠٠٩)، "رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات"، بحث مقدم إلى *المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية: نحو أداء متميز في القطاع الحكومي*، والذي ينظمه معهد الإدارة العامة بالرياض بالمملكة العربية السعودية خلال الفترة من ١٣-١٦ ذو القعدة ١٤٣٠هـ الموافق ٤-١ نوفمبر.
- عرفات، إبراهيم زكريا، (٢٠١١). " إطار مقترح للإفصاح المحاسبي عن رأس المال الفكري في 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 Glimt 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. Kargarani, 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/jasca.
- 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 Saeedi; 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
- 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.