

أثر رأس المال المعرفي على السلوك الإبداعي للعاملين في شركات الاتصالات الأردنية

بهاء إبراهيم الغويري
ماجستير إدارة أعمال، باحث إداري، الأردن
البريد الإلكتروني: bahaa199054@gmail.com

المخلص

تهدف الدراسة الى التعرف على مكونات رأس المال المعرفي وأثرها على السلوك الإبداعي للعاملين في شركات الاتصالات الأردنية، حيث يتكون مجتمع الدراسة من العاملين في شركات الاتصالات الأردنية، بحيث بلغت عينة الدراسة ما يقارب الى (300) موظف إداري، بحيث توزعت العينة على 3 شركات (أمنية، زين، أورانج)، وقام الباحث بأعداد استبياناه لجمع البيانات من العينة المستهدفة. من خلال تحليل الاجابات المجمعه بواسط الاستبانة تبين أنه يوجد أثر بدلالة إحصائية لرأس المال المعرفي المتمثل ب (رأس المال البشري، رأس المال الزبائني، رأس المال الهيكلي) على السلوك الإبداعي للعاملين في شركات الاتصالات الأردنية. وفقا لما توصلت اليه الدراسة من نتائج، فأنها توصي بزيادة الاهتمام برأس المال المعرفي نتيجة لأهمية هذا العامل في إنتاج السلوك الإبداعي، التركيز بشكل أكبر على بناء رأس المال المعرفي بشكل يعكس القيم الأساسية للشركات، الكفاءة في استخدام مختلف جوانب رأس المال المعرفي من أجل تمكين السلوك الإبداعي في تقديم الخدمات للعملاء.

الكلمات المفتاحية: رأس المال المعرفي، السلوك الإبداعي، شركات الاتصالات الأردنية.

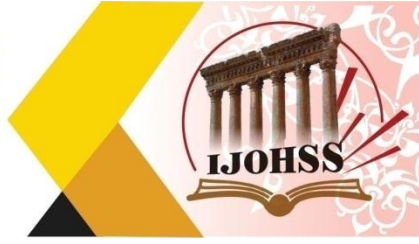
The Impact of Knowledge Capital on the Creative behavior of Employees in Jordanian Telecommunications Companies

Bahaa Ibrahim Al-Ghweiri
Master of Business Administration, Administrative Researcher, Jordan
Email: bahaa199054@gmail.com

ABSTRACT

The study aims to identify the components of knowledge capital and their impact on the creative behavior of workers in Jordanian telecom companies; the study population consists of workers in Jordanian telecom companies, so that the study sample amounted to approximately 300 administrative employees, so that the sample was distributed among 3 companies (Umniah, Zain, and Orange), and the researcher prepared a questionnaire to collect data from the target sample. By analyzing the answers collected by means of the questionnaire, it was found that there was a statistically significant effect of the knowledge capital represented by (human capital, customer capital, and structural capital) on the creative behavior of workers in Jordanian telecommunications companies. According to the findings of the study, it recommends increasing interest in knowledge capital as a result of the importance of this factor in producing creative behavior; focusing more on building knowledge capital in a way that reflects the core values of companies; and efficiency in using various aspects of knowledge capital in order to enable creative behavior in providing services to clients.

Keywords: Knowledge capital, creative behavior, Jordanian telecommunications companies.



المقدمة

تتخذ الشركات عملياتها في بيئة أعمال تتميز بدرجة عالية من التعقيد والسرعة وعدم اليقين، من خلال التفاعل مع المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية وحتى الثقافية؛ ومع ذلك، هناك صعوبة في تداول هذه الممارسات على المستويات الدولية والإقليمية والعالمية، نتيجة توسع الأسواق والانفتاح والعولمة التي أدت إلى تنوع وتعدد احتياجات ورغبات المستهلكين وأصحاب المصلحة الخارجيين، في هذا السياق، ظهر اتجاه جديد نسبياً نحو الاهتمام بالأصول والموارد غير الملموسة للمنظمات، والمعروفة أيضاً باسم المعرفة أو رأس المال الفكري، وقد تنامت الأهمية الإستراتيجية لهذا الاتجاه في ظل قصور رأس المال المادي للمنظمة، والذي يتأثر بالعوائد الظرفية (حديد وهريكتش، 2019).

في ظل التطورات السريعة في المعرفة والتطورات الهائلة التي ترافقها في التكنولوجيا، إضافة إلى ثورة المعلومات والعولمة والمنافسة الشديدة بين الشركات، يعد الإبداع من الخصائص المهمة للشركات المعاصرة لتطوير أعمالها، وبشكل خاص في ضوء حقيقة أن معدل هذه التطورات يتسارع، وأن الاستثمارية والتكيف مع المتغيرات في البيئة، والإبداع التنظيمي من المفاهيم الحديثة التي تتعلق بالأصول الفكرية وتحديد العناصر الأساسية للإبداع بحيث تؤدي إلى نجاح جودة المنتج أو الخدمة ومواكبة التغيرات في ظل التطورات العالمية الحديثة (محمد وآخرون، 2021).

كما أشار مارتن سيليجمان (Martin Seligman)، رئيس جمعية علم النفس الأمريكية، إلى التطورات الحديثة في علم النفس وأكد على النهج الإيجابي الذي يساهم فيه علم النفس، علاوة على ذلك، ظهر ما يسمى برأس المال النفسي على يد فريد لوثنان (Fred Luthans)، حيث أشار إلى أنه ينبغي النظر في رأس المال كونه يعني بالسلوك التنظيمي الإيجابي، المعروف أيضاً بالتركيز النفسي على نقاط القوة في مكان العمل، من خلال تعزيز نقاط القوة لدى الموظفين في الشركات بدلاً من الانشغال بالسلبية والتركيز على نقاط ضعفهم، حيث يهتم السلوك التنظيمي الإيجابي بتعزيز نقاط القوة لدى الموظفين في الشركات (مكيد وبلقرع، 2016).

نتيجة لحدة المنافسة المتزايدة التي تهدد وجود العديد من الشركات دعت الضرورة للجوء إلى الإبداع والعمل الجاد على التنمية المستدامة، بالنظر إلى أن الشركات المتميزة هي التي تستطيع الابتكار بشكل دائم ومستمر، وبالتالي أدركت الشركات أن القيمة الحقيقية لها لا تنجس في رأس مالها الاقتصادي فقط، بل ظهرت الحاجة إلى اللجوء إلى الإبداع والعمل على تنميته المستدامة بشكل جدي من خلال رأس مالها المعرفي، لما له من آثار على رفع مستوى أداء الشركة وتحسين قدرتها التنافسية من خلال ما تمتلكه من مهارات وقدرات بشرية إبداعية (موفق وسعودي، 2018).

يعتبر السلوك الإبداعي من المفاهيم الهامة في البحوث الإدارية، ويعمل الباحثون على تطويره ورفع مستوى الإبداع من خلال التعرف على مكونات رأس المال المعرفي وأثرها على السلوك الإبداعي للعاملين في شركات الاتصالات الأردنية، بالإضافة إلى ذلك، فإن شركات الاتصالات الأردنية مهمة للاقتصاد الوطني الأردني، وهذا يتطلب المزيد من الاهتمام والتطوير والتنمية.

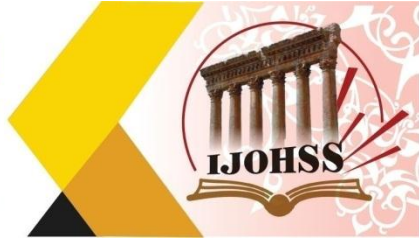
مشكلة الدراسة وأسئلتها:

في ظل المنافسة الكبيرة ونتيجة التطورات التي شهدها العالم، وضرورة مواكبة هذه التطورات في الأسواق الأردنية عامة، وشركات الاتصالات الأردنية خاصة، وبالتالي فإن السلوك الإبداعي يساهم في وصولها إلى مواقع متقدمة، ذلك من خلال الابتكار واستخدام شتى وسائل المعرفة، ومن أهم تلك الوسائل هي رأس المال المعرفي كخيار استراتيجي فعال، لذلك تسهم الدراسة في التعرف على إمكانية تحفيز السلوك الإبداعي من خلال دراسة أثر رأس المال المعرفي، ولتحقيق هذا الغرض ستحاول الدراسة الإجابة على مجموعة التساؤلات التالية:

السؤال الأول: ما مستوى إدراك شركات الاتصالات الأردنية لرأس المال المعرفي؟

السؤال الثاني: ما مستوى السلوك الإبداعي في شركات الاتصالات الأردنية؟

السؤال الثالث: هل يوجد تأثير لرأس المال المعرفي (رأس المال البشري، رأس المال الزبائني، رأس المال الهيكلي) على السلوك الإبداعي في شركات الاتصالات الأردنية؟



ويتفرع منه الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يوجد تأثير لرأس المال المعرفي (رأس المال البشري، رأس المال الزبائني، رأس المال الهيكلي) على السلوك الإبداعي في شركات الاتصالات الاردنية؟

- هل يوجد تأثير لرأس المال المعرفي (رأس المال البشري، رأس المال الزبائني، رأس المال الهيكلي) على السلوك الإبداعي في شركات الاتصالات الاردنية؟

- هل يوجد تأثير لرأس المال المعرفي (رأس المال البشري، رأس المال الزبائني، رأس المال الهيكلي) على السلوك الإبداعي في شركات الاتصالات الاردنية؟

أهمية الدراسة:

فيما يلي بعض المضامين النظرية والعملية لهذا البحث: وعلى النحو الآتي:

أولاً: من الناحية العلمية (النظرية)

- التعرف على متغيرات الدراسة الأساسية لمعرفة ما إذا كان بإمكانها المساعدة في سد فجوة المعرفة فيما يتعلق برأس المال المعرفي والسلوك الإبداعي.

- شرح المفاهيم الكامنة وراء أبعاد الدراسة الفرعية التي تمثل المتغير المستقل في (رأس المال البشري، ورأس المال الزبائني، ورأس المال الهيكلي)، وكذلك المفاهيم الكامنة وراء أبعاد الدراسة الفرعية التي تمثل المتغير التابع في السلوك الإبداعي.

- التقييم، من المنظور النظري والعلمي، لتأثير رأس المال المعرفي على تفعيل السلوك الإبداعي للعاملين في شركات الاتصالات الاردنية.

ثانياً: من الناحية العملية (التطبيقية)

- المساعدة في التعرف على أهمية رأس المال المعرفي في المساهمة في الهدف المتمثل في تزويد شركات الاتصالات الأردنية بالإرشادات حول كيفية تنمية السلوك الإبداعي.

- نظراً لتأثيرها الإيجابي الكبير على قدرة شركات الاتصالات الأردنية على تحقيق ميزة تنافسية، حيث سيتم تسليط الضوء على نتائج هذه الدراسة في عرض الأفكار وكيفية تطوير وتحسين السلوك الإبداعي للعاملين.

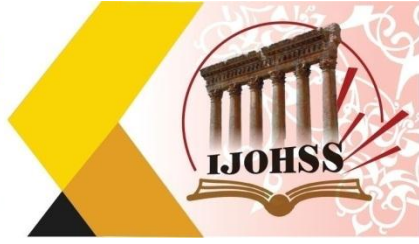
- يمكن من خلال التوصيات التي تقدمها الدراسة لشركات الاتصالات الأردنية القيام بتطوير أعمالها، من خلال التركيز على تأثير رأس المال المعرفي على السلوك الإبداعي.

فرضيات الدراسة :

تمت صياغة الفرضيات التالية وفقاً لمشكلة البحث والأسئلة المرتبطة بها:

الفرضية الرئيسية: (H0) لا يوجد أثر بدلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 5\%$) لرأس المال المعرفي المكون من (رأس المال البشري، رأس المال الزبائني، رأس المال الهيكلي) على السلوك الإبداعي للعاملين في شركات الاتصالات الاردنية.

H0.1: لا يوجد أثر بدلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 5\%$) لرأس المال البشري على السلوك الإبداعي للعاملين في شركات الاتصالات الاردنية.

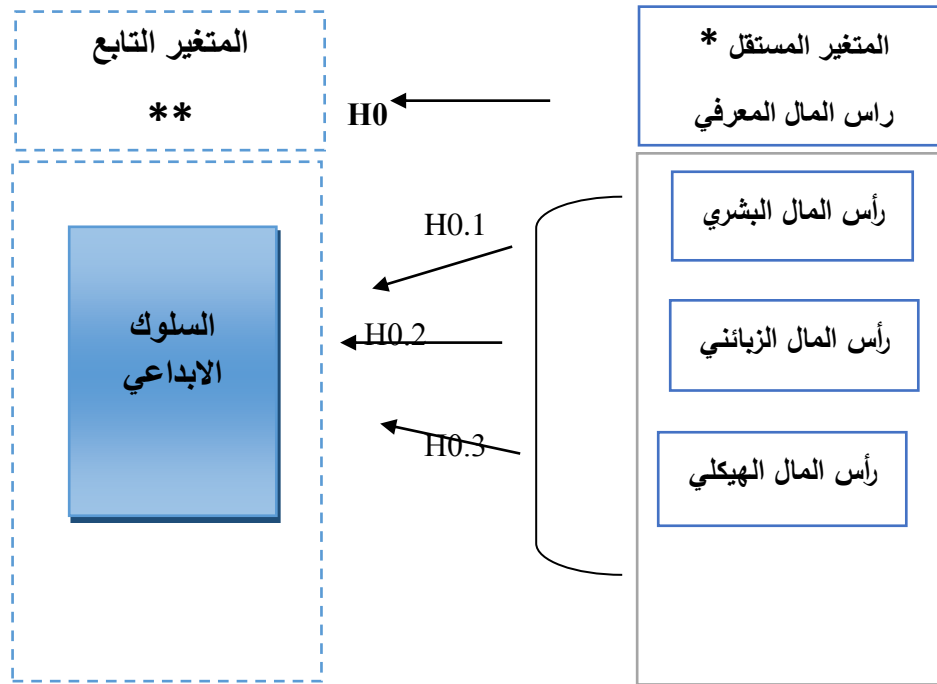


H0.2: لا يوجد أثر بدلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 5\%$) لرأس المال الزبائني على السلوك الإبداعي للعاملين في شركات الاتصالات الاردنية.

H0.3: لا يوجد أثر بدلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 5\%$) لرأس المال الهيكلي على السلوك الإبداعي للعاملين في شركات الاتصالات الاردنية.

نموذج الدراسة:

تم بناء انموذج الدراسة والذي تضمن المتغير المستقل رأس المال المعرفي بالأبعاد التالية (رأس المال البشري، رأس المال الزبائني، رأس المال الهيكلي)، والمتغير التابع السلوك الإبداعي، حيث سيتم تطبيقه على الشركات الاتصالات الاردنية:



الشكل رقم (1) انموذج الدراسة

من إعداد الطالب بناءً على الدراسات السابقة

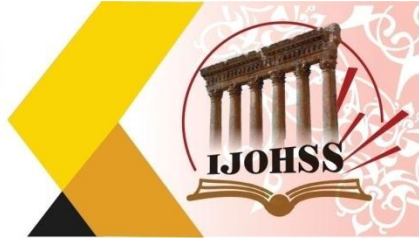
*(محمد وآخرون، 2021)، (حديد وهريش، 2019)، (سميك، 2020).

** (العولقي، 2019)، ودراسة (Dar, et al، 2022).

التعريفات الاصطلاحية:

– رأس المال المعرفي (المتغير المستقل):

يشير مصطلح "رأس المال المعرفي" إلى إجمالي الأصول غير الملموسة للمؤسسة، بما في ذلك رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس المال للعملاء، وكلها تعمل معاً لتمكين الشركة من إنشاء قيمة مضافة وتحقيق أهدافها الاستراتيجية (حديد وهريش، 2019).



من الناحية الاجرائية هو عبارة عن المكونات غير الملموسة لرأس المال التي تسهم بإنشاء قيمة للشركة من خلال عكسها على الخدمات والمنتجات التي تقدمها، بحيث تكون ميزة تنافسية للشركة تحقق من خلالها الابداع الاداري، والتكنولوجي، والتسويقي من خلال ثلاث مكونات رئيسية وهي:

- رأس المال البشري:

هي المعرفة الضمنية التي تمتلكها المنظمة، حيث تعتمد هذه المعرفة على الخصائص الشخصية مثل: القيادة، والتعليم، والإبداع، والخبرة، والتحفيز، وقدرات حل المشكلات، كما إنه مكون رأس المال المعرفي الذي يعتبر الأكثر قيمة (Bayraktaroglu, et al.2019).

- رأس المال الزباني:

عبارة عن العناصر غير الملموسة التي تجعل العميل سعيداً، مثل تلبية احتياجاته ورغباته، والحفاظ على ولائه، وتسهيل البقاء مع الشركة، من خلال تستمع الشركة إلى أفكاره واقتراحاته وتستخدمها عند صنع منتجات جديدة وحالية. (العيثاوي، 2019).

- رأس المال الهيكلي:

رأس المال الهيكلي هو معرفة الشركة وخبرتها، والتي تحولها إلى قواعد بيانات وبرامج وأنظمة وأدلة إجراءات وسياسات، حيث إن هذه المعرفة هي الأداة الأكثر أهمية والأكثر فائدة التي تمتلكها الشركة لممارسة الأعمال واتباع الإجراءات (الزير وجرادات، 2021).

- السلوك الإبداعي:

عرف كل من موفق وسعودي (2018) السلوك الإبداعي انه "عملية فردية أو جماعية تتطلب قدرة ذهنية على ابتكار أفكار جديدة أو حل المشكلات وإنشاء السلع والخدمات والتقنيات والأفكار بالطرق المثلى."

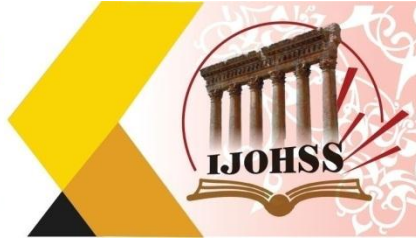
الدراسات السابقة

دراسة حديد وهريش (2019) بعنوان: أثر رأس المال المعرفي على تحقيق ريادة أعمال الشركة الأفريقية للزجاج بولاية جيجل .

استهدفت الدراسة اختبار أثر رأس المال المعرفي في تحقيق ريادة الأعمال للشركة الإفريقية للزجاج بولاية جيجل، حيث إن هذه الدراسة كمية لأنها تستخدم الاستبانة التي تم توزيعها على (110) عاملاً دائماً بطريقة العينة القصدية، وذلك من أجل جمع بيانات تُعالج من خلال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) ، ولقد توصلت الدراسة إلى وجود مستوى مرتفع لرأس المال المعرفي، ومستوى متوسط لريادة أعمال الشركة محل الدراسة، إضافة إلى إثبات وجود أثر إيجابي لرأس المال المعرفي في تحقيق ريادة الأعمال، الذي يرجع لكل من رأس المال الهيكلي ورأس المال الزباني، في حين إن رأس المال البشري ليس له أثر في تحقيق ريادة الأعمال، بناء على النتائج أوصت الدراسة بالحرص أكثر على إشراك العاملين في صنع القرارات مع إعطائهم الصلاحية اللازمة لممارسة مهامهم الوظيفية بشكل جيد، إضافة إلى ذلك توفير التسهيلات اللازمة والضرورية في العمل؛ عقد حلقات واجتماعات للنقاش وتبادل الأفكار بين الأطراف الفاعلة (الإدارة، والعاملين) من أجل الاستفادة من التفاعل الايجابي فيما بينهم.

دراسة العيثاوي (2019) بعنوان: رأس المال الزباني وأثره على تحقيق الاستدامة: دراسة تطبيقية على المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مملكة البحرين .

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع رأس المال الزباني وتأثيره على تحقيق الاستدامة لدى عينة من المشاريع الصغيرة والمتوسطة في مملكة البحرين، ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم أعداد استبانة وزعت على (118) من المدراء (مالكي المشروعات الصغيرة والمتوسطة)، واسترجع (100) منها. توصل البحث إلى أن العينة لديها وعي برأس المال الزباني، وإن رأس المال الزباني يؤثر في تحقيق الاستدامة بمجمله، فضلاً عن وجود وعي لدى عينة البحث بأهمية تحقيق الاستدامة، وأوصى بتعزيز الممارسات



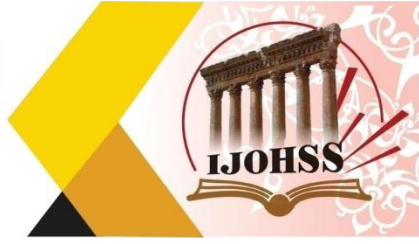
التي تؤدي إلى تعميق تحقيق الاستدامة في المشروعات الصغيرة والمتوسطة في المملكة. والتأكيد على أن المشاريع الصغيرة والمتوسطة يجب أن تولي اهتمامها بالبيئة واستخدام مواد أولية صديقة للبيئة بهدف تقليل التلوث وحماية المستهلك. ولتحقيق الاستدامة الاقتصادية فإنه على المشاريع الصغيرة والمتوسطة الاهتمام بالزبائن الحاليين من خلال تصميم المنتج أو الخدمة التي يقدمها المشروع بحسب حاجاتهم ورغباتهم، لأن تكلفة اكتساب زبون جديد أكبر بكثير من تكلفة الاحتفاظ بالزبائن الحاليين.

دراسة سميك (2020) بعنوان: أثر رأس المال المعرفي على الأسبقيات التنافسية.

هدفت الدراسة إلى بيان أثر رأس المال المعرفي المتمثل في (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال الزبائني، رأس المال العملياتي) على الأسبقيات التنافسية (الكلفة الأقل، الجودة، الوقت، المرونة) في المستشفيات الخاصة الأردنية في مدينة عمان. تكون مجتمع الدراسة من العاملين في المستويات الإدارية (مدير عام، مدير دائرة، رئيس قسم، مساعد رئيس قسم) والبالغ عددهم (353) تكونت عينة الدراسة من (235) فرداً من كافة المستويات الإدارية في المستشفيات الخاصة الأردنية في مدينة عمان. وتم تحليل (192) استبانة وذلك بنسبة (81.7%)، وقد اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على الاستبانة التي تم تصميمها لهذه الغاية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث تم اعتماد برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS, Ver 25) لتحليل بيانات الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها وجود أثر بدلالة إحصائية لرأس المال المعرفي بأبعاده (رأس المال البشري، رأس المال الزبائني، رأس المال الهيكلي، رأس المال العملياتي) على الأسبقيات التنافسية بأبعادها (الكلفة الأقل، الجودة، الوقت، المرونة) في المستشفيات الخاصة الأردنية في مدينة عمان عند مستوى دلالة إحصائية $(0.05 \geq a)$. وفي ضوء النتائج أوصت الدراسة بزيادة اهتمام المستشفيات الخاصة الأردنية في مدينة عمان برأس المال المعرفي لأهميته بخلق ميزة تنافسية وضرورة التركيز على بناء رأس مال معرفي في المستشفيات المبحوث كونه يعبر عن قيم هذه المستشفيات.

دراسة الزير وجردات (2021) بعنوان: دور رأس المال الهيكلي في تحقيق الإبداع لدى العاملين في الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية.

هدفت الدراسة التعرف على الدور الذي يلعبه رأس المال الهيكلي في تحقيق الإبداع لدى العاملين في الجامعات الفلسطينية. استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في الجامعات الفلسطينية العاملة في الضفة الغربية من الأكاديميين والإداريين المتفرغين للعمل في هذه الجامعات. تم تصميم استبانة كأداة لجمع البيانات، وزعت على العينة التي بلغت (357) مبحوث، وتم استرداد (321) استبانة صالحة جميعها للتحليل الإحصائي، مثلت نسبة (89.9%) من الاستبانات الموزعة. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: إن رأس المال الهيكلي له أهمية كبيرة في الجامعات الفلسطينية متمثلاً في مجالاته المختلفة، وإن مجال الأنظمة والبرمجيات هو أهم مجالات رأس المال الهيكلي للجامعة، يليه مجال الأنظمة والتعليمات، أما دليل الإجراءات والسياسات فجاء في المرتبة الأخيرة. وأظهرت النتائج أيضاً بأنه يتوفر في الجامعة دليل إجراءات وسياسات معتمد بنسبة مرتفعة، بينما أكد العاملون في الجامعات على تدني المشاركة في صياغة السياسات الخاصة بالجامعة التي يعملون بها، كذلك أشارت النتائج إلى وجود أهمية مرتفعة للأنظمة والتعليمات ضمن رأس المال الهيكلي، حيث يتوفر لدى الجامعات أنظمة وتعليمات تغطي جميع جوانب العمل في الجامعة، ويتم توزيع الأنظمة والتعليمات على جميع العمادات والدوائر، ويسمح لجميع العاملين بالاطلاع عليها، ولم تعط النتائج أهمية عالية للخطط الاستراتيجية والتشغيلية ضمن رأس المال الهيكلي، وتشير النتائج إلى أنه يتوفر لدى الجامعة هيكل تنظيمي واضح ومنشور ورقياً وإلكترونياً بنسبة مرتفعة، وأيضاً يتوفر نظام فعال لدى الجامعة للتدقيق الداخلي والرقابة الداخلية على الأعمال الأكاديمية والإدارية. كذلك بينت النتائج بأن أهمية مؤشرات الإبداع كانت مرتفعة، وجاء اهتمام العاملون بمؤشر التفاصيل في المرتبة الأولى، يليه الاهتمام بمؤشر الأصالة، ثم الاهتمام بمؤشر الطلاقة (الجراءة)، ثم المرونة. قدم الباحثان مجموعة من التوصيات لإدارات الجامعات الفلسطينية والمعنيين بقطاع التعليم العالي في فلسطين، وكانت أهمها: ضرورة قيام إدارات الجامعات الفلسطينية بإيلاء أهمية أكبر لتعزيز رأس المال الهيكلي من خلال مشاركة العاملين في صياغة دليل الإجراءات والسياسات وكذلك الخطط الاستراتيجية والتشغيلية.



دراسة محمد، وآخرون (2021) بعنوان: أثر تمكين العاملين على الإبداع التنظيمي: دراسة ميدانية على الشركة المصرية للاتصالات .

هدفت الدراسة الى التعرف على مدى الاهتمام بتمكين العاملين في الشركة المصرية للاتصالات، والتعرف على مدى توافر الإبداع التنظيمي في الشركة المصرية للاتصالات. وتحديد مدى وجود اختلافات جوهرية بين آراء عينة الدراسة باختلاف خصائصهم الشخصية ومستوياتهم الوظيفية حول تمكين العاملين والإبداع التنظيمي في الشركة المصرية للاتصالات. وتم الاعتماد في هذه الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي ويتمثل مجتمع الدراسة الحالية في العاملين بالشركة المصرية للاتصالات وتم الحصول على عينة عشوائية بلغت (٢٦٢) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك توافر بدرجة مرتفعة لأبعاد تمكين العاملين وأن هناك توافر بدرجة مرتفعة لأبعاد الإبداع التنظيمي، وقد بينت النتائج إلى أن هناك علاقة جوهرية بين تمكين العاملين والإبداع الإداري والإبداع التكنولوجي، وعدم وجود تأثير لتمكين العاملين على الإبداع في الخدمة والإبداع التكنولوجي وعدم وجود اختلافات جوهرية بين آراء عينة الدراسة باختلاف خصائصهم الشخصية ومستوياتهم الوظيفية حول تمكين العاملين والإبداع التنظيمي في الشركة المصرية للاتصالات. وأوصت الدراسة بالعمل على تعزيز الاهتمام بتمكين العاملين للإبداع التنظيمي.

دراسة الرف (2021) بعنوان: أهمية الرأس المال البشري في تعزيز الإبداع التسويقي الإلكتروني بالمؤسسة الاقتصادية: دراسة تحليلية لعينة من آراء مدراء التسويق في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

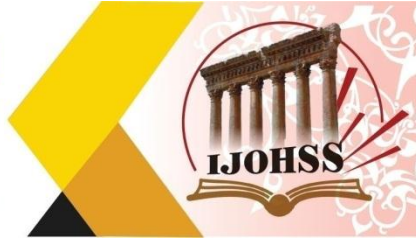
سعت الدراسة تحديد أهمية الرأس المال البشري في تعزيز الإبداع التسويقي الإلكتروني، وقد تحددت الدراسة بمتغير مستقل تمثل في رأس المال البشري ومختلف أبعاده (المهارات المعرفية، المهارات الشخصية والمهارات التطويرية)، ومتغير تابع تمثل في تعزيز الإبداع التسويقي الإلكتروني بمختلف أبعاده (مرحلة التشخيص، مرحلة الاكتشاف، مرحلة التقييم ومرحلة التطوير)، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطوير استبانة لغرض جمع البيانات من أفراد العينة، وبلغ تعدادها (35) مفردة، وتم استخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل بيانات الاستبانة، اعتماداً أنموذج الانحدار وغيرها من الأساليب الإحصائية الأخرى، وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك دور لرأس المال البشري بنسبة (67.7%) في تعزيز الإبداع التسويقي الإلكتروني. وتوصي الدراسة في الأخير بضرورة توفير بيئة تنظيمية ملائمة للرأس المال البشري لتشجيع الإبداع التسويقي، خصوصاً وأن الدراسة قد خلصت أن هناك دور للرأس مال البشري في تعزيز الإبداع التسويقي الإلكتروني.

دراسة الأعر (2022) بعنوان: أثر الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في الإبداع التكنولوجي: الدور الوسيط لاستدامة الموارد البشرية في شركات التأمين الأردنية .

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في الإبداع التكنولوجي: الدور الوسيط لاستدامة الموارد البشرية في شركات التأمين الأردنية. ومن أجل تحقيق ذلك تم تطوير استبانة لدراسة متغيرات الدراسة، بحيث تم توزيع (195) استبانة وتم استخدام البرنامج الإحصائية (SPSS) و (AMOS) في الدراسة، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان أهمها: أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية بأبعادها (التوظيف الإلكتروني، التدريب الإلكتروني، تقييم أداء الموارد البشرية الإلكتروني، والتعويضات الإلكترونية) والإبداع التكنولوجي بأبعادها (تحسين الخدمات القائمة، تقديم خدمات جديدة، تطوير العمليات الخدمية) مجتمعة في شركات التأمين الأردنية، وعلاقة ذات دلالة إحصائية في تعزيز استدامة الموارد البشرية بين أثر إدارة الموارد البشرية والإلكترونية على الإبداع التكنولوجي، وأوصت الدراسة في ضرورة تقليل الأعداد غير المؤهلة من الأفراد المتقدمين للعمل بالإدارة عن طريق وجود نظام معلومات للموارد البشرية، بحيث يتم تحديد الشروط والأوراق المطلوبة إلكترونياً وذلك بشكل دقيق وميسر. والتركيز على إجراء برامج تدريب إلكترونية باستخدام وسائل متعددة، وتوفير قاعات تدريبية لإجراء الدورات التدريبية للموظفين عن بعد في مواقع خارج الشركة.

منهجية الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على التحليل الوصفي لتقييم أثر رأس المال المعرفي على السلوك الإبداعي للعاملين في شركات الاتصالات الأردنية (أمنية، زين، أورانج) في الوظائف الإدارية، تم استخدام الاستبانة الإلكترونية



(google forms) كأداة لجمع البيانات، بحيث اعتمدت الدراسة على جميع الأسئلة بها لقياس المتغيرات المستقلة والتابعة واستخدام برنامج (SPSS) كآلية لتحليل البيانات، بحيث تم استخدام مصدرين لجمع البيانات: المصادر الثانوية: اعتمد الباحث على الكتب والمراجع والدوريات والتقارير والدراسات السابقة باللغتين العربية والإنجليزية التي تتناول موضوع الدراسة لإعداد الإطار النظري. المصادر الأولية: قام الباحث بأعداد استبيانته لجمع البيانات من العينة المستهدفة في منهجية الدراسة بشكل مباشر.

مجتمع وعينة الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من العاملين في شركات الاتصالات الأردنية، بحيث بلغت عينة الدراسة ما يقارب الى (370) موظف إداري، بحيث توزعت العينة على 3 شركات (أمنية، زين، أورنج)، وتم توزيع استبانة الكترونية (google forms) لكل شركة وتم مشاركتها لجميع الموظفين الإداريين في هذه الشركات الثلاث، وتم تحصيل (325) استجابة، تم رفض (25) استجابة لتكرار الإجابات، وتم اعتماد (300) استجابة صالحة للتحليل الإحصائي، يعرض الجدول (1) توزيع الفقرات لكل بعد من أبعاد المتغيرات المستقلة والتابعة للدراسة، بحيث تغطي جميع جوانب الإطار النظري والأسئلة والفرضيات التي كانت بمثابة أساس للبحث.

جدول (1): توزيع فقرات الاستبانة وعددها لكل بعد

عدد الاسئلة	اسم البعد
5-1	رأس المال البشري
10 – 6	رأس المال الزبائني
15 – 11	رأس المال الهيكلي
المتغير التابع: السلوك الإبداعي للعاملين في شركات الاتصالات	
25 – 16	السلوك الإبداعي

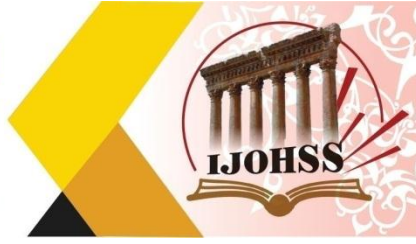
المصدر: من إعداد الباحث

وصف خصائص عينة الدراسة

تكونت عينة البحث من ثلاثمائة (300) استبانة وزعت على الكادر الإداري لشركات الاتصالات الأردنية، تم اختيار أعضاء الهيئة الإدارية بشكل عشوائي، ويبين الجدول (2) كيفية توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية.

جدول (2): وصف خصائص عينة الدراسة

المتغيرات	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	170	56.7
	أنثى	130	43.3
	المجموع	300	100
المستوى التعليمي	دبلوم	80	26.7
	بكالوريوس	190	63.4
	دراسات عليا	30	10
	المجموع	300	100
العمر	أقل من 30 سنة	50	16.7
	من 30 - أقل من 40 سنة	150	50
	من 40 - أقل من 50 سنة	60	20



13.3	40	50 فما فوق	الدخل
100	300	المجموع	
23.3	70	أقل من 500 دينار	
53.4	160	- 500 أقل من 750 دينار	
10	30	من 750 - أقل من 1000 دينار	
13.3	40	أكثر من 1000 دينار	
100	300	المجموع	

1. **الجنس:** كانت نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث في حين كانت نسبة الذكور (56.7%) أما نسبة الإناث فكانت (43.3%)، تشير النتائج إلى أن غالبية الشركات الموجهة نحو الخدمات لديها سياسة توظيف تعطي الأفضلية لتوظيف الإناث في صالات العرض التي تتعامل مباشرة مع عملائها مع إعطاء الأفضلية لتوظيف الذكور أكثر في المناصب الإدارية القيادية والداخلية.

2. **المستوى التعليمي:** بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي (63.4%) للمستوى التعليمي (البكالوريوس) وأدنى نسبة مئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة لمتغير المستوى التعليمي (10%) للمستوى الدراسات العليا، ويعود ارتفاع النسبة المئوية لدرجة البكالوريوس إلى أن معظم أفراد المجتمع الأردني المؤهلين لسوق العمل من حملة شهادة المؤهلة للتوظيف وأن أغلب سياسات التوظيف في شركات الاتصالات الأردنية تتطلب درجة البكالوريوس عدا بعض الوظائف المهنية والصيانة التي حصلت على نسبة (26.7%).

3. **العمر:** ان الفئة العمرية التي تتراوح بين (30 - أقل من 40 سنة) كانت هي أعلى نسبة بين الفئات الأخرى وذلك بنسبة (50%)، أما الفئة العمرية التي كانت تتراوح من (50 فما فوق) كانت أقل نسبة بين الفئات حيث بلغت (13%)، ويعزى السبب في ذلك إلى أن شركات الاتصالات الأردنية تعمل على استقطاب فئة الشباب في سبيل الاستفادة من طاقتهم الكبيرة.

4. **الدخل:** ان مستوى الدخل الذي كان يتراوح بين (500 - أقل من 750 دينار) كان هو أعلى نسبة بين مستويات الأخرى من الدخل وذلك بنسبة (53.4%)، أما مستوى الدخل الذي كان يتراوح (من 750 - أقل من 100 دينار) كان أقل نسبة بين مستويات الدخل الأخرى حيث بلغ (10%)، ويعزى السبب في ذلك إلى أن أغلب العاملين في شركات الاتصالات الأردنية يمتلكون مستويات خبرة متوسطة.

الإحصاء الوصفي

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية من خلال درجة الموافقة لكل فقرة من فقرات أداة الاستبانة والتي كانت نتائجها كما يلي:

الإحصاء الوصفي لأبعاد المتغير المستقل (رأس المال المعرفي):

تم قياس المتغير المستقل (رأس المال المعرفي) وذلك من خلال ثلاثة أبعاد وهي (رأس المال البشري، رأس المال الزبائني، رأس المال الهيكلي) والتعرف على مستوى الاجابات لأفراد عينة الدراسة على فقرات كل بعد من الأبعاد وذلك بإجراء التحليل الإحصائي الوصفي المتمثل بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، كما يلي:

جدول (3): الإحصاء الوصفي للبعد الأول من المتغير المستقل (رأس المال البشري)

الرتبة	رقم الفقرة	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	1	تحدد إدارة الشركة المهام والوظائف بدقة.	4.285	0.613	مرتفعة
3	2	لدى إدارة الشركة موارد بشرية تتمتع بمهارات وخبرات بشؤون العمل.	4.150	0.788	مرتفعة



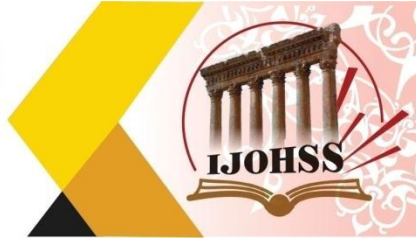
مرتفعة	0.830	4.245	تحرص إدارة الشركة على إيلاء الموظفين مواقع تتناسب مع مؤهلاتهم وخبراتهم.	3	2
مرتفعة	0.951	4.065	تولي إدارة الشركة الاهتمام لزيادة المعرفة لدى العاملين من خلال الاستمرار بتنفيذ الدورات وورش العمل.	4	5
مرتفعة	0.894	4.095	لدى إدارة الشركة موارد بشرية تتمتع بمؤهلات وقدرات ومهارات عالية.	5	4
مرتفعة	0.561	4.170	رأس المال البشري		

يبين الجدول (3) قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية لعبارات البعد الاول من المتغير المستقل (رأس المال البشري)، ويتبين منه ان المتوسطات الحسابية لإجابات افراد العينة لهذا البعد قد تراوحت بين (4.065 - 4.285)، وبأهمية نسبية مرتفعة، حيث حصلت الفقرة رقم (1) والتي نصت " تحدد إدارة الشركة المهام والوظائف بدقة " على أعلى مرتبة بين العبارات بمتوسط حسابي قيمته (4.285) وبأهمية نسبية مرتفعة وانحراف معياري قدره (0.613)، بينما كانت أدنى مرتبة للفقرة رقم (4) والتي نصت على " تولي إدارة الشركة الاهتمام لزيادة المعرفة لدى العاملين من خلال الاستمرار بتنفيذ الدورات وورش العمل." بقيمة متوسط حسابي (4.065) وبأهمية نسبية مرتفعة وانحراف معياري (0.951). اما المتوسط الحسابي العام لمجمل عبارات البعد الاول من المتغير المستقل فقد بلغ (4.170) وبدرجة أهمية نسبية مرتفعة مما يدل على ان شركات الاتصالات الاردنية تهتم بدرجة مرتفعة برأس المال البشري.

جدول (4): الاحصاء الوصفي للبعد الثاني من المتغير المستقل (رأس المال الزبائني)

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة	رقم الفقرة	الرتبة
مرتفعة	0.854	3.995	تهتم إدارة الشركة بتوفير كافة متطلبات العملاء.	1	4
مرتفعة	0.834	4.090	تعمل إدارة الشركة على تقليل الوقت لحل مشكلات العملاء.	2	3
مرتفعة	0.860	3.940	تحرص إدارة الشركة على دراسة البيئة التنافسية لمواكبة التطورات التكنولوجية.	3	5
مرتفعة	0.755	4.165	تحافظ إدارة الشركة على ديمومة واستمرار العلاقة مع العملاء.	4	2
مرتفعة	0.772	4.205	تمتلك إدارة الشركة ميزات تنافسية معرفية من حيث خدمات العملاء تؤهلها للتميز عن باقي الشركات المنافسة.	5	1
مرتفعة	0.456	4.451	رأس المال الزبائني		

يبين الجدول (4) قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية لعبارات البعد الثاني من المتغير المستقل (رأس المال الزبائني)، ويتبين منه ان المتوسطات الحسابية لإجابات افراد العينة لهذا البعد قد تراوحت بين (3.940 - 4.205)، وبأهمية نسبية مرتفعة، حيث حصلت الفقرة رقم (5) والتي نصت " تمتلك إدارة الشركة ميزات تنافسية معرفية من حيث خدمات العملاء تؤهلها للتميز عن باقي الشركات المنافسة." على أعلى مرتبة بين العبارات بمتوسط حسابي قيمته (4.205) وبأهمية نسبية مرتفعة وانحراف معياري قدره (0.772)، بينما كانت أدنى مرتبة للفقرة رقم (3) والتي نصت على " تحرص إدارة الشركة على دراسة البيئة التنافسية لمواكبة التطورات التكنولوجية." بقيمة متوسط حسابي (3.940) وبأهمية نسبية مرتفعة وانحراف معياري (0.860). اما المتوسط الحسابي العام لمجمل عبارات البعد الثاني من المتغير المستقل فقد بلغ (4.451)



وبدرجة أهمية نسبية مرتفعة. مما يدل على ان شركات الاتصالات الاردنية تهتم بدرجة مرتفعة برأس المال الزبائني.

جدول (5): الاحصاء الوصفي للبعد الثالث من المتغير المستقل (رأس المال الهيكلي)

الرتبة	رقم الفقرة	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
3	1	تطور إدارة الشركة قاعدة بيانات حول الزبائن.	4.075	0.929	مرتفعة
2	2	تهتم إدارة الشركة بالبرامج التدريبية لتهيئة البديل في مختلف المواقع الوظيفية.	4.130	0.791	مرتفعة
1	3	تعتمد إدارة الشركة على تنفيذ أنظمة الحوافز والمكافآت بما يكفل تحقيق الأداء العالي.	4.185	0.751	مرتفعة
5	4	يحصل العاملون في الشركة على المعلومات اللازمة بسرعة وبكل سهولة.	3.945	0.983	مرتفعة
4	5	يتسم الهيكل التنظيمي في الشركة بالحركية لتحقيق سرعة تبادل المعلومات ووصولها لجميع ذوي العلاقة.	3.955	0.915	مرتفعة
		رأس المال الهيكلي	4.132	0.576	مرتفعة

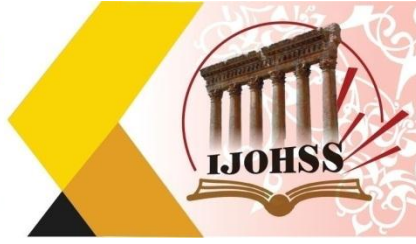
يبين الجدول (5) قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لعبارات البعد الرابع من المتغير المستقل (رأس المال الهيكلي)، ويتبين منه ان المتوسطات الحسابية لإجابات افراد العينة لهذا البعد قد تراوحت بين (3.945 - 4.185)، وبأهمية نسبية مرتفعة، حيث حصلت الفقرة رقم (3) والتي نصت "تعتمد إدارة الشركة على تنفيذ أنظمة الحوافز والمكافآت بما يكفل تحقيق الأداء العالي." على أعلى مرتبة بين العبارات بمتوسط حسابي قيمته (4.185) وبأهمية نسبية مرتفعة وانحراف معياري قدره (0.751)، بينما كانت أدنى مرتبة للفقرة رقم (4) والتي نصت على "يحصل العاملون في الشركة على المعلومات اللازمة بسرعة وبكل سهولة." بقيمة متوسط حسابي (3.945) وبأهمية نسبية مرتفعة وانحراف معياري (0.983). اما المتوسط الحسابي العام لمجمل عبارات البعد الثالث من المتغير المستقل فقد بلغ (4.132) وبدرجة أهمية نسبية مرتفعة. مما يدل على ان شركات الاتصالات الاردنية تهتم بدرجة مرتفعة برأس المال الهيكلي.

ثانياً: الاحصاء الوصفي لأبعاد المتغير التابع (السلوك الإبداعي)

تم قياس المتغير التابع (السلوك الإبداعي) والتعرف على مستوى الاجابات لأفراد عينة الدراسة على الفقرات وذلك بإجراء التحليل الاحصائي الوصفي المتمثل بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، كما يلي:

جدول (6): الاحصاء الوصفي للمتغير التابع (السلوك الإبداعي)

الرتبة	رقم الفقرة	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	1	أفضل العمل ضمن فريق تسوده روح المخاطرة.	4.245	0.811	مرتفعة
2	2	لا أخشى تحمل المخاطر للقيام بالأعمال الإبداعية.	4.240	0.810	مرتفعة
6	3	لدي القدرة على رفض ما هو خاطئ من قرارات وإجراءات.	3.425	1.068	متوسطة
10	4	لدي القدرة على طرح الأفكار الإبداعية الجديدة دون خوف من فشلها.	3.235	1.098	متوسطة
9	5	اسعى الى ايجاد طرق جديدة أكثر فعالية لإنجاز العمل.	3.270	1.060	متوسطة



متوسطة	0.950	3.545	أنظر الى التغيير بأنه ظاهرة طبيعية يجب على الشركة التكيف معها.	6	5
متوسطة	1.129	3.325	اري بأن سياسة فرض الرأي على الآخرين أنها عرقلة لسير العمل.	7	8
مرتفعة	0.947	4.115	لدي القدرة على إقناع الآخرين بوجهة نظري، والاستفادة من أفكارهم.	8	4
متوسطة	1.068	3.425	لدي القدرة على إثارة الحماس بين زملائي في العمل تجاه الافكار التي أطرحها.	9	7
مرتفعة	0.793	4.210	قبل اتخاذ القرار ، أقوم بجمع وتحليل المعلومات حول القضية المطروحة.	10	3
مرتفعة	0.744	4.387	السلوك الإبداعي		

يبين الجدول (6) قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية لعبارات البعد الثالث من المتغير التابع (السلوك الإبداعي)، ويتبين منه ان المتوسطات الحسابية لإجابات افراد العينة لهذا البعد قد تراوحت بين (3.235-4.245)، وبأهمية نسبية مرتفعة، حيث حصلت الفقرة رقم (1) والتي نصت " أفضل العمل ضمن فريق تسوده روح المخاطرة." على أعلى مرتبة بين العبارات بمتوسط حسابي قيمته (4.245) وبأهمية نسبية مرتفعة وانحراف معياري قدره (0.811)، بينما كانت أدنى مرتبة للفقرة رقم (4) والتي نصت على " لدي القدرة على طرح الافكار الإبداعية الجديدة دون خوف من فشلها " بقيمة متوسط حسابي (3.235) وبأهمية نسبية مرتفعة وانحراف معياري (1.098). اما المتوسط الحسابي العام لمجمل عبارات البعد الثالث من المتغير التابع فقد بلغ (4.387) وبدرجة أهمية نسبية مرتفعة. مما يدل على ان العاملين في شركات الاتصالات الاردنية لديهم درجات مرتفعة من السلوك الإبداعي.

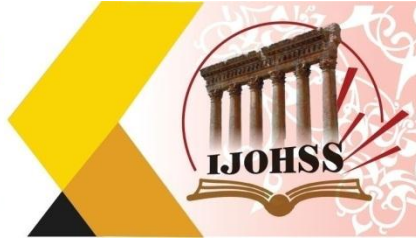
تحليل الارتباط

يستخدم تحليل الارتباط في تقدير درجة الارتباط الخطي (مدى وجود علاقة خطية) بين متغيرين، واتجاه هذه العلاقة، وتتراوح قيمة معامل الارتباط بين $1 \pm$ ، والإشارة الموجبة تعني ان العلاقة طردية، اما الإشارة السالبة تعني ان العلاقة عكسية بين المتغيرين. حيث تم استخدام اختبار معامل الارتباط بيرسون كما هو موضح في الجدول (7).

جدول (7): مصفوفة معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة

متغيرات الدراسة	رأس المال البشري	رأس المال الزبائني	رأس المال الهيكلي	السلوك الإبداعي
رأس المال البشري	1			
رأس المال الزبائني	0.706	1		
رأس المال الهيكلي	0.421	0.511	1	
السلوك الإبداعي	0.464	0.507	0.518	1

يوضح الجدول اعلاه نتائج تحليل الارتباط بين متغيرات الدراسة، حيث تبين عدم وجود مشاكل تداخل خطي بين متغيرات الدراسة، حيث بلغ اعلى قيمة ارتباط (70.6%) وهي أقل من (80%) عدم وجود مشاكل التداخل الخطي بين المتغيرات.



نتائج اختبار فرضيات الدراسة

بعد التحقق من الاختبار الاستباقية التي تؤكد سلامة بيانات الدراسة وجاهزيتها للتحليل لا بعد من اجراء اختبار الفرضيات نت اجل معرفة أثر رأس المال المعرفي على السلوك الابداعي في شركات الاتصالات الاردنية، حيث تتكون فرضيات الدراسة من فرضية رئيسية وثلاث فرضيات فرعية، حيث تم استخدام اختبار الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية، واختبار الانحدار المتعدد لاختبار الفرضيات الفرعية وكانت النتائج كما يلي:

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 5\%$) لرأس المال المعرفي ممثل ب (رأس المال البشري، رأس المال الزبائني، رأس المال الهيكلي) على السلوك الابداعي في شركات الاتصالات الاردنية.

جدول (9): اختبار الفرضية الفرعية

المتغير التابع: السلوك الابداعي			
Sig	T	B	المتغيرات المستقلة
0.050	1.975	0.695	الثابت
0.045**	2.014	0.221	رأس المال البشري
0.013**	2.512	0.273	رأس المال الزبائني
0.000***	4.504	0.361	رأس المال الهيكلي
36.30%			R^2
27.724			F
0.000***			Sig

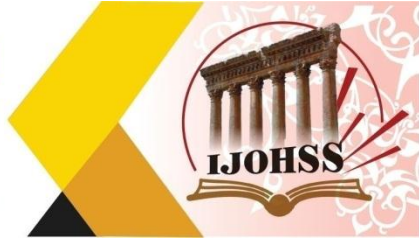
(*** عند مستوى 1%، (** عند مستوى 5%، (*) عند مستوى 10%)

يوضح الجدول اعلاه ان نموذج الدراسة المستخدم في اختبار أثر متغيرات رأس المال المعرفي بأبعاده (رأس المال البشري، رأس المال الزبائني، رأس المال الهيكلي) على السلوك الابداعي في شركات الاتصالات الاردنية دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة (F-Statistic) لنموذج الدراسة (27.724) بدلالة إحصائية عند مستوى ($\text{Sig} = 0.000$) وتقع هذه القيمة ضمن مستوى الدلالة الإحصائية (1%) وهذا مؤشر على أهمية النموذج المستخدم في التأثير على السلوك الابداعي في شركات الاتصالات الاردنية

بلغت قيمة (R^2) لنموذج الدراسة ما نسبته (36.3%) مما يعني ان المتغيرات المستقلة (رأس المال البشري، رأس المال الزبائني، رأس المال الهيكلي) التي تقيس رأس المال المعرفي تفسر التغيرات التي حدثت في المتغير التابع السلوك الابداعي بنسبة (36.3%) وهي نسبة جيدة وتدل على قدرة تفسير المتغيرات المستقلة للمتغير التابع.

نتائج اختبار الفرضيات الفرعية:

$H_{0,1}$: لا يوجد أثر بدلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 5\%$) لرأس المال البشري على السلوك الإبداعي في شركات الاتصالات الاردنية.



وبالرجوع الى نتائج تحليل الانحدار المتعدد الواردة في الجدول أعلاه تبين وجود أثر ايجابي عند مستوى الدلالة الاحصائية (5%) بين رأس المال المعرفي المتمثل ب (رأس المال البشري) والسلوك الإبداعي في شركات الاتصالات الاردنية، حيث بلغت قيمة (t = 2.014) وبدلالة إحصائية (Sig = 0.045). وعليه سيتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية الفرعية التي تنص "يوجد أثر بدلالة إحصائية عند المستوى (α ≤ 5%) لرأس المال البشري على السلوك الإبداعي في شركات الاتصالات الاردنية"

- **H0.2:** لا يوجد أثر بدلالة إحصائية عند المستوى (α ≤ 5%) لرأس المال الزبائني على السلوك الإبداعي في شركات الاتصالات الاردنية

وبالرجوع الى نتائج تحليل الانحدار المتعدد الواردة في الجدول أعلاه تبين وجود أثر ايجابي عند مستوى الدلالة الاحصائية (5%) بين رأس المال المعرفي المتمثل ب (رأس المال الزبائني) والسلوك الإبداعي في شركات الاتصالات الاردنية، حيث بلغت قيمة (t = 2.512) وبدلالة إحصائية (Sig = 0.013). وعليه سيتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية الفرعية التي تنص "يوجد أثر بدلالة إحصائية عند المستوى (α ≤ 5%) لرأس المال الزبائني على السلوك الإبداعي في شركات الاتصالات الاردنية"

- **H0.3:** لا يوجد أثر بدلالة إحصائية عند المستوى (α ≤ 5%) ل رأس المال الهيكلي على السلوك الإبداعي في شركات الاتصالات الاردنية

وبالرجوع الى نتائج تحليل الانحدار المتعدد الواردة في الجدول أعلاه تبين وجود أثر ايجابي عند مستوى الدلالة الاحصائية (5%) بين رأس المال المعرفي المتمثل ب (رأس المال الهيكلي) والسلوك الإبداعي في شركات الاتصالات الاردنية، حيث بلغت قيمة (t = 4.504) وبدلالة إحصائية (Sig = 0.000). وعليه سيتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية الفرعية التي تنص "يوجد أثر بدلالة إحصائية عند المستوى (α ≤ 5%) لرأس المال الهيكلي على السلوك الإبداعي في شركات الاتصالات الاردنية"

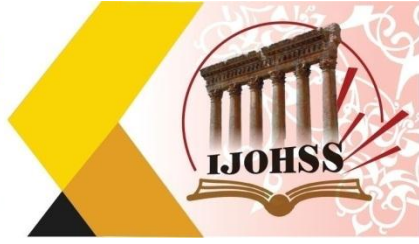
الاستنتاجات:

نستنتج من خلال نتائج التحليل

1. أن رأس المال البشري من خلال تحديد المهام والوظائف بدقة، وامتلاك موارد بشرية تتمتع بمهارات وخبرات بشؤون العمل، والحرص على إبقاء الموظفين مواقع تتناسب مع مؤهلاتهم وخبراتهم، وتنفيذ الدورات وورش العمل، ساهم في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في شركات الاتصالات الاردنية.
2. أن امتلاك شركات الاتصالات الاردنية لرأس المال الهيكلي من خلال توفير كافة متطلبات العملاء، وتقليل الوقت لحل مشكلات العملاء، ودراسة البيئة التنافسية لمواكبة التطورات التكنولوجية، والحرص على ديمومة واستمرار العلاقة مع العملاء جميع هذه العوامل ساهمت في تعزيز السلوك الإبداعي لدى العاملين.
3. اهتمام شركات الاتصالات برأس المال الهيكلي من خلال تطوير قاعدة بيانات، والبرامج التدريبية، وتنفيذ أنظمة الحوافز والمكافآت، وتوفير المعلومات اللازمة بسرعة وبكل سهولة كان لها دور في تشجيع السلوك الإبداعي لدى العاملين.

التوصيات:

1. زيادة الاهتمام برأس المال المعرفي نتيجة لأهمية هذا العامل في إنتاج السلوك الإبداعي.
2. التركيز بشكل أكبر على بناء رأس المال المعرفي بشكل يعكس القيم الأساسية للشركات.
3. الكفاءة في استخدام مختلف جوانب رأس المال المعرفي من أجل تمكين السلوك الإبداعي في تقديم الخدمات للعملاء.
4. زيادة مستوى الاهتمام بمفهوم رأس المال المعرفي كأصل استراتيجي يمكن أن يؤدي إلى تحسين الوضع التنافسي للشركات.
5. عقد الجلسات والاجتماعات بشكل دوري، وورش العمل والندوات عالية الجودة من أجل تسهيل تبادل المعلومات والخبرات بين مختلف العاملين في الشركات.



المصادر

1. الأعر، علاء عبد المجيد مصطفى. (2022). أثر الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في الإبداع التكنولوجي: الدور الوسيط لاستدامة الموارد البشرية في شركات التأمين الأردنية. مجلة رماح للبحوث والدراسات، ع (64)، 195 - 250.
2. حديد، مختار، وهريش، مسعود. (2019). أثر رأس المال المعرفي على تحقيق ريادة أعمال الشركة الأفريقية للزجاج بولاية جيجل. مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، ع 15، 73 - 88.
3. الرف، زينب. (2021). أهمية الرأس المال البشري في تعزيز الإبداع التسويقي الإلكتروني بالمؤسسة الاقتصادية: دراسة تحليلية لعينة من آراء مدراء التسويق في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية. مجلة البشائر الاقتصادية، مج (7)، ع (2)، 515 - 532 .
4. الزير، عماد داود، وجرادات، ناصر محمد سعود. (2021). دور رأس المال الهيكلي في تحقيق الإبداع لدى العاملين في الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية. المجلة العربية للإدارة، مج (41)، ع (3)، 89 - 102 .
5. سميك، حمزة يوسف عبد الرحمن. (2020). أثر رأس المال المعرفي على الأسبقيات التنافسية. (أطروحة ماجستير). جامعة الإسراء، الأردن.
6. العولقي، عبد الله. (2019). أثر القيادة الجديرة بالثقة في تنمية سلوك العمل الإبداعي - رأس المال النفسي كمتغير وسيط: بالتطبيق على المؤسسة العامة للاتصالات اليمنية. مجلة اقتصاديات المال والأعمال، مج (3)، ع (3)، 221 - 263.
7. محمد، سمر ودرويش، أماني وحسن، أحمد. (2021). أثر تمكين العاملين على الإبداع التنظيمي: دراسة ميدانية على الشركة المصرية للاتصالات. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ع 4، 279 - 311 .
8. مكيد، علي وبلقرع، فاطمة. (2016). التمكين النفسي وأثره على رأس المال الفكري: دراسة استطلاعية لآراء إدارات مديرية توزيع الغاز والكهرباء بالجلفة. مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية: جامعة لونيبي علي البليدة 2 - مخبر التنمية الاقتصادية والبشرية، ع (13)، 94 - 104.
9. موفق، سهام، وسعودي، عبدالصمد. (2018). التمكين والسلوك الإبداعي للعاملين: دراسة تحليلية لاتجاهات عينة من موظفي مؤسسة - Condor برج بو عريريج. مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة: جامعة زيان عاشور بالجلفة - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، مج (1)، ع (1)، 41 - 67 .
10. Dar, N., Ahmad, S. and Rahman, W. (2022), "How and when overqualification improves innovative work behaviour: the roles of creative self-confidence and psychological safety", Personnel Review, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.