



كلية التجارة
قسم إدارة الأعمال

الثقافة التنظيمية كمتغير وسيط في العلاقة بين رأس المال الفكري و تحقيق الميزة التنافسية- في قطاع المستشفيات بالجمهورية اليمنية

Organizational Culture as the Mediator Variable in the Relationship between Intellectual Capital and Achievement of Competitive Advantage in the Hospitals Sector in the Republic of Yemen

دراسة مقدمة لاستيفاء متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

إعداد

نبيل محمد أحمد شيخ

إشراف

أ.د/ سعيد عوض سعيد

أستاذ إدارة الأعمال

كلية العلوم الإدارية – جامعة عدن

أ.د/ ممدوح عبدالعزيز رفاعي

أستاذ إدارة الأعمال

كلية التجارة – جامعة عين شمس

د. / سوسن عبد الفتاح وهب

مدرس إدارة الأعمال – كلية التجارة - جامعة عين شمس

تقرير جماعى

رسالة للحصول على درجة الماجستير فى إدارة الاعمال

بغنوان/ الثقافة التنظيمية كمتغير وسيط في العلاقة بين رأس المال الفكري

وتحقيق الميزة التنافسية في قطاع المستشفيات بالجمهورية اليمنية

المقدمة من الباحث/ نبيل محمد احمد الشيخ .

بناء علي موافقة الجامعة بتاريخ ٢٦/١٠/٢٠١٤ تم تشكيل لجنة الفحص والمناقشة لهذه الرسالة

المقدمة من الباحث/ نبيل محمد احمد الشيخ .

وانعقدت لجنة الفحص والمناقشة المكونة من السادة الأساتذة:-

رئيسا

الاستاذ الدكتور / سيد محمود الخولي

استاذ ورئيس قسم ادارة الاعمال بالكلية.

مشرفا

الاستاذ الدكتور / ممدوح عبدالعزيز رفاعي

استاذ ادارة الاعمال بالكلية

عضو

الاستاذ الدكتور/ احمد سمير رشدي

استاذ ادارة الاعمال المساعد بأكاديمية أختيار اليوم.

يوم الاربعاء الموافق ٢٦/١١/٢٠١٤ بمقر الكلية ، وقد قامت اللجنة بفحص ومناقشة الباحث في موضوع الرسالة والنتائج التي تحصل عليها ومناقشة الأسس العلمية التي قام عليها البحث.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتَطَعْتُ
وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ
أُنِيبُ﴾

صدق الله العظيم

سورة هود (آية 88)

الإهداء

إلى من ترخص الروح لهما فداء

إلى المكرّمة بجنة من رب السماء

إلى الذين لا يفهما شكرا ولا ثناء

والداي

رحمهما الله

إلى عنوان المحبة والأخوة

إلى السند الذي يشعرنني بالعزة والقوة

إخوتي

حفظهم الله

إلى أنشودة الحب في حياتي

إلى من كانت خير عون لي في أحزاني ومسراتي

زوجتي

حفظها الله

إلى شموع حياتي أبنائي " عبد الله وعبد الرحمن "

حماهم الله

إلى رفيق دربي وصديق عمري

" عبد العيم الطلي "

إلى الأحبة في الوطن والغربة

أصدقائي جميعاً

حفظهم الله

شكر وتقدير

يطيب للباحث أن يتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى:

الأستاذ الدكتور / ممدوح عبد العزيز رفاعي - أستاذ إدارة الأعمال - بكلية التجارة جامعة عين شمس.

الأستاذ الدكتور / سعيد عوض سعيد - أستاذ إدارة الأعمال بكلية العلوم الإدارية بجامعة عدن - الجمهورية اليمنية.

الدكتورة / سوسن عبد الفتاح وهب - مدرس إدارة الأعمال بكلية التجارة - جامعة عين شمس.

الذين غمروا الباحثين محبةً وعلماً وعطاءً، فزادوهم من وافر خبرتهم ومعين علمهم، وكذلك أشكرهم لتفضل سيادتهم بالإشراف على هذه الرسالة، ولما بذلوه من وقت وجهد في متابعة عمل الباحث، وإمداده بالتوجيهات والآراء السديدة والملاحظات القيّمة التي كان لها عظيم الأثر في توجيه الباحث، ودعمهم علمياً ومعنوياً لإنجاز هذا العمل، فليسيادتهم كل الشكر والتقدير، وجزاهم الله تعالى خير الجزاء ومتعهم بوافر الصحة.

الأستاذ الدكتور / سيد محمود الخولي - أستاذ ورئيس قسم إدارة الأعمال بالكلية جامعة عين شمس.

الأستاذ الدكتور / أحمد سمير رشدي - أستاذ إدارة الأعمال المساعد ورئيس قسم إدارة الأعمال بأكاديمية أخبار اليوم.

على تفضلهم بقبول المشاركة في مناقشة الرسالة والحكم عليها فليسيادتهم يتقدم الباحث بأسمى آيات الشكر والعرفان بالجميل وعظيم الامتنان وجزاهم الله تعالى عني وعن جميع الباحثين خير الجزاء ومتعهم الله بوافر الصحة والعافية..

الدكتور / عبد الله صالح الصاعدي - ممثل منظمة الصحة العالمية بسلطنة عُمان لدعمه الباحث بالتوجيهات السديدة ومقترحاته البناءة والتي كان لها الأثر الكبير في إخراج هذه الرسالة على هذا النحو، ولما غمرني به من سمو في الأخلاق ولطف في التعامل وسخاء في التعاون، فله مني كل الشكر والاحترام والتقدير وجزاه الله عني خير الجزاء.

ولا يفوت الباحث أن يتقدم بالشكر إلى جميع الأساتذة والإداريين والعاملين في كلية التجارة بجامعة عين شمس، على ماتلقيناه من علم ومعرفة، وحسن استضافة، ومعاملة مميزة أكرمونا

بها. والشكر كل الشكر إلى اصدقائي وزملاء دراستي من مختلف الأقطار العربية ممثلة بدولهم الغالية، مصر المحبة وكنانة الله في الأرض، فلسطين ، العراق ، الكويت.

ولا يسع الباحث أخيراً إلا أن يتقدم بوافر الشكر والتقدير والأمتنان ممزوج بالحب والشوق إلى بلدي الحبيب، أصل العروبة، يمن الأيمان والحكمة، حفظها الله. واخص بالذكر وزارة الصحة والسكان التي أتاحت لي فرصة استكمال دراستي، والشكر لمنظمة الصحة العالمية لدعمها الوافر والمستمر لتنمية وتطوير الكوادر الصحية باليمن.

الباحث

فهارس الدراسة

أولاً: فهارس المحتويات

ثانياً: فهارس الجداول

ثالثاً: فهارس الأشكال

أولاً: فهرس المحتويات

| الموضوع | رقم الصفحة |
|-----------------------------------|------------|
| الفصل الأول: الإطار العام للدراسة | |
| مقدمة. | 1 |
| 1/1 مشكلة الدراسة. | 1 |
| 2/1 أهداف الدراسة. | 2 |
| 3/1 فروض الدراسة. | 3 |
| 4/1 متغيرات الدراسة. | 4 |
| 5/1 نموذج الدراسة. | 5 |
| 6/1 أهمية الدراسة. | 5 |
| 7/1 منهجية الدراسة. | 6 |
| 8/1 مجتمع وعينة الدراسة. | 6 |
| 9/1 مصطلحات الدراسة. | 8 |
| 10/1 الدراسات السابقة. | 9 |
| ملخص الفصل. | 24 |
| الفصل الثاني: رأس المال الفكري | |
| مقدمة. | 27 |
| 1/2 مفهوم رأس المال الفكري. | 28 |
| 2/2 أهمية رأس المال الفكري. | 30 |

| | |
|----|--|
| 33 | 3/2 خصائص/ مميزات رأس المال الفكري. |
| 36 | 4/2 عناصر ومكونات رأس المال الفكري. |
| 36 | 1/4/2 تصنيف ستيوارت (Stewart, 1997). |
| 37 | 2/4/2 تصنيف سفيبي (Sveiby,1997). |
| 37 | 3/4/2 تصنيف آن بابميل (Anne Papmehl,2004). |
| 38 | 4/4/2 تصنيف بروكنج (BrooKing,1997). |
| 38 | 5/4/2 تصنيف (رفاعي،2014). |
| 39 | 6/4/2 تصنيف درابر (Draper,2000). |
| 40 | 5/2 قياس رأس المال الفكري. |
| 48 | 6/2 إدارة رأس المال الفكري. |
| 48 | 7/2 خطوات عملية لإدارة رأس المال الفكري. |
| 51 | 8/2 أساليب تنمية وتطوير رأس المال الفكري. |
| 53 | 9/2 المحافظة على رأس المال الفكري. |
| 56 | 10/2 الصعوبات التي تواجه إدارة رأس المال الفكري. |
| 59 | ملخص الفصل. |
| | الفصل الثالث: الثقافة التنظيمية |
| 62 | مقدمة. |
| 62 | 1/3 مفهوم الثقافة التنظيمية. |
| 64 | 2/3 أهمية الثقافة التنظيمية. |

| | |
|-----|--|
| 67 | 3/3 خصائص الثقافة التنظيمية. |
| 68 | 4/3 مستويات الثقافة التنظيمية |
| 69 | 5/3 عناصر ومكونات الثقافة التنظيمية. |
| 72 | 6/3 أنواع وأبعاد الثقافة التنظيمية. |
| 75 | 7/3 مصادر وأنماط الثقافة التنظيمية. |
| 78 | 8/3 محددات الثقافة التنظيمية. |
| 79 | 9/3 التعرف على ثقافة المنظمة وقياسها. |
| 80 | 10/3 آليات خلق الثقافة التنظيمية و المحافظة عليها. |
| 82 | 11/3 تغيير ثقافة المنظمة. |
| 85 | 12/3 تأثير الثقافة التنظيمية. |
| 86 | ملخص الفصل. |
| | الفصل الرابع: الميزة التنافسية |
| 90 | 1/4 مفهوم الميزة التنافسية. |
| 92 | 2/4 أبعاد تحقيق الميزة التنافسية. |
| 96 | 3/4 عناصر الميزة التنافسية ومحدداتها. |
| 100 | 4/4 مصادر المزايا التنافسية ومؤشرات قياسه. |
| 104 | 5/4 شروط استمرار الميزة التنافسية. |
| 105 | 6/4 الميزة التنافسية المستدامة ومصادرها. |
| 108 | ملخص الفصل. |

| | |
|-----|--|
| | الفصل الخامس : الثقافة التنظيمية كمتغير وسيط في العلاقة بين رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية |
| 111 | مقدمة |
| 111 | 1/5 العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية. |
| 117 | 2/5 العلاقة بين رأس المال الفكري والثقافة التنظيمية. |
| 121 | 3/5 العلاقة بين الثقافة التنظيمية والميزة التنافسية. |
| 126 | ملخص الفصل. |
| | الفصل السادس : الدراسة الميدانية |
| 128 | 1/6 منهجية الدراسة. |
| 128 | - مجتمع وعينة الدراسة. |
| 129 | - وحدات المعاينة. |
| 129 | - تصميم قائمة الاستقصاء. |
| 131 | 2/6 الأساليب الإحصائية المستخدمة. |
| 133 | 1/2/6 وصف مجتمع الدراسة. |
| 135 | 2/2/6 التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة. |
| 147 | 3/6 اختبارات صحة فروض الدراسة. |
| 158 | 4/6 نتائج الدراسة. |
| 166 | 5/6 توصيات الدراسة. |
| | المراجع |
| 171 | 1- المراجع باللغة العربية. |
| 181 | 2- المراجع باللغة الإنجليزية. |

| | |
|-----|--|
| | ملاحق الدراسة |
| 187 | ملحق رقم (1) قائمة الاستقصاء. |
| 195 | ملحق رقم (2) خطابات تسهيل جمع البيانات الميدانية |
| | ملخص الدراسة |
| 198 | أولاً: ملخص الدراسة باللغة العربية. |
| 1 | ثانياً: ملخص الدراسة باللغة الإنكليزية. |

ثانيا : فهرس الجداول

| رقم الصفحة | الموضوع | رقم الجدول |
|---------------|---|---------------|
| 7 | يوضح المستشفيات العامة والخاصة التي عدد أسرتها تزيد عن 100 سرير، أمانة العاصمة صنعاء- الجمهورية اليمنية | 1 |
| 7 | يوضح حجم وحدات المعاينة | 2 |
| 9 | يوضح الدراسات السابقة باللغة العربية المرتبطة برأس المال الفكري و بالميزة التنافسية | 3 |
| 12 | يوضح الدراسات السابقة باللغة العربية المرتبطة بالثقافة التنظيمية | 4 |
| 16 | يوضح الدراسات السابقة باللغة الإنجليزية المرتبطة رأس المال الفكري والثقافة التنظيمية والميزة التنافسية | 5 |
| 47 | المؤشرات المالية ومؤشرات العملاء | 6 |
| 47 | مؤشرات الناحية المعرفية لدى الموظفين- التجديد والتطوير | 7 |
| 66 | يوضح الثقافة التنظيمية القوية الإيجابية | 8 |
| 101 | يوضح مصادر بناء الميزة التنافسية | 9 |
| 103 | مؤشرات قياس الميزة التنافسية التي حددها المعهد الدولي للتنمية الإدارية | 10 |
| 129 | جدول يوضح حجم عينة الدراسة | 11 |
| 130 | يوضح أبعاد رأس المال الفكري | 12 |
| 131 | يوضح أبعاد الثقافة التنظيمية | 13 |

| | | |
|-----|---|----|
| 131 | يوضح أبعاد الميزة التنافسية | 14 |
| 132 | يوضح درجات مقياس ليكرت الخماسي الاتجاه Likert Scale | 15 |
| 133 | يوضح توزيع عينة الدراسة حسب فئات العمر | 16 |
| 133 | يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس | 17 |
| 134 | يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة | 18 |
| 134 | يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي | 19 |
| 135 | يوضح معامل الثبات والمصدقية | 20 |
| 136 | يوضح المقاييس الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة الخاصة بمحور رأس المال البشري كمتغير فرعي لرأس المال الفكري | 21 |
| 137 | يوضح المقاييس الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة الخاصة بمحور رأس المال الهيكلي كمتغير فرعي لرأس المال الفكري | 22 |
| 138 | يوضح المقاييس الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة الخاصة بمحور رأس مال العملاء كمتغير فرعي لرأس المال الفكري | 23 |
| 139 | يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لمتغير رأس المال الفكري بمحاوره الثلاثة | 24 |
| 140 | يوضح المقاييس الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة الخاصة بالقيم التنظيمية كاحدى محاور الثقافة التنظيمية | 25 |
| 141 | يوضح المقاييس الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة الخاصة بقواعد وإجراءات العمل كمحور فرعي للثقافة التنظيمية | 26 |
| 142 | يوضح المقاييس الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة الخاصة بالقدرة على التكيف كمحور فرعي للثقافة التنظيمية | 27 |
| 143 | يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لمتغير الثقافة التنظيمية بمحاوره الثلاثة | 28 |
| 144 | يوضح المقاييس الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة الخاصة | 29 |

| | | |
|-----|---|----|
| | بمحور قيادة التكلفة في الميزة التنافسية | |
| 145 | يوضح المقاييس الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة الخاصة بالتميز كمحور للميزة التنافسية | 30 |
| 146 | يوضح المقاييس الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة الخاصة بالتركيز كمحور لمتغير الميزة التنافسية | 31 |
| 147 | يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لمتغير الميزة التنافسية بمحاوره الثلاثة | 32 |
| 148 | يوضح العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية باستخدام معامل ارتباط سبيرمان | 33 |
| 148 | يوضح تأثير رأس المال الفكري على الميزة التنافسية باستخدام معامل الانحدار المتدرج | 34 |
| 149 | يوضح العلاقة بين مؤشرات رأس المال الفكري والميزة التنافسية باستخدام معامل ارتباط سبيرمان | 35 |
| 150 | يوضح العلاقة بين رأس المال الفكري والثقافة التنظيمية باستخدام معامل ارتباط سبيرمان | 36 |
| 151 | يوضح تأثير رأس المال الفكري على الثقافة التنظيمية باستخدام معامل الانحدار المتدرج | 37 |
| 151 | يوضح العلاقة بين مؤشرات رأس المال الفكري والثقافة التنظيمية باستخدام معامل ارتباط سبيرمان | 38 |
| 152 | يوضح العلاقة بين الثقافة التنظيمية والميزة التنافسية باستخدام معامل ارتباط سبيرمان | 39 |
| 153 | يوضح تأثير الثقافة التنظيمية والميزة التنافسية باستخدام معامل الانحدار المتدرج | 40 |
| 154 | يوضح العلاقة بين مؤشرات الثقافة التنظيمية والميزة التنافسية باستخدام معامل الارتباط سبيرمان | 41 |
| 155 | يوضح العلاقة بين الثقافة التنظيمية والميزة التنافسية باستخدام معامل ارتباط سبيرمان | 42 |