

Appendix (V): Abstract in Arabic

تأثير رأس المال الفكري وإدارة المعرفة التسويقية على الميزة التنافسية: دراسة
حالة قطاع الاتصالات في الأردن.

إعداد

محمد عبدالله محمد عودة

المشرف

د. ديمة موسى الدجاني

جامعة الزيتونة الأردنية، 2022

الملخص

تهدف الدراسة الى اختبار أثر رأس المال الفكري (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، ورأس المال العلائقي) وإدارة المعرفة التسويقية والتي تتضمن (الأصول التسويقية الموجودة، الأصول التسويقية المستثمرة، القدرات التسويقية الداخلية، والقدرات التسويقية الخارجية) على الميزة التنافسية لشركات الاتصالات في الأردن. تم تطوير استبيان الدراسة من خلال دراسات سابقة، وتم جمع البيانات من 300 مشارك من مختلف المستويات الإدارية في شركات الاتصالات الأردنية. استخدم الباحث عينة ملائمة، وزعت على الإنترنت عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي (واتساب وفيسبوك) كما تم استخدام لينكد إن للوصول الى المشاركين. تم اختبار النموذج المفاهيمي المقترح والفرضيات المرتبطة به باستخدام الانحدار الخطي المتعدد والإحصاء الوصفي.

أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر واضح لكل أبعاد رأس المال الفكري على الميزة التنافسية، كما أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر واضح لجميع أبعاد إدارة المعرفة التسويقية على الميزة التنافسية عدا البعد الخاص بالقدرات التسويقية الداخلية. ويمكن أن يعزى ذلك الى التركيز الكبير الذي توليه شركات الاتصالات لبعد القدرات التسويقية الخارجية نظراً لوجود منافسة عالية في سوق الاتصالات الأردني.

الكلمات المفتاحية: رأس المال الفكري، إدارة المعرفة التسويقية، الميزة التنافسية، رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال العلائقي، أصول التسويق المدمجة، أصول التسويق المستثمرة، قدرات التسويق الداخلي، قدرات التسويق الخارجية.