

العلاقة بين رأس المال الفكرى وإدارة معرفة العميل

دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية بمحافظة الغربية.

د. أحمد محمد السيد أحمد السطوحى

مدرس إدارة الأعمال

كلية التجارة - جامعة المنصورة

أ.د. طلعت أسعد عبد الحميد

أستاذ التسويق

كلية التجارة - جامعة المنصورة

رنا أحمد سلامة احمد

الملخص

تهدف الدراسة الحالية إلى معرفة تأثير رأس المال الفكرى على إدارة معرفة العميل وذلك بالتطبيق على مديرى الشركات الصناعية بمحافظة الغربية، وقد تم إعداد قائمة إستقصاء لجمع البيانات الأولية، وقد بلغ عدد القوائم السليمة (٣٠٣) قائمة، وتم تحليل البيانات إحصائياً باستخدام أسلوب تحليل المسار من خلال برنامج Amos V. 20، وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير معنوى إيجابى لرأس المال الفكرى على إدارة معرفة العميل.
كلمات مفتاحية (رأس المال الفكرى ، إدارة معرفة العميل).

Abstract

The present study aimed to investigate the effect of intellectual capital on customer knowledge management, in Industrial Companies in Gharbia Governorate. Data were collected from 303 managers and the path analysis tool employed to test the research hypothesis through AMOS v. 20 program. The findings of the study indicate that there is a significant positive effect of the intellectual capital on customer knowledge management

Keywords: (Intellectual Capital, Custom-er Knowledge Management).

تمهيد :

فى ظل الاقتصاد القائم على المعرفة يعتبر رأس المال الفكرى من العوامل المهمة التى تدفع النمو الاقتصادي للمنظمات، ويساهم كذلك فى بقاء المنظمة واستمرارها فى الأسواق (Lin,2018)، كما يعد رأس المال الفكرى جزءاً من الإدارة الاستراتيجية للمنظمة والذى يساهم فى إنشاء قيمة لها، وزيادة قيمة كل من المساهمين والعملاء وأصحاب المصلحة (Aslam et al.,2018). وتبذل المنظمات الكثير من الجهد للاستفادة من منافع رأس المال الفكرى، وتطبيقه بالشكل الصحيح، وذلك من خلال وضع الاستراتيجيات المناسبة لإدارته بشكل فعال بما يمنحها ميزة تنافسية (Asiaei et al.,2018)، كما أشار كل Chu et al. (2006)؛ Cisneros & Perlins (2018) إلى أن امتلاك المنظمات لرأس المال الفكرى يُمكنها من تطوير أدائها، ويمنحها قدره على الابتكار والإبداع، خاصةً فى بيئة الأعمال التى تتغير بشكل مستمر، ويعمل أيضاً على توفير نموذج جديد لمتابعة ورصد قيمة المنظمة الحالية والمستقبلية، لذلك فإن قيمة المنظمة تعتمد بشكل أساسى على أصولها غير الملموسة والتي أصبحت من أهم الأصول بالنسبة إليها.

وعلى جانب آخر أكد كل من Shiva and Abolfazl (2015) أنه يجب على المنظمة أن تدرك أهمية المعرفة بالنسبة لها، وأن تساهم فى تدريب موظفيها على أساليب نقل، جمع، وتطبيق تلك المعرفة خلال أعمالهم اليومية فى المنظمة. هذا وقد أكدت العديد من الدراسات على أن هناك تأثيراً إيجابياً لرأس المال الفكرى على عملية إدارة المعرفة (Salmaninezhad&Daneshvar,2012; Shahpas et al.,2013; Pour et al., 2015; Ngah&Ibrahim,2011) وتعتمد المنظمات فى تطبيقها لإدارة معرفة العميل على التواصل مع عملائها وذلك للحصول على المعارف التى يمتلكونها ومشاركتها داخل المنظمة، ومن ثم استخدامها لصالح هؤلاء العملاء، ولتحقيق هذا الهدف تحتاج المنظمات إلى توفير ثقافة التوجه بالعميل والإحتفاظ به،

وكذلك توفير كافة الظروف البشرية والتنظيمية والتكنولوجية التي تساعد على إدارة هذه المعرفة (Vecchio et al.,2018).

أولاً: أهمية البحث

تأتى الأهمية التطبيقية لذلك البحث من مساهمة نتائجه فى مساعدة مديري المنظمات الصناعية على استغلال رأس المال الفكرى وإدارته بشكل فعال بما يساهم فى تحقيق العديد من الجوانب الإيجابية، على سبيل المثال: نجاح المنظمات، زيادة ميزتها التنافسية وحصتها السوقية، وكذلك مساعدة المنظمات الصناعية على إدارة المعرفة الخاصة بالعميل واستخدامها فى انتاج وتطوير منتجات ترضى العميل وتشبع رغباته وحاجاته.

ثانياً: مشكلة البحث

قامت العديد من الدراسات السابقة بأختبار العلاقة بين أبعاد رأس المال الفكرى(رأس المال التنظيمى- رأس المال البشرى- رأس مال العلاقات) وبين إدارة المعرفة، (Mat Isa et al.,2008; Salmaninezhad&Daneshvar,2012; Pour et al., 2011; Ngah&Ibrahim,2015; ولا يوجد (فى حدود علم الباحثون) دراسة تناولت تأثير أبعاد رأس المال الفكرى (رأس المال البشرى-رأس المال التنظيمى- رأس المال الاجتماعى- رأس مال العملاء- رأس مال الابتكار) على إدارة معرفة العميل، وبناءً عليه، يمكن صياغة مشكلة البحث فى التساؤل الرئيسى التالى: ما تأثير أبعاد رأس المال الفكرى على إدارة معرفة العميل؟

ثالثاً: أهداف البحث

فى ضوء التساؤل الرئيسى فإن هذا البحث يسعى لتحقيق الأهداف التالية:

- تحديد تأثير رأس المال التنظيمى على إدارة معرفة العميل.
- فحص تأثير رأس المال البشرى على إدارة معرفة العميل.
- بيان تأثير رأس المال الاجتماعى على إدارة معرفة العميل.
- توضيح تأثير رأس المال العميل على إدارة معرفة العميل.

- تحديد تأثير رأس المال الابتكار على إدارة معرفة العميل.

رابعاً: الإطار المفاهيمي وتنمية فروض الدراسة

١. تعريف رأس المال الفكرى:

قام الباحثون بتقسيم تعريفات رأس المال الفكرى إلى ثلاث مجموعات على النحو الآتى:

المجموعة الأولى: عرفت تلك المجموعة رأس المال الفكرى بأنه مزيج من الموارد غير الملموسة التى تقع تحت سيطرة المنظمة، والمتمثلة فى المعرفة، المهارات، العمليات، الخبرة التطبيقية، التقنيات المستخدمة، القابلية للتطوير، والمعرفة الداخلية للأعضاء وعلاقات العملاء والمهارات المهنية، والتى يتم استخدامها وإدارتها بطريقة فعالة فى العمليات الإنتاجية بجانب الاصول الملموسة مما يساهم فى تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، والعمل على بناء قيمة للمنظمة (Mehralian et al.,2018; Kianto et al.,2014; Secundo et al.,2017; Khalique et al., 2018; Hussinki et al.,2018; Pedro et al.,2018)

المجموعة الثانية: عرفت تلك المجموعة رأس المال الفكرى بأنه يتمثل فى المهارات والمعارف والقدرات العقلية الجماعية التى تمتلكها للمنظمة (Alwis,2004)، وأشار (Chang and Hsieh,2011) إلى أهمية استغلال تلك المهارات والمعارف والاستفادة منها، وليس فقط مجرد امتلاكها. كما أنه من شأنه أن يساعد فى قيادة مستقبل المنظمات نحو تحقيق الأرباح (Mouritsen et al., 2002)، ويوضح كل من Casey(2010); Kelly(2004) رأس المال الفكرى بأنه تجميع لأفكار العاملين بالمنظمة من خلال تدوينها وتداولها بشكل منظم، واستخدامها لإنتاج مخرجات متعددة من الموارد المادية، وذلك للعمل على بناء قيمة للمنظمة وكسب ميزة تنافسية.

المجموعة الثالثة: أوضحت تلك المجموعة أن رأس المال الفكرى عبارة عن مجموعة من الموارد الخفية التى يصعب الحصول عليها بسهولة، والتى لا تظهر فى الميزانية العمومية (القيمة المخفية)، فى حين أن الأصول المادية يتم حسابها وتظهر فى

الميزانية العمومية للمنظمة. ويجب أن يتم أخذ رأس المال الفكرى فى الحساب فى أساليب المحاسبة الحديثة (; Gupta & Bhasin,2014; Andersson & Folkare,2015; Safapour & Ahmadi,2015; Baklouti& Triki,2018). ويرى Lin(2018) أن رأس المال الفكرى يتمثل فى الفرق بين القيمة السوقية والقيمة الدفترية للمنظمة.

وبناءً على التعريفات السابقة يتبنى الباحثون تعريفات المجموعة الأولى لرأس المال الفكرى وذلك لأنها تنظر إلى رأس المال الفكرى بأنه:

مجموعة من الأصول غير الملموسة القائمة على المهارات، العمليات، الخبرة التطبيقية، التقنيات المستخدمة، والمعرفة الضمنية و الصريحة المملوكة للعاملين وللمنظمة، وكذلك المعرفة المكتسبة من خلال التفاعل مع العملاء والشركاء والموردين، وتظهر قيمة رأس المال الفكرى فى تحويل هذه المعارف إلى عوائد مالية للمنظمة تتمثل فى الملكية الفكرية وبراءات الاختراع، مما يحقق ميزة تنافسية للمنظمة وضمان البقاء والنمو.

٢/١ أبعاد رأس المال الفكرى:

• رأس المال التنظيمى **Organizational Capital** :

عرف كل من (Aledwan,2014); Bollen et al., (2005) رأس المال التنظيمى بأنه المعرفة التى يتم الاستحواذ عليها ودمجها ضمن الهيكل التنظيمى ويتضمن التقنيات والهيكل التى تقوم بدعم الموظفين فى أداء وظائفهم وزيادة الطاقة الإنتاجية مثل ثقافة المنظمة ونظم المعلومات والإجراءات التنظيمية، ويرى كل من Cabrilo (2018); Hussinki et al.,(2018) and Dahms(2018) بأنه يتكون من جميع الأصول غير البشرية التى تبقى داخل المنظمة فى نهاية يوم العمل.

• رأس المال البشرى **Human Capital** :

يعرف رأس المال البشرى بأنه المورد الوحيد للمنظمة القادر على التفكير والذى يعتمد على المهارات والخبرة والمعرفة التى يمتلكها موظفى المنظمة وكذلك العمل

التنظيمي من قبلهم (Hussinki et al., 2018; Khalique et al., 2018) ، وترتبط معظم وظائف المنظمة بإدارة رأس المال البشرى التي يتم رسمها من الممارسات التقليدية للموارد البشرية وإدارة المعرفة، وهذا يتطلب تحديد الكفاءات المطلوبة من الموظفين لتعزيز إجراءات العمل (Berglund et al., 2002; Guthrie & Petty,2000).

• رأس المال الاجتماعي Social Capital:

يلعب رأس المال الاجتماعي دور هام في عملية التعلم وإدارة المعرفة داخل المنظمة، ويعتبر مورداً يعكس المعرفة التي تظهر من خلال العلاقات الاجتماعية بين موظفي المنظمة ويعمل على بناء قيمة للمنظمة، وكذلك تطوير مهارات العاملين لديها (Hussinki et al.,2018; Khalique et al., 2018) ويجب ملاحظة أن رأس المال الاجتماعي ليس فقط أداة تساعد في تحويل المعرفة الشخصية إلى معرفة جماعية، وإنما هو أيضاً جزء هام في نشر المعرفة التنظيمية، كما يسمح بانتشار أفضل الممارسات والتفاعلات بين الموظفين والتي تؤثر بشدة على مرونة التعامل المجتمعي (Aldrich&Meyer,2015).

• رأس مال العميل Customer Capital:

يعرف رأس مال العميل بأنه القيمة الناتجة من العلاقة بين المنظمة والعميل والتي تساهم في تحقيق الإيرادات الحالية والمستقبلية، ويتكون من العمليات والأدوات والتقنيات التي تدعم نمو العلاقات مع العملاء، والتي تساهم بدورها في النمو المستقبلي لكل من قيمة المنظمة وقيمة العميل (Duffy,2000)، ويتضمن المعرفة عن قنوات التسويق، والعلاقات مع العملاء والتي تعتمد على قيمة العلامة التجارية، ومدى ولائهم لها ورضاهم عنها (Khalique et al., 2018; Bollen et al.,2005).

• رأس مال الابتكار Innovation Capital:

هو مجموعة من الموارد غير المادية كالملكية الفكرية والأسرار التجارية، وذلك لبناء قيمة مستقبلية للمنظمة قائمة على التكنولوجيا (Kijek,2012)، ويعرف بأنه النتيجة المباشرة لثقافة المنظمة وقدرتها الإنتاجية على بناء معرفة جديدة

(Joia,2000). وعرفه كل من Tseng and Goo (2005) على أنه قابلية المنظمة لتطوير منتجات ومعارف جديدة كأفكار مبتكرة، بناء على المعارف السابقة لديها.

٢. إدارة معرفة العميل Customer Knowledge Management :

قام (Plougastel and Bertin(2011 بتعريف إدارة معرفة العميل بأنها عملية جمع ومشاركة المعرفة الخاصة بالعميل، والعمل على تحويل العميل من متلقي للمنتجات والخدمات إلى مشارك فعال في بناء القيمة لكل من المنظمة والعميل. ويرى (Smith and Mckeen(2005 إدارة معرفة العميل على أنها عملية تستخدمها المنظمة لأستحواد ومعالجة وتبادل المعارف الخاصة بالعميل، وتتكون من أربعة أنواع وهي معرفة من العميل، معرفة للعميل، معرفة عن العميل، وأخيراً عملية بناء المعرفة. وعرف كل من (Zhang(2011);Chua and Banerjee (2013) إدارة معرفة العميل بأنها العمليات اللازمة لقيام المنظمة بإستحواد، تخزين ، مشاركة ،وتطبيق للمعرفة العميل، وذلك لمساعدة المنظمة على تحديد احتياجات العميل الحالي، والعمل على تلبيه هذه الاحتياجات للأحتفاظ بهم،في حين يرى (Paquette(2008 بأنها عملية إنشاء ونمو العلاقات بين المنظمة والعميل وذلك من خلال تنفيذ استراتيجيات تربط بينهما، وتساعد في بناء قيمة لكل من العميل والمنظمة، وبالتالي المساهمة في تحقيق ميزة تنافسية من خلال هذه العلاقات.

وبناءً على التعريفات السابقة يتبنى الباحثون تعريف كل من (Zhang(2011);Chua and Banerjee (2013)والذى يشير إلى إدارة معرفة العميل بأنها: عملية التفاعل بين العميل والمنظمة لجمع المعلومات والمعارف والخبرات من العميل بشكل مباشر، واستخدام هذه المعارف لتطوير المنتجات الحالية أو لإبتكار منتجات جديدة، وتتم هذه العملية من خلال أربع مراحل وهي اكتساب، مشاركة، تخزين، وتطبيق المعرفة وذلك لزيادة رضاء العميل وتحقيق ميزة تنافسية للمنظمة.

١/٢ أبعاد إدارة معرفة العميل:

• اكتساب المعرفة Knowledge Acquisition :

تعد اكتساب المعرفة الخطوة الأولى لعملية إدارة معرفة العميل داخل المنظمة (Liao et al,2009)، وتعرفها دراسة (El-Helaly(2013) بأنها عملية فهم المنظمة للمعرفة الخاصة بالعميل، وتطبيق هذه المعرفة عند إنتاج منتجات جديدة أو في تطوير المنتجات الحالية، ويرى كل من (Yli-Renko et al.,(2001); Mikkola(2013) أن المعرفة المكتسبة من التفاعل بشكل مباشر مع العميل، هي الأكثر ثراءً في المحتوى من تلك المعرفة المكتسبة بصورة غير مباشرة عن طريق وسيط ما، وتطبيق عملية اكتساب المعرفة بشكل صحيح يساهم في تقليل تكلفة المبيعات، والتميز التكنولوجي للمنظمة، كما يعمل على تحقيق ميزة تنافسية لها.

• مشاركة المعرفة Knowledge Sharing :

يعرف (Cowan et al.(2001) مشاركة المعرفة بأنها العملية التي يتم فيها انتقال المعرفة من مالكيها إلى متلقيها من خلال قنوات المشاركة المختلفة، ويرى كل من (Lin and lee(2005); Liao et al.,(2007) بأنها العملية التي يتم من خلالها توزيع المعرفة بين جميع الموظفين داخل المنظمة، وتعمل تلك العملية على تحسين أداء المنظمة.

• تخزين المعرفة Knowledge Storage :

يرى (Rudraraju et al.,(2014) بأنها المرحلة التي يتم فيها استخدام التقنيات المختلفة لتخزين وحفظ المعرفة، والعمل على استرجاعها عند الحاجة، كما أشار (Sain and Wild (2014) بأن تسجيل، حفظ، وصيانة المعرفة يعمل على تعزيز الجودة و الإنتاجية، واستقرار الثقافة التنظيمية.

• تطبيق المعرفة Knowledge Application :

عرفها كل من (Lin and lee(2005); Sain and Wild(2014) بأنها العمليات التي تستخدمها المنظمة من أجل تفعيل آليات استرجاع المعرفة التي تم تخزينها بسهولة، والعمل على تنفيذ هذه المعرفة داخل المنظمة والإستفادة منها لتحقيق عوائد للمنظمة،

والتطوير من أصولها. ويرى كل من (Alavi and Tiwana,2002);Bhatt(2001) أن مرحلة تطبيق المعرفة تعنى العمل بالمعرفة المخزنة داخل المنظمة وجعلها أكثر فعالية من خلال استخدامها على منتجات وخدمات المنظمة، وذلك لضمان بقاء واستقرار المنظمة، والحفاظ على ميزتها التنافسية.

٣. العلاقة بين عناصر رأس المال الفكرى وإدارة معرفة العميل:

أثبتت دراسة كل من Hsu and Salmaninezhad and Daneshvar(2012); Sabherwal(2012); Shahpas et al.,(2013) وجود تأثير لأبعاد رأس المال الفكرى (رأس المال البشرى، الهيكلى، والعلاقات) على عمليات إدارة المعرفة (بناء، حفظ، مشاركة، تنظيم، تطبيق، وقوة المعرفة).

فى حين توصلت دراسة Zargar et al, (2012) إلى وجود تأثير لرأس المال البشرى على عمليات إدارة المعرفة (بناء، تطبيق، وحماية المعرفة) وليس له أى تأثير على عملية تحويل المعرفة. كما أوضحت النتائج أن رأس المال الهيكلى يؤثر على عمليات إدارة المعرفة (استحواذ، تطبيق، حماية، وتحويل المعرفة)، كما يؤثر رأس مال العميل على عملية استحواذ المعرفة فقط.

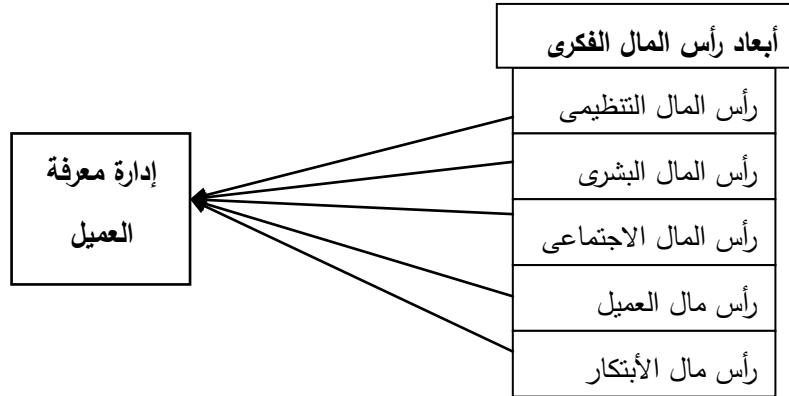
وأشارت دراسة Mat Isa et al.,(2008) إلى أن رأس المال الهيكلى ورأس المال البشرى لهما تأثير كبير على نجاح ممارسات إدارة المعرفة (الاستحواذ، الحفظ، المشاركة، الابتكار، وتطبيق المعرفة) فى الفنادق الماليزية. فى حين أشارت دراسة Ngah and Ibrahim(2011) وجود تأثير ايجابى لرأس مال العلاقات على عملية مشاركة المعرفة، بينما أوضحت دراسة Chen et al.,(2009) أن رأس المال التنظيمى، البشرى، والعلاقات، يؤثر كل منهم بشكل ايجابى على عملية مشاركة المعرفة.

وأثبتت دراسة Hsu(2008) وجود علاقة بين رأس المال البشرى وبين عملية مشاركة المعرفة. فى حين أوضحت دراسة كل من Abdolahi et al.,(2013); Shariatmadari and Forouzandeh(2015) وجود علاقة بين عمليات إدارة المعرفة ورأس المال البشرى وأن رأس المال البشرى يعمل على بناء مناخ جيد لتعزيز عمليات

إدارة المعرفة، بينما أثبتت دراسة كل من Khatiri et al.,(2015); Monaghi(2015); و Aghamirzaee et al.,(2014) وجود علاقة ايجابية بين رأس المال الاجتماعي، وبين إدارة المعرفة، وأشارت دراسة (Seleim and Khalil(2011) إلى وجود تأثير متبادل بين رأس المال الفكري وبين إدارة المعرفة، حيث تؤثر عمليات إدارة المعرفة (تطبيق المعرفة-مشاركة المعرفة-توثيق المعرفة) على أبعاد رأس المال الفكري، وكذلك يوجد تأثير لأبعاد رأس المال الفكري(رأس المال التنظيمي- رأس المال البشري- رأس مال العلاقات)على عمليات إدارة المعرفة.

وبناء على ماسبق يمكن صياغة الفرض الرئيسي التالي:

- H1:** يوجد تأثير إيجابي معنوي لأبعاد رأس المال الفكري (رأس المال التنظيمي- رأس المال البشري- رأس المال الاجتماعي- رأس مال العميل- رأس مال الابتكار) على إدارة معرفة العميل، ويشتق من هذا الفرض الرئيسي الفروض الفرعية التالية :
- H1a يوجد تأثير إيجابي معنوي لرأس المال التنظيمي على إدارة معرفة العميل
- H1b يوجد تأثير إيجابي معنوي رأس المال البشري على إدارة معرفة العميل
- H1c يوجد تأثير إيجابي معنوي رأس المال الاجتماعي على إدارة معرفة العميل
- H1d يوجد تأثير إيجابي معنوي رأس مال العميل على إدارة معرفة العميل
- H1e يوجد تأثير إيجابي معنوي رأس مال الابتكار على إدارة معرفة العميل



شكل رقم (١) الأطار المفاهيمي لمتغيرات البحث.

المصدر: إعداد الباحثون في ضوء الدراسات السابقة.

خامساً: أسلوب الدراسة :

١. مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع المديرين بالشركات الصناعية بمحافظة الغربية، والبالغ عددهم ١٨٨٧ شركة صناعية^١، تم تحديد حجم العينة باستخدام برنامج Sample Size Calculator وذلك بمعلومية حجم المجتمع عند مستوى ثقة ٩٥% وحدود خطأ $\pm 5\%$ ، وبإدخال هذه البيانات للبرنامج تم حساب حجم العينة وبلغ ٣٢٠ مصنعاً، تم الاعتماد على العينة العشوائية البسيطة وذلك بسبب توافر شروط استخدامها وهي: الشرط الأول الذي يتمثل في وجود درجة كبيرة من التجانس بين مفردات المجتمع فيما يتعلق بالخصائص المطلوب دراستها، والشرط الثاني الذي يتمثل في وجود إطار للمنظمات الصناعية (Saunders et al.,2016)، وتم اخذ عينة تمثل مديراً واحداً من كل منظمة صناعية بمحافظة الغربية.

٢. قياس متغيرات الدراسة:

تم قياس المتغير المستقل رأس المال الفكرى من خلال خمسة أبعاد وهي: رأس المال التنظيمى، رأس المال البشرى ، رأس المال الاجتماعى، رأس مال العميل، رأس مال الابتكار ، وقد تم الاعتماد على دراسة كل من (Yang & Lin,2009; Wang et al., 2014; Wu et al., 2008; Hsu & Sabherwal,2012;Chen et al.,2004) ، بينما يتمثل المتغير التابع فى إدارة معرفة العميل التى تشتمل على أربعة أبعاد وهم: استحواذ المعرفة، مشاركة المعرفة، تخزين المعرفة، تطبيق المعرفة، وتم قياسه باستخدام دراسة كل من (Yang et al.,2014& Lin&lee,2005).

و تم عرض بنود المقياس على بعض المحكمين من أساتذة إدارة الأعمال بكلية التجارة^٢ ، للتأكد من صلاحيتها من الناحية العلمية ، وبغرض مراجعتها والتعليق

^١ <http://portal.gharbiya.gov.eg/> تم الحصول على هذه الاحصائية يوم ٢٠١٧\١١\١٨ الساعة ٨:٥٨

^٢ أ.د/ طلعت اسعد عبد الحميد - أستاذ التسويق بكلية التجارة جامعة المنصورة.

أ.د/ عبد الحكيم نجم - أستاذ إدارة الأعمال بكلية التجارة جامعة المنصورة.

د/ احمد محمد السطوحى - مدرس إدارة الأعمال بكلية التجارة جامعة المنصورة.

عليها، وقد أبدى هؤلاء المحكمين مجموعة من الملاحظات على العبارات الواردة بقائمة الإستقصاء ، حيث تم إجراء بعض التعديلات على المقياس ككل ، بالإضافة إلى إعادة صياغة بعض العبارات لتكون أكثر دلالة و وضوحا.

٣. تحليل البيانات

تم الاعتماد على البرنامج الإحصائي AMOS version 20 فى تحليل البيانات القائم على نموذج المعادلة الهيكلية (SEM) Structural Equation Modeling وذلك لإختبار تأثير للمتغير المستقل على المتغير التابع ،هذا وتمثل آلية تقييم النموذج البحثى ببرنامج AMOS من خلال مرحلتين:

أ- النموذج القياسى Measurement Model

قام الباحثون باختبار الثبات عن طريق معامل كرونباخ ألفا وفقا لنتائج التحليل الإحصائى كما هو موضح بالجدول رقم (١)، ووفقاً لذلك معاملات كرونباخ ألفا لمتغيرات الدراسة مقبولة حيث يرى كل من Cohen & Kaimenakis(2007) أن كرونباخ ألفا يجب أن يساوى أو يزيد عن ٠,٦٠ ، وبالتالي يمكن الإعتماد على القائمة لقياس ما أعدت من أجله، وقد قام الباحثون باختبار الصلاحية التقاربية Convergent Validity ، والصلاحية التمييزية Discriminant Validity عن طريق برنامج AMOS 20 ، وذلك من خلال حساب مؤشر الثبات المركب (CR)، ومتوسط التباين المستخرج (AVE) لبيانات النموذج والتي تعد صحيحة اذا كانت قيمة CR أكبر من أو تساوى (٦٠%)، وقيمة AVE أكبر من (٤٠%)، ولا تزيد عن قيمة CR لنفس المتغير (Fornell & Larcker,1981; Hsu& Sabherwal,2012)، ويوضح الجدول رقم(١) النتائج التى تم التوصل لها، والتي تثبت بان البيانات تستوفى شروط قبول اختبار الصلاحية التقاربية.

جدول (١): معاملات الصدق والثبات لمتغيرات الدراسة

متوسط التباين المستخرج	CR مؤشر الثبات المركب	الصدق الداخلي	الثبات	معامل التحميل	العبارات	العوامل
٠,٥٠٤	٠,٧٠٧	٠,٨٣١	٠,٦٩١	٠,٧٦٢	OC8	رأس المال التنظيمي
				٠,٦٥٨	OC9	
٠,٥٠٠	٠,٧٧١	٠,٨٧٢	٠,٧٦٢	٠,٧٠٩	HC8	رأس المال البشري
				٠,٦٩٣	HC9	
٠,٤٨٢	٠,٧٧٦	٠,٨٧٩	٠,٧٧٤	٠,٧٦٣	SC1	رأس المال الاجتماعي
				٠,٥٩٠	SC2	
٠,٦٠٦	٠,٧٥٥	٠,٨٧٨	٠,٧٧١	٠,٧٧٢	CC1	رأس مال العميل
				٠,٧٨٤	CC2	
٠,٥٦٢	٠,٧٦٣	٠,٨٧١	٠,٧٦٠	٠,٦٠٤	INC1	رأس مال الابتكار
				٠,٨٦٩	INC3	
٠,٦٠٥	٠,٨٥٦	٠,٩٠٢	٠,٨١٤		إدارة معرفة العميل	
		٠,٨٨٧	٠,٧٨٨	٠,٥٧٣	AKN4	استحواد المعرفة
				٠,٨٤٣	AKN5	
		٠,٨٨٣	٠,٧٨٠	٠,٧٤٢	SHKN1	مشاركة المعرفة
				٠,٧٨٤	SHKN2	
		٠,٩٠١	٠,٨١٢	٠,٧٧٢	SKN1	حفظ المعرفة
				٠,٧٨٨	SKN2	
		٠,٩١٧	٠,٨٤١	٠,٧١٥	APKN1	تطبيق المعرفة
				٠,٦٤٧	APKN2	

المصدر: إعداد الباحثون بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

أضافة إلى ماسبق قام الباحثون بإختبار الصلاحية التمييزية عن طريق الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج (Square root of AVE)، وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي بأن جميع قيم (Square root of AVE) مقبولة حيث إن جميع قيم معاملات إرتباط كل بعد أو متغير بنفسه أكبر من قيمة إرتباطه بباقي متغيرات الدراسة الأخرى (Fornell & Larcker, 1981)، كما هو موضح في جدول رقم (٢).

جدول (٢): الصدق التمايزي باستخدام مصفوفة الارتباط بين المتغيرات

إدارة معرفة العميل	رأس مال الابتكار	رأس مال العميل	رأس المال الاجتماعي	رأس المال البشري	رأس المال التنظيمي	
					٠,٧١٢	رأس المال التنظيمي
				٠,٧٠١	٠,٣٠١	رأس المال البشري
			٠,٦٩٤	٠,١٦٣	٠,١٨١	رأس المال الاجتماعي
		٠,٧٧٨	٠,٣٢٤	٠,٥٠٨	٠,٥٤٦	رأس مال العميل
	٠,٧٥٠	٠,٥٢٢	٠,٠٨٩	٠,٤٥٩	٠,٤٩٠	راس مال الابتكار
٠,٧٧٧	٠,٦١٣	٠,٦٤٩	٠,١٨٩	٠,٥٢٦	٠,٤٩٣	إدارة معرفة العميل

المصدر: إعداد الباحثون بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

ب - النموذج الهيكلي Structural Model:

ويرتبط هذا النموذج باختبار فروض الدراسة، ويمكن عرض نتائج اختبار

الفروض في الجدول رقم (٣):

جدول (٣): نتائج الفروض

نتيجة أختبار الفرض	P-Value	قيمة معامل المسار	المتغير التابع	المتغير المستقل	الفروض
قبول	٠,٠١٥	٠,٣٩٦	إدارة معرفة العميل	رأس المال التنظيمي	H1a
قبول	٠,٠٢٦	٠,٢٣٠		رأس المال البشري	H1b
قبول	٠,٠١٤	٠,٣٢١		رأس المال الاجتماعي	H1c
قبول	٠,٠١٨	٠,٣٥٢		رأس مال العميل	H1d
قبول	٠,٠٠٤	٠,٣٠١		راس مال الابتكار	H1e

المصدر: إعداد الباحثون بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

يتبين مما سبق، وجود تأثير معنوي إيجابي لأبعاد رأس المال الفكري (رأس المال التنظيمي- رأس المال البشري - رأس المال الاجتماعي- رأس مال العميل- رأس مال الابتكار) على إدارة معرفة العميل عند مستوى معنوية ٥٠%.

سادساً: مناقشة نتائج الدراسة

لقد توصلت الدراسة الحالية إلى وجود تأثير معنوي إيجابي لأبعاد رأس المال الفكري على إدارة معرفة العميل، حيث تشير نتائج الدراسة الحالية إلى وجود تأثير إيجابي معنوي لرأس المال التنظيمي على إدارة معرفة العميل، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Salmaninezhad and Daneshvar, 2012) والتي أكدت أن رأس المال التنظيمي كأحد أبعاد رأس المال الفكري له التأثير الأكبر في نجاح عمليات إدارة المعرفة، ويمكن إرجاع ذلك إلى عدة عوامل تتمثل في امتلاك المنظمات الصناعية محل الدراسة القدرة على التخطيط الجيد للعمليات الإنتاجية والإدارية اللازمة لتطبيق عمليات معرفة العميل بشكل جيد، وكذلك امتلاكها للقدر الكافي من المعلومات التي تساعدها على الاستثمار في الأسواق الجديدة، كما أن تلك المنظمات تعمل أيضاً على توفير نموذج العمل والذي يتميز بالمرونة والملاءمة، حتى يتم استيعابه من قبل الموظفين والعمل به، وكذلك وجود التعاون والدعم بين مختلف الأقسام داخل تلك المنظمات، مع حرص المنظمة على توفير الاستجابة السريعة للتغيرات التي تحدث في الأسواق، والعمل على تطوير منتجاتها وخدماتها حتى تتماشى مع تلك التغيرات.

كما تشير نتائج الدراسة الحالية إلى وجود تأثير معنوي لرأس المال البشري على إدارة معرفة العميل وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (Hsu, 2008); (Abdolahi et al., 2013; Shariatmadari and Forouzandeh, 2015) فقد أكدوا على وجود تأثير معنوي إيجابي لرأس المال البشري على عمليات إدارة المعرفة داخل المنظمات كما يساعد أيضاً على تطوير أداء المنظمة، ويمكن إرجاع ذلك التأثير إلى اهتمام المنظمة بإجتذاب موظفين موهوبين ذو قدرات مناسبة للعمل بها، وكذلك

حرصها على تقديم برامج تدريبية لهم من أجل تطوير مهاراتهم حتى يؤديوا أعمالهم بطريقة متميزة تخدم المنظمة.

كما تشير نتائج الدراسة الحالية إلى وجود تأثير معنوي لرأس المال الاجتماعي على إدارة معرفة العميل، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من Monavvarian et al.; (2015); Khatiri et al., (2013); Aghamirzaee et al., (2014) وأشارت تلك الدراسات إلى أن تطوير رأس المال الاجتماعي داخل المنظمات عن طريق توظيف الكفاءات، ومشاركة الأخصائيين والمهنيين المؤهلين، والتدريب على نشر الثقافة الاجتماعية أيضاً، ومشاركة الموارد بين الموظفين له تأثير ايجابي معنوي على تنفيذ عمليات إدارة المعرفة بفعالية، والتي تتمثل في عمليات اكتساب وحفظ ومشاركة للمعرفة بين الموظفين.

ويمكن إرجاع ذلك إلى وجود روح الصداقة بين موظفي المنظمة، ومشاركتهم نفس الاهداف والطموحات، وتبادل المعلومات فيما بينهم بطريقة ودية لحل وتشخيص المشاكل التي تخص كل من العملاء والموردين وأصحاب المصلحة والتوصل إلى حلول تناسب الجميع.

كما تشير نتائج الدراسة الحالية أيضاً إلى وجود تأثير معنوي لرأس المال العميل على إدارة معرفة العميل وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Ngah and Ibrahim, (2011) والتي أكدت أن رأس مال العميل له تأثير معنوي على عمليات إدارة المعرفة داخل المنظمات الصغيرة والمتوسطة الحجم،

وكذلك أكدت دراسة (Chen et al., 2009) أن رأس مال العلاقات من خلال موظفي المنظمة له دور واضح في تعزيز عملية مشاركة المعرفة داخل المنظمات ويمكن إرجاع ذلك التأثير إلى قيام المنظمات بتقديم منتجات وخدمات تتميز بالتوجه بالسوق وتلبى من رغبات واحتياجات عملائها، وكذلك حرصها على الاحتفاظ بعلاقات طويله الأجل معهم ، وذلك للحصول على معلومات منهم تعبر عن مدى رضاهم عن منتجات وخدمات المنظمة.

وأخيراً تشير النتائج إلى وجود تأثير لرأس مال الابتكار على إدارة معرفة العميل وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Shahpasand et al., 2013)، والتي وجدت أن تنمية رأس المال الفكرى من خلال أبعاده (رأس المال التنظيمى، رأس المال البشرى، ورأس مال العميل، رأس مال الابتكار) لا يؤثر فقط تأثيراً إيجابياً معنوياً على تطوير إدارة المعرفة، بل ويساعد أيضاً على زيادة القدرة على التطوير والإبتكار داخل المنظمات، ويمكن إرجاع ذلك التأثير إلى وجود دعم لثقافة الابتكار داخل المنظمة عن طريق تحفيز المنظمة لموظفيها بتقديم حوافز تشجيعية لهم من أجل تقديم منتجات جديدة ذات أداء مبتكر، وكذلك حرص المنظمة على امتلاك عدد كافي من الموظفين المبدعين، كل ذلك يزيد من قدرة المنظمة على إنتاج وتقديم منتجات وخدمات إبداعية، وكذلك المنافسة فى الاسواق وجذب عملاء جدد لها.

سابعاً: التوصيات

١- الأهتمام بتوفير الثقافة التنظيمية التى تتسم بالمرونة والملائمة حتى يتم العمل بها ويمكن تنفيذ ذلك من خلال:

- تقييم نقاط القوة والضعف الخاصة بالمنظمة، والعمل على تعزيز نقاط القوة، وتقليص نقاط الضعف.
- اعداد خطة جيدة لتطوير النظم والاجراءات ودمجها ضمن الخطة التنفيذية الخاصة بالمنظمة.

٢- الأهتمام بالموظفين واستغلال مهارتهم بطريقة صحيحة ويمكن تنفيذ ذلك من خلال:

- وضع كل موظف فى العمل الذى يناسب تخصصه حتى يتم الاستفادة من خبرته وتزيد من إنتاجيته.
- القيام ببرامج تدريبية لتطوير أداء الموظفين.
- القيام بمناقشات مع الموظفين حتى يتم التوصل إلى أفكار تستغل فى انتاج منتجات وخدمات جديدة.

• تقديم حوافز تشجيعية للموظفين التي تشارك في تقديم أفكار تخدم المنظمة.
٣- الاهتمام بالعلاقات الاجتماعية بين الموظفين وبعضهم البعض ويمكن تنفيذ ذلك من خلال:

- تعزيز روح الصداقة بين الموظفين في مختلف المستويات الإدارية
- تشجيع الموظفين على مشاركة معارفهم مع زملائهم واستخدامها في انتاج منتجات جديدة.
- التعاون بين الموظفين وبعضهم البعض في حل المشاكل التي تواجه المنظمة.

٤- الاهتمام بالعميل ودعم العلاقات معه ويمكن تنفيذ ذلك من خلال:

- تدريب الموظفين على التعامل مع العملاء
- إنشاء قسم خاص لخدمة العملاء وحل مشاكلهم.
- نشر ثقافة الاهتمام بالعميل بين الموظفين.
- ٥- دعم ثقافة الابتكار وتشجيع الموظفين على ذلك ويمكن تنفيذ ذلك من خلال:
 - إنشاء قسم خاص للبحوث والتطوير داخل المنظمة.
 - الاهتمام بالأفكار الجديدة ودعمها من قبل المنظمة.
 - زيادة النفقات على عمليات البحوث والتطوير.

٦- وضع استراتيجية واضحة المعالم لتطبيق ممارسات إدارة معرفة العميل بشكل فعال ويمكن تنفيذ ذلك من خلال:

- جمع معلومات كافية عن تفضيلات واحتياجات العملاء، وتوقعاتهم عن المنتجات او الخدمات الحالية والمستقبلية.
- تخزين المعلومات المقدمة من قبل العملاء حتى يتم الرجوع إليها واستخدامها في تطوير وتحسين المنتج او الخدمة.
- مشاركة معرفة العميل بين الموظفين من خلال تمكينهم من الحصول على اى معلومات مطلوبة حول العملاء، وتحفيزهم على تبادل مايعرفونه.

المراجع:

- Abdolahi,S.,Eidehlou,P., Bousari,N.,Mehrabi,S. Maleki,M., and Abedinzadeh,S. (2013), "The Relationship between Knowledge Management and Human Capital with Performance", *International Journal of Business and Behavioral Sciences*, 3, 71-78.
- Aghamirzaee,T.,Tabari,M., and Faranak Paydar,F.(2014),"The Relationship Between Social Capital and Knowledge Management in Knowledge-Based Organizations", *Management Science Letters*, 4, 2469–2478.
- Alavi,M., and Tiwana, A.(2002)," Knowledge Integration In Virtual Teams:The Potential Role of KMS ", *Journal of The American Society for Information Science and Technology*, 53, 1029–1037.
- Aldrich,D., and Meyer,M.(2015)," Social Capital and Community Resilience", *American Behavioral Scientist*, 59, 254–269.
- Aledwan,B.(2014)," The Impact of Basic Components of Intellectual Capital on The Profitability of Jordanian Commercial Banks (2007- 2012)", *European Scientific Journal October* ,10, 1857 – 7881.
- Alwis,D .(2004),"The Role of Intellectual Capital in Organisational Value Creation: An Application of aTheoretical Model To Two Case Studies ,**Ph.D. Dissertaion**, Brunel University ,United Kingdom.
- Andersson, A., and Folkare,E.(2015)," Company Characteristics and Voluntary Disclosure of Intellectual Capital –A Study on Swedish Listed Companies", **M.Sc. Thesis**, Jönköping University, Sweden.
- Asiaei,K., Jusoh,R., and Bontis,N. (2018), "Intellectual capital and performance measurement systems in Iran", *Journal of Intellectual Capital*, 19,294-320.
- Aslam,S., Ahmad,M., Amin,S., Usman,M., and Arif,S.(2018)," The Impact of Corporate Governance and Intellectual Capital on Firm’s Performance and Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from Australian Listed Companies", *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences* ,12,283-308.
- Baklouti,S., and Triki,M. (2018) ,"Preparers’ and Users’ Perception of Intellectual Capital Information Usefulness: a Tunisian Exploratory Study", *Journal of Intellectual Capital*,19, 617-643.

- Berglund,R.,Edvinsson,L., and Grönvall,T.(2002),"Intellectual capital's Leverage on Market Value", **M.Sc. Thesis**, Lund University.
- Bhatt,G. (2001),"Knowledge Management in Organizations: Examining The Interaction Between Technologies, Techniques, and People", **Journal of Knowledge Management**, 5, 68 – 75
- Bollen, L., Vergauwen, P., and Schnieders, S. (2005). " Linking Intellectual Capital and Intellectual Property to Company Performance",**Management Decision**, 43, 1161-1185.
- Bollen, L.,Vergauwen,P., and Schnieders,S.(2005)." Linking Intellectual Capital and Intellectual Property to Company Performance",**Management Decision**, 43, 1161-1185.
- Cabrilo,S., and Dahms,S. (2018),"How Strategic Knowledge Management Drives Intellectual Capital to Superior Innovation and Market Performance", **Journal of Knowledge Management**, 22,621-648.
- Casey, N. H. (2010)," Integrated Higher Learning – an Investment in Intellectual Capital for Livestock Production", **Livestock Science**, 30, 83–94.
- Chang, S., and Hsieh, J.(2011),"Intellectual Capital and Value Creation-Is Innovation Capital a Missing Link?", **International Journal of Business and Management**, 6 , 3-12.
- Chen, C., Shih, H., and Yang, S. (2009),"The Role of Intellectual Capital in Knowledge Transfer",**IEEE Transactions on Engineering Management**, 56, 402- 411.
- Chen. J., Zhu, Z., and Xie, H.(2004),"Measuring Intellectual Capital: a New Model and Empirical Study", **Journal of Intellectual Capital**, 5, 195-212.
- Chu, P., Lin, Y., Hsiung, H., and Liu, T.(2006),"Intellectual capital: An empirical study of ITRI", **Technological Forecasting and Social Change**, 73,886-902.
- Chua,A,Y,K., and Banerjee,S.(2013)," Customer Knowledge Management Via Social Media: The Case of Starbucks", **Journal of Knowledge Management**, 17, 237-249.
- Cisneros,M., and Perlins,F.(2018),"Intellectual Capital and Organization Performance in the Manufacturing Sector of Mexico", **Management Decision**,28,18-36.

- Cohen, S., and Kaimenakis, N.(2007)," Intellectual Capital and Corporate Performance In Knowledge-Intensive Smes", *The Learning Organization*, 14 , 241-262.
- Cowan, R., Soete, L., and Tchervonnaya, O. (2001). "Knowledge Transfer and The Services Sector In The Context of The New Economy." *Merit-Infonomic Research Memorandum*,14,20-35.
- Duffy, J.(2000),"Measuring Customer Capital", *Strategy and Leadership*, 28 ,10 – 15.
- El-Helaly, N. (2013), "The Impact of Customer Knowledge Management Process on Service Recovery: Applied on The Egyptian National Railways", **M.Sc. Thesis**, Faculty of Commerce, Mansoura University, Egypt.
- Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981),"Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error",*Journal of marketing research*, 39-50.
- Gupta,M., and Bhasin,J .(2014),"The Relationship Between Intellectual Capital and Brand Equity", *Management and Labour Studies*, 39, 329–339.
- Guthrie, J., and Petty, R. (2000)," Intellectual Capital: Australian Annual Reporting Practices", *Journal of Intellectual Capital*, 11, 241–251.
- Hsu, I., and Sabherwal, R.(2012)," Relationship Between Intellectual Capital and Knowledge Management: an Empirical Investigation." *Decision Sciences*, 43, 489-524.
- Hsu, I-Chieh.(2008)," Knowledge Sharing Practices as A Facilitating Factor for Improving Organizational Performance Through Human Capital: A Preliminary Test", *Expert Systems With Applications*, 35,1316-1326.
- Hussinki,H., Ritala,P., Vanhala,M., and Kianto,A.(2018)," Intellectual Capital Profiles and Financial Performance of the firm ", *Journal of Intellectual Capital*, 7,55-66.
- Joia, L. (2000)," Measuring Intangible Corporate Assets: Linking Business Strategy With Intellectual Capital", *Journal of Intellectual Capital*, 11, 68 - 84.
- Kelly, A. (2004),"The Intellectual Capital of Schools: Analyzing Government Policy Statements on School Improvement in Light of a New Theorization", *Journal of Education Policy*, 19, 609–629.

- Khalique,M., Bontis,N., Shaari,J., Yaacob,M., and Ngah,R.(2018)," Intellectual Capital and Organisational Performance in Malaysian Knowledge-Intensive SMEs ", *Int. J. Learning and Intellectual Capital*, 15,23-36.
- Khatiri,K., Alikhani,N., and Kavooosi,M.(2015)," Relationship Between Knowledge Management and Social Capital in The Faculty of Islamic Azad University of Gorgan",*Journal of Applied Environm*, 5, 661-664.
- Kianto,A., Ritala,P., Spender,J., and Vanhala,M.(2014)," The Interaction of Intellectual Capital Assets and Knowledge Management Practices in Organizational Value Creation" ,*Journal of Intellectual Capital*, 15,362 – 375.
- Kijek,T.(2012), "Innovation Capital and Its Measurement",*Journal of Entrepreneurship Management And Innovation(Jemi)*, 8,52-68.
- Liao,S., Fei,Wu., and Chen,Ch.(2007)," Knowledge Sharing, Absorptive Capacity, and Innovation Capability: an Empirical Study of Taiwan's Knowledge-Intensive Industries", *Journal of Information Science*, 33, 340–359.
- Liao,S., Wu,Chi.,Hu,D., and Tsuei,G.(2009)," Knowledge Acquisition, Absorptive Capacity, and Innovation Capability: An Empirical Study of Taiwan's Knowledge-Intensive Industries", *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 53, 160-167.
- Lin,C. (2018),"Intellectual Capital of South Africa: a Comparison with Poland and Romania",*Journal of Intellectual Capital*, 19,498-518.
- Lin,H., and Lee,G. (2005),"Impact of Organizational Learning and Knowledge Management Factors on E-Business Adoption", *Management Decision*, 43, 171 – 188.
- Mat Isa,R.,Abdullah,N.,Hamzah,N., and Arshad,R.(2008)," The Typology of Intellectual Capital and Knowledge Management in Malaysian Hotel Industry", *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, 4,103-114.
- Mehralian,G., Nazari,J., and Ghasemzadeh,P. (2018), "The Effects of Knowledge Creation Process on Organizational Performance Using the BSC Approach: the Mediating Role of Intellectual Capital", *Journal of Knowledge Management*, 22,802-823.
- Mikkola,T.(2013)," Creating Customer Knowledge Competence Through the Development of Key Account Management", **M. Sc. Thesis**, Department of Marketing, University of Oulu.

- Monaghi, T. (2015), "The Relationship Between Knowledge Management and Social Capital in Developing Countries (Case Study: Kurdistan Province Industrial Towns", *Journal of Scientific Research and Development*, 2, 238-244.
- Monavvarian, A., Asgari, N., Akhavan, P., and Ashena, M. (2013), "Developing Social Capital for Facilitating Knowledge Management Practices", *International Journal of Social Economics*, 40, 826-844.
- Mouritsen, J., Bukh, P., Larsen, H., and Johansen, M. (2002), "Developing and Managing Knowledge Through Intellectual Capital Statements", *Journal of Intellectual Capital*, 3, 10-29.
- Ngah, R., and Ibrahim, A. (2011), "The Influence of Intellectual Capital on Knowledge Sharing: Small and Medium Enterprises Perspective", *Communications of The IBIMA*, 2011, 13-23.
- Paquette, S. (2008), "Knowledge Management Systems and Customer Knowledge Use in Organizations", **Ph.D. Dissertation**, Faculty of Information Studies, University of Toronto, Canada.
- Pedro, E., Leitão, J., and Alves, H. (2018), "Intellectual Capital and Performance: Taxonomy of Components and Multi-Dimensional Analysis Axes", *Journal of Intellectual Capital*, 19, 407-452.
- Plougastel, D., and Bertin, M. (2011), "Customer Knowledge Management at Komatsu Forest", **M.Sc. Thesis**, Umeå School of Business, Umeå University.
- Pour, E. R., Masjedi, S., and Akhavan, P. (2015), "Exploring The Relationship Between Knowledge Management and Intellectual Capital: an Iranian University Case Study", *International Journal of Management Academy*, 3, 7-15.
- Rudraraju, R., Najim, L., Gurupur, V., and Tanik, M. (2014), "A Learning Environment Based on Knowledge Storage and Retrieval Using Concept Maps", *IEEE Institute of Electrical and Electronics Engineers*, 12, 51-61.
- Safapour, P., and Ahmadi, A. (2015), "The Effect of Intellectual Capital on Organizational Performance in Departments Within The National Iranian Drilling Company", *Walia Journal*, 31, 202-206.
- Sain, S., and Wilde, S. (2014), "**Customer Knowledge Managements Leveraging Soft Skills to Improve Customer Focus**", New York : Springer.

- Salmaninezhad,R., and Daneshvar,M.(2012)," Relationship Analysis Between Intellectual Capital and Knowledge Management (Case Study: Tehran Science & Technology Park)", *Institute of Interdisciplinary Business Research*, 3, 135-143.
- Saunders,M., Lewis,P and Thornhill,A.(2016)," **Research Methods for Business Students Seventh Edition**", England: Pearson education Limited.
- Secundo,G., Massaro,M., Dumay,J., and Bagnoli,C.(2017)," Intellectual Capital Management in the Fourth Stage of IC Research: a Critical Case Study in University Settings", *Journal of Intellectual Capital*,19, 157-177.
- Seleim,A,A,S.,and Khalil,O,E,M.(2011),"Understanding the knowledge management-intellectual capital relationship: a two-way analysis", *Journal of Intellectual Capital*, 12, 586 – 614.
- Shahpasand,M., Savari,M., and Valiollah Sarani,V.(2013),"The Effect of Intellectual Capital on Knowledge Management: Study on Agriculture Organization Experts in Kurdistan Province", *International Journal of Business and Social Science*, 4 , 321-327.
- Shariatmadari,M., and Forouzandeh,B.(2015)," The Relation Between Knowledge Management and Human Capital With Transformational Leadership of Educational Principals", *International Business And Management* , 11, 51-56.
- Shiva,S., and Abolfazl,S.(2015),"The Impact of Knowledge Management on Customer Value: The Mediating Role of Customer Relationship Management and Market Trends in The Banking Industry", *Research Article*, 3,259-268.
- Smith, H.A., and Mckeen,J.D.(2005)," Customer Knowledge Management: Adding Value for Our Customers." *Communications of The Association for Information Systems*, 16, 744-755.
- Tseng, C., and Goo, Y.(2005),"Intellectual Capital and Corporate Value in an Emerging Economy: Empirical Study of Taiwanese Manufacturers", *R&D Management*, 35, 181-207.
- Vecchio,P., Secundo,G., and Passiante,G .(2018),"Analyzing Big Data through the Lens of Customer Knowledge Management: Evidence from a Set of Regional Tourism Experiences", *Journal of Knowledge Management*, 21,180-196.

- Wang,Z., Wang,N., and Liang,H.(2014),"Knowledge Sharing, Intellectual Capital and Firm Performance", *Management Decision*, 52, 230-258.
- Wu, W., Chang, M. & Chen,C.(2008),"Promoting innovation through the accumulation of intellectual capital, social capital, and entrepreneurial orientation", *R&D Management*,38,265-277.
- Yang, C., & Lin, C. (2009), "Does intellectual capital mediate the relationship between HRM and organizational performance? Perspective of a healthcare industry in Taiwan",*The International Journal of Human Resource Management*, 20, 1965-1984.
- Yang, L., Huang, C., and Hsu,T.(2014),"Knowledge Leadership To Improve Project and Organizational Performance", *International Journal of Project Management*, 32 , 40–53.
- Yli-Renko, H., Autio, E., and Sapienza, H.J.(2001)," Social Capital, Knowledge Acquisition, and Knowledge Exploitation in Young Technology-Based Firms",*Strategic Management Journal*, 22, 587–613.
- Zargar,T., Ganjooee,F.A.,Tojari,F., and Hamidi,M.(2012)" Multiple Relationships of Components of Intellectual Capital With Knowledge Management Processes in Iran's Sports Organizations", *Archives of Applied Science Research*, 4, 2411-2417.
- Zhang,Z. (2011),"Customer Knowledge Management and The Strategies of Social Software", *Business Process Management Journal*, 17, 82 – 10.