



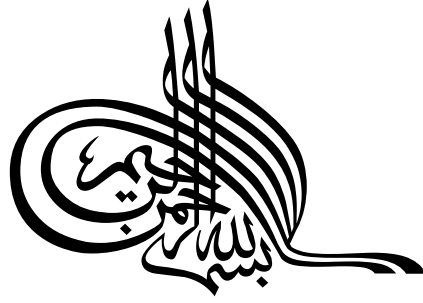
جامعة الزاوية
إدارة الدراسات العليا والتدريب
كلية الاقتصاد
قسم الاقتصاد

دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف التجارية الليبية

إعداد الطالب: عبد الحميد العربي احميده
إشراف الدكتور: عبد الكريم بشير أحمد
الدرجة العلمية: أستاذ مشارك

العام الدراسي (2020-2021م)

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الإجازة العالية الماجستير بتاريخ 2020/12/13م
الموافق 28 ربيع الثاني 1442هـ قسم الاقتصاد كلية الاقتصاد جامعة الزاوية



هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٩﴾



صَلَّى
عَلَيْهِ
وَالْحَمْدُ
لِلَّهِ
الْعَظِيمِ

سورة الزمر: ايه (9)

الإهداء

إلى من يسعد قلبي بلقائها إلى روضة الحب التي تنبت أزكي الأزهار

أمي

إلى روح أبي الطاهرة رحمه الله

إلى من هم أقرب الي من روحي إلى من شاركني حزن ألام وبهم أستمد

عزتي وإصراري.

اخواتي

إلى من أنسني في دراستي تذكراً وتقديراً

أصدقائي

أهدي هذه الدراسة

الشكر والتقدير

أبدا بالحمد لله عز وجل الذي أنار لي الطريق ويسر لي الامر في مشواري

الدراسي وإنجاز هذه الدراسة.

كما أتقدم بشكري إلى كل من :

المشرف على هذه الدراسة الدكتور "عبدالكريم ب شر أحمد" الذي لم يبخل

عليا بتقديم يد المساعدة والنصح والإرشاد وصاحب الفضل في توجيهي ومساعدتي

في تجميع هذه الدراسة فجزاه الله كل خير.

كما اتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى السادة الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة.

وأخيراً أتقدم بجزيل الشكر إلى كل من مد لي يد العون في إخراج هذه

الدراسة.

الباحث

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع	ت
أ	الآية القرآنية	1
ب	الإهداء	2
ج	الشكر والتقدير	3
د	قائمة المحتويات	4
ح	قائمة الجداول	5
ي	قائمة الأشكال	6
ك	قائمة الملاحق	7
ل	المستخلص باللغة العربية	8
م	المستخلص باللغة الإنجليزية	9
الفصل التمهيدي		
الإطار العام للدراسة		
1	مقدمة	10
2	مشكلة الدراسة	11
2	فرضيات الدراسة	13
2	أهمية الدراسة	14
2	أهداف الدراسة	15
3	منهجية الدراسة	17
3	متغيرات الدراسة	18
3	مجتمع الدراسة	19
3	حدود الدراسة	20
4	الدراسات السابقة	20
6	عناصر الدراسة	20

الصفحة	الموضوع	ت
الفصل الأول الاقتصاد المعرفي		
8	المبحث الأول: مدخل إلي المعرفة	21
8	مقدمة	22
9	أولاً: مفهوم المعرفة	23
10	ثانياً: أهمية المعرفة	24
10	ثالثاً: أنواع المعرفة	25
11	رابعاً: مصادر المعرفة	26
13	المبحث الثاني: مفاهيم حول اقتصاد المعرفة	27
13	مقدمة	28
14	أولاً: مفهوم الاقتصاد المعرفي	29
15	ثانياً: نشأة الاقتصاد المعرفي	30
16	ثالثاً: أهمية الاقتصاد المعرفي	31
17	رابعاً: خصائص الاقتصاد المعرفي	32
18	خامساً: مقارنة بين الاقتصاد المعرفي والاقتصاد القديم	33
19	المبحث الثالث: مؤشرات وأساليب قياس الاقتصاد المعرفي	34
19	أولاً: مؤشرات الاقتصاد المعرفي	35
19	ثانياً: أساليب قياس الاقتصاد المعرفي	36
20	ثالثاً: عوامل الاندماج في الاقتصاد المعرفي	37
21	رابعاً: أركان اقتصاد المعرفة	37
الفصل الثاني الميزة التنافسية		
24	المبحث الأول: مفاهيم حول الميزة التنافسية	38
24	مقدمة	39
24	أولاً: مفهوم الميزة التنافسية	40

الصفحة	الموضوع	ت
25	ثانياً: تعريف الميزة التنافسية	41
26	ثالثاً: نشأة الميزة التنافسية	42
27	رابعاً: أهمية الميزة التنافسية	43
27	خامساً: أهداف الميزة التنافسية	44
28	سادساً: خصائص الميزة التنافسية	45
28	سابعاً: أنواع الميزة التنافسية	46
30	المبحث الثاني: معايير ومعوقات ومصادر الميزة التنافسية	47
30	أولاً: معايير الحكم علي جودة الميزة التنافسية	48
31	ثانياً: مصادر الميزة التنافسية	49
32	ثالثاً: محددات الميزة التنافسية	50
34	رابعاً: أسس بناء الميزة التنافسية	51
35	خامساً: معوقات اكتساب الميزة التنافسية	52
36	المبحث الثالث: الإستراتيجيات التنافسية	53
36	أولاً- الإستراتيجيات التنافسية كأساس للميزة التنافسية	54
36	ثانياً- الميزة التنافسية في المصارف التجارية	55
37	ثالثاً- معايير التنافسية في المصارف التجارية	56
38	رابعاً- تحليل التنافسية في المصارف التجارية	57
39	خامساً- اقتصاد المعرفة في المصارف التجارية	57
الفصل الثالث		
المصارف التجارية		
41	المبحث الأول: مفاهيم حول المصارف التجارية	58
41	مقدمة	59
41	أولاً: مفهوم المصارف التجارية	60
42	ثانياً: نشأة المصارف التجارية	61

الصفحة	الموضوع	ت
43	ثالثاً: أهداف مصارف التجارية	62
44	رابعاً- خصائص المصارف التجارية	63
44	خامساً- وظائف المصارف التجارية	65
45	سادساً- موارد المصارف التجارية	66
46	سابعاً- استخدامات المصارف التجارية	67
48	المبحث الثاني: القطاع المصرفي في ليبيا والمصارف التجارية الليبية	67
49	الاول : مصرف ليبيا المركزي	67
49	ثانياً- المصارف التجارية الليبية	67
54	ثالثاً- المصارف المتخصصة	67
الفصل الرابع الدراسة الميدانية تحليل استمارة استبيان باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS		
56	أولاً: منهجية الدراسة	73
58	ثانياً: صدق وثبات أداة الدراسة	74
60	ثالثاً: توزيع وتجميع استمارات الاستبيان	75
73	رابعاً: اختبار فرضيات الدراسة	76
86	خامساً: النتائج والتوصيات	78
88	المراجع	79
	الملاحق	80

قائمة الجداول

الصفحة	البيان	رقم الجدول
18	يوضح المقارنة بين اقتصاد المعرفة واقتصاد القديم	1.
50	يوضح المصارف التجارية العاملة في ليبيا وتاريخ التأسيس وهيكل الملكية	2.
56	الاستبانات الموزعة والمعادة	3.
57	تكرارات توزيع الاستبانات	4.
58	نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة (كرونباخ ألفا)	5.
60	توزيع أفراد العينة حسب المصرف	6.
61	توزيع أفراد العينة حسب النوع	7.
62	توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية	8.
63	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	9.
64	توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي	10.
65	توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة	11.
66	توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي	12.
67	قيم ومعايير كل وزن من أوزان المقياس الخماسي المعتمد من الدراسة	13.
67	مقياس الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي	14.
68	إجابات أفراد العينة على فقرات تكنولوجيا المعلومات	15.
69	إجابات أفراد العينة على فقرات التطوير والتدريب	16.
70	إجابات أفراد العينة على فقرات الخدمات المصرفية	17.
71	إجابات أفراد العينة على فقرات التكاليف	18.
72	نتائج اختبار Kolmogorov-Smirnov	19.
73	نتائج اختبار مستوى اقتصاد المعرفة (تكنولوجيا المعلومات والتطوير والتدريب)	20.

الصفحة	البيان	رقم الجدول
74	نتائج اختبار مستوى اقتصاد المعرفة	.21
76	نتائج اختبار العلاقة بين اقتصاد المعرفة (تكنولوجيا المعلومات والتطوير والتدريب) والميزة التنافسية	.22
78	نتائج اختبار الفروق في اقتصاد المعرفة (تكنولوجيا المعلومات والتطوير والتدريب) تعزى لمتغير النوع	.23
79	نتائج اختبار الفروق في اقتصاد المعرفة (تكنولوجيا المعلومات والتطوير والتدريب) تعزى لمتغير طبيعة ملكية المصرف	.24
80	نتائج اختبار الفروق في اقتصاد المعرفة (تكنولوجيا المعلومات والتطوير والتدريب) تعزى لمتغير العمر	.25
81	نتائج اختبار الفروق في اقتصاد المعرفة (تكنولوجيا المعلومات والتطوير والتدريب) تعزى لمتغير المستوى التعليمي	.26
82	نتائج اختبار الفروق في اقتصاد المعرفة (تكنولوجيا المعلومات والتطوير والتدريب) تعزى لمتغير التخصص العلمي	.27
83	نتائج اختبار الفروق في اقتصاد المعرفة (تكنولوجيا المعلومات والتطوير والتدريب) تعزى لمتغير سنوات الخبرة	.28
84	نتائج اختبار الفروق في اقتصاد المعرفة (تكنولوجيا المعلومات والتطوير والتدريب) تعزى لمتغير المسمى الوظيفي	.29

قائمة الأشكال البيانية

الصفحة	المحتويات	رقم الشكل
33	يوضح مراحل الميزة التنافسية	.1
60	توزيع أفراد العينة حسب المصرف	.2
61	توزيع أفراد العينة حسب النوع	.3
62	توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية	.4
63	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	.5
64	توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي	.6
65	توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة	.7
66	توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي	.8

قائمة الملاحق

المحتويات	رقم الملحق
قائمة بأسماء المحكمين.	1
استمارة الاستبانة.	2
طلب تحكيم استمارة.	3

مستخلص الدراسة

تم تركيز هذه الدراسة على معرفة دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف التجارية الليبية دراسة بين المصارف العامة والخاصة حيث تم التعبير عن الاقتصاد المعرفي في تكنولوجيا المعلومات والإبداع والتطوير بينما شملت الميزة التنافسية الخدمات المصرفية والتكاليف حيث تم اختبار تلك العلاقة على مصرف الجمهورية ومصرف الأمان تم استخدام في ذلك استبيان موجه إلى (50) موظف من موظفي المصرفين (مدير، مدير إدارة، رئيس قسم، رئيس وحدة) ولصغر مجتمع الدراسة فقد تم استخدام أسلوب الحصر الشامل في جمع بيانات الدراسة، حيث تم توزيع استبيان تم أعداده لهذا الغرض على جميع أفراد الدراسة وتم استرداد (44) استبيان قابلة للتحليل وفقدان (6) وتم تحليل بيانات الدراسة من خلال تطبيق بعض أدوات التحليل الإحصائي، وذلك باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

وقد توصل الباحث إلى أن الاقتصاد المعرفي من حيث تكنولوجيا المعلومات وتدريب والتطوير له أثر موجباً على الميزة التنافسية في المصارف التجارية الليبية وأن الميزة التنافسية من حيث الخدمات المصرفية والتكاليف لدى المصارف التجارية الليبية تعتبر مرتفعة.

Abstract

This research focused on analyzing the role of the knowledge economy in achieving the competitive advantage in the Libyan commercial banks, a comparative study between public and private banks, where the knowledge economy was expressed in information technology, creativity and development, and while it included the competitive advantage in banking services and costs. where as relationship was tested on the Jumhouria Bank and the Bank Aman. In this regard, a questionnaire was used for (50) employees of the two banks' employees) director, director of department, head of department, head of unit (and for the smallness of the study population, a comprehensive inventory method was used to collect the study data, where a questionnaire was distributed for this purpose on All members of the study were recieved (44) questionnaires, subject to analysis and (6) loss The study data was analyzed by applying some statistical analysis tools, using the Statistical Package for Social Sciences program (SPSS).

This research concluded that, the knowledge economy had a positive effect on the competitive advantage in Libyan commercial banks.

الفصل التمهيدي الإطار العام للدراسة

المقدمة:

يشهد العالم في السنوات الأخيرة تطورات هائلة في مختلف المجالات من أبرزها التحول من الاقتصاد الصناعي القائم على إدارة واستغلال الموارد الملموسة إلى اقتصاد المعرفة الذي أصبحت المعرفة تمثل فيه عامل الإنتاج الأكثر أهمية والمصدر الأساس للنجاح والمحافظة على البقاء. وقد أصبحت المعرفة في هذه الأيام مصدراً من مصادر ثروة المنظمة وأحد عوامل الإنتاج الذي يضاف إلى الأرض والعمل ورأس المال فاقتم دائرة الموارد الاقتصادية، ويمتاز الاقتصاد المعرفي بأنه يمكن من خلق رأس المال المعرفي الذي يمزج بين رأس المال والمعرفة وتسخيرها لتحقيق الإبداع المؤسسي.

وقد عملت المصارف التجارية على الاستفادة من اقتصاد المعرفة لتحسين مستوى أدائها في تقديم خدماتها المصرفية وابتكار خدمات مصرفية جديدة لإرضاء العملاء تسهم في تحقيق معدلات عالية من العوائد، وتدعم مكانتها وقدرتها التنافسية في مواجهة المؤسسات المالية وغير المالية من أجل المحافظة على مكانتها بين المؤسسات المالية.

وقد سمح قانون المصارف الليبي رقم (1) لسنة 2005م في المادة (67) الفقرة الثالثة بدخول مؤسسات مصرفية أجنبية لممارسة العمل الإضافي داخل ليبيا، وهذا ما يخلق منافسة قوية بين المؤسسات المصرفية الأجنبية ذات الخبرة العالية مع المصارف التجارية الليبية، وهو ما يحتم عليها تعزيز قدرتها التنافسية بالاعتماد على الاقتصاد المعرفي لتكون قادرة على المنافسة.

مشكلة الدراسة:

لم تعد التنافسية مرتبطة بامتلاك الموارد والأيدي العاملة بقدر ارتباطها بالمحتوى المعرفي والتكنولوجي والجودة والسياسات من قبل المصارف والمؤسسات، وتتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف التجارية، وبناءً على ما سبق فإن مشكلة الدراسة تتمحور في الإجابة على التساؤلات التالية:

1- ما مستوى اقتصاد المعرفة لدى عينة الدراسة؟

2- ما مستوى الميزة التنافسية في المصارف التجارية الليبية؟

فرضيات الدراسة :

1- مستوى اقتصاد المعرفة في المصارف التجارية الليبية تعتبر مرتفعة.

2- مستوى الميزة التنافسية في المصارف التجارية الليبية تعتبر مرتفعة.

3- هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اقتصاد المعرفة والميزة التنافسية في المصارف التجارية.

4- هناك فروق ذات دلالة إحصائية في اقتصاد المعرفة في المصارف التجارية الليبية تعزي لمتغيرات النوع، المستوى التعليمي، التخصص العلمي، الخبرة، المسمى الوظيفي، ملكية المصرف.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من بيان دور اقتصاد المعرفة في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف التجارية الليبية، ومدى استفادة المصارف التجارية في تعزيز قدرتها التنافسية أمام المصارف المنافسة.

أهداف الدراسة:

1- التعرف على دور اقتصاد المعرفة في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية المصارف التجارية الليبية.

2- التعرف على التنافسية في المصارف التجارية الليبية.

3- توضيح العلاقة بين اقتصاد المعرفة والميزة التنافسية في المصارف التجارية الليبية.

4- التوصل إلى مجموعة من النتائج وتقديم توصيات تساهم في زيادة القدرة التنافسية للمصارف التجارية الليبية.

منهجية الدراسة :

تم الاعتماد على المنهج الوصفي لعرض الجوانب النظرية من الدراسة، والمنهج التحليلي في قياس تنافسية المصارف التجارية الليبية من خلال استمارة استبيان تبين آراء عينة من مدراء ورؤساء الأقسام بالمصارف المختارة باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS لاختبارها والخروج بنتائج دقيقة وواضحة.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: اقتصاد المعرفة (التكنولوجيا، الإبداع والتطوير).

المتغير التابع: الميزة التنافسية في المصارف التجارية. الخدمات المصرفية. التكاليف.

مجتمع الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة في المصارف التجارية الليبية، حيث يتم اختيار عدد من المصارف التجارية العامة والخاصة والمقارنة بينها للوصول إلى نتائج تخدم أهداف الدراسة.

حدود الدراسة :

تناول موضوع الدراسة دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق ميزة التنافسية في المصارف

التجارية الليبية.

الحدود الزمانية: 2018-2019م.

الحدود المكانية: مصرف الجمهورية ومصرف الأمان.

مصادر جمع المعلومات:

1- المصادر الثانوية: مصادر متعلقة بالكتب والدوريات والأبحاث التي اعتماد عليها لتغطية الجوانب النظرية.

2- المصادر الأولية: حيث تم تصميم استمارة (استبانة) للحصول على المعلومات اللازمة لقياس متغيرات الدراسة.
الدراسات السابقة:

1- دراسة د. حميدة ميلاد أبورويبة (2013.2014م) بعنوان: دور اقتصاد المعرفة في تحقيق النمو الاقتصادي، ليبيا نموذجاً جامعة طرابلس.

استعرضت الباحثة مفهوم الاقتصاد المعرفي وأهم المؤشرات والعوامل المحددة للتنافسية الاقتصاد وبيئة الأعمال وتطبيق المؤثرات على ليبيا كنموذج، والنمو الاقتصادي وعلاقته بتقرير التنافسية العالمية ومركز ليبيا في هذا التقرير، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة وثيقة بين المعرفة من جهة والنمو الاقتصادي من جهة ثانية، وتوصي الدراسة بتطوير السياسات والخطط لتحسين الأداء والنمو الاقتصادي في ليبيا، والدراسة على آليات واقعية وملائمة للبيئة المحلية لترقية وتطوير الاقتصاد الليبي.

2- دراسة بن مويزة مسعود، (2004.2005م) بعنوان: الإبداع التكنولوجي لتنمية القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية "دراسة حالة مجمع صيدال"، ماجستير إدارة الأعمال، جامعة عمار تليجي، الجزائر.

وهدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين الإبداع التكنولوجي والقدرة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبيان تم توزيعه على عينة مكونة من (100) فرد في مركز الدراسة والتطوير العاملين بالمخابز، وتوصلت الدراسة إلى أن الإبداع التكنولوجي في مجمع صيدال يرتكز على الإبداع في المنتجات وهو ما ساعدها على تنمية قدراتها التنافسية.

3- دراسة سلوى محمد شرفا، (2008م) بعنوان: دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في

تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير في إدارة

الأعمال، الجامعة الإسلامية، كلية العلوم التجارية، غزة، فلسطين.

سلطت الدراسة الضوء على إدارة المعرفة والمعلومات في تحقيق الميزة التنافسية السائدة في

المصارف العاملة في قطاع غزة، وخرجت الدراسة بجملة من النتائج والتوصيات أهمها أن للمعلومات

قوة مؤثرة وفعالة تتحكم في مختلف مناحي الحياة بما في ذلك المؤسسات المالية، كما تلعب

التكنولوجيا وإدارة المعرفة المستخدمة في المصارف في قطاع غزة دوراً أساسياً في تحسين جودة

الخدمات القائمة واستحداث خدمات جديدة تحقق لها الأسبقية على المنافسين.

4- دراسة زينا سهيل ناصر (2014-2015م) بعنوان: واقع التنافسية في المصارف السورية

"رسالة ماجستير في الاقتصاد والتخطيط"، جامعة تشرين، كلية الاقتصاد، سوريا.

بحثت الدراسة واقع التنافسية لدى المصارف السورية من خلال تطوير مؤشرات التنافسية

لثلاثة مصارف عاملة في سوريا، هي المصرف التجاري (مصرف عام)، مصرف سوريا والمهجر

(مصرف خاص)، مصرف سوريا الدولي (مصرف إسلامي خاص) خلال الفترة (2005-2010)

والمقارنة بينها وتحديد ما إذا كانت تلك المصارف تمتلك مصادر الميزة التنافسية، وقد توصلت

الدراسة إلى أن مؤشر التنافسية للمصرف التجاري السوري كان في حال تذبذب خلال الفترة المدروسة

بينما مؤشر تنافسية مصرف سوريا والمهجر كان في حال تزايد ما عدا في عام (2009م) انخفض

ثم عاد ليرتفع، أما مؤشر مصرف سوريا الدولي الإسلامي كان في حال تزايد وعند مقارنة مؤشرات

المصارف الثلاثة فقد حقق المصرف التجاري السوري أعلى قيمة للمؤشرات في عام (2008م)، تلاه

مصرف سوريا والمهجر ثم مصرف سوريا الدولي، أما في عام (2009.2010م) حقق مصرف سوريا والمهجر أعلى قيمة للمؤشر، ثم مصرف سوريا الدولي ثم المصرف التجاري السوري، أما المؤشرات الذاتية فقد حققت المصارف الثلاثة مزايا تنافسية في تلك المؤشرات، وتبين أيضاً من خلال الدراسة أن المصارف الثلاثة تمتلك مصادر الميزة التنافسية.