

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

تخصص إدارة مشاريع



أثر سياسة الاستقطاب في تحقيق الميزة التنافسية في مصرف الراجحي في الرياض

إعداد الطالب/

عبد الله فيصل آل شكوان

الرقم الجامعي/252000724

العام الدراسي:

2025

مقدمة:

إن عملية التوظيف من أهم الأمور الواجب على الإدارة العليا اختيارها بشكل دقيق وفعال، لذا يتوجب على الإدارة العليا اختيار العنصر البشري الذي يتمتع بالكفاءة والمهارات اللازمة لإنجاز عمله، ووضعه في القسم الذي يتماشى مع إمكانياته العلمية و المعرفية، حيث أن نجاح الإدارة العليا في تحقيق أهدافها يتطلب منها اعتماد معايير محددة لاستقطاب العاملين .

إن الاستقطاب هو "عملية جمع وتقييم المعلومات الخاصة بالمتقدمين لشغل الوظائف من أجل تقييم عرض العمالة ومن خلال هذه العملية تتحدد تكلفة الاستقطاب ومصادر الاستقطاب وتكلفة المقابلة الشخصية، حيث إنها تعتبر مقاييس حاسمة في تحديد تكلفة الحصول على مرشحين للاختيار من بينهم للعمل في الوظائف الشاغرة (السيد،2024).

كما أن الاستقطاب وظيفة يتم فيها الانتقال من مرحلة تخطيط الموارد البشرية إلى مرحلة جذب الموارد البشرية لشغل الوظائف الشاغرة باستخدام مصادر مختلفة للبحث عن عاملين وجذبهم، حيث أن الاستقطاب هو جذب وإغراء المؤهلين لشغل الوظائف الشاغرة(عليان،2024).

ويمثل الاستقطاب مجموعة أنشطة تقوم بها الإدارة العليا، والتي تتضمن البحث عن مرشحين لتعبئة الشواغر الوظيفية، إذ أن نشاط الاستقطاب عبارة عن جلب العنصر البشري المؤهل الذي لا بد أن يتمتع بقدر مرتفع من الأداء الذي يميزه في عمله(علي،2024).

وتشير الميزة التنافسية إلى القدرة على صياغة وتطبيق الإستراتيجيات التي تجعل وضع المصرف في مركز أفضل بالنسبة للمصارف العاملة في ذات القطاع، وتحقق الميزة التنافسية عن طريق الاستفادة من كافة الإمكانيات والموارد بالإضافة إلى كفاءة العاملين المعرفية (المنتشري،2025).

إن مفهوم الميزة التنافسية يشير إلى قدرة المصارف على تحقيق التميز والأفضلية على كافة المنافسين في السوق ويمكن القول بأنها: عدد من الوسائل التي تستطيع عن طريقها المصارف التغلب على المنافسين في القطاع المصرفي (لقمه، 2023).

إن الميزة التنافسية في جوهرها هي ما يجعل المؤسسات المالية فريدة ومقنعة وأكثر نجاحاً من منافسيها، سواء من خلال الابتكار، أو تقليل التكلفة، أو خدمة الطلبة، أو قوة تصنيفها المحلي والعالمي (عمرو، 2023).

وتكمن أهمية الميزة التنافسية من خلال منحها المصارف القدرة على الحفاظ على مكانتها السوقية وحفظ مركزها التنافسي بين المنافسين، بالإضافة إلى تعزيز إمكانية المصارف وقدراتها التسويقية وتحسين علاقتها مع عملائها (أحمد، 2024).

إن التغييرات في تفضيلات العاملين في العديد من المؤسسات المالية لا تقوم بعمل جيد بما فيه الكفاية للتواصل بين العاملين، وهذا يؤدي إلى فقدانهم وقد لا تدرك المؤسسات المالية ذلك إلا بعد فوات الأوان، كما تتيح الميزة التنافسية تقديم بعض الفوائد للعاملين وتعمل الميزة التنافسية عن طريق جعل المؤسسات المالية أفضل من المؤسسات الأخرى في ذات القطاع (آل خليفة، 2024).

ونظراً لأهمية سياسة الاستقطاب والميزة التنافسية في دعم وتطوير المصارف جاءت هذه الدراسة التي تبحث في أثر سياسة الاستقطاب في تحقيق الميزة التنافسية دراسه تطبيقية على مصرف الراجحي في الرياض.

مشكلة الدراسة:

يواجه الاستقطاب تحديات بالغة لدى الإدارة العليا في المؤسسات المصرفية، حيث أن عملية الاستقطاب تحتاج إلى جهد مضاعف من قبل الإدارة العليا وقيامها بعملية فحص دقيق واختبار لمدى قدرة الأفراد قبل الشروع في توظيفهم وتوليتهم مهام حساسه كالمهام التي تقوم بها المصارف السعودية والتي تحتاج إلى أفراد ذوي كفاءة عالية ومستوى مهارات مرتفع وذلك لحساسية بيئة العمل في المصارف السعودية.

وتواجه المصارف العديد من التحديات في ظل التطورات الكبيرة في البيئة التكنولوجية الخارجية نتيجة التطور المتسارع في أنظمة المعلومات، حيث أصبحت المصارف تواجه مشكلة حقيقية في عملية استقطاب العاملين الذين لديهم المهارات و الكفايات المعرفية الجيدة نتيجة المنافسة الحقيقية من المصارف الأخرى العاملة في ذات المجال؛ لذا كان من الواجب على مصرف الراجحي أن يسعى إلى تحقيق ميزة تنافسية عالية على الصعيد المحلي والعالمي يضمن له التطور في مجال عمله على اعتبار أنه مصرف يسهم في التنمية الاقتصادية (عليان، 2024).

وجاءت مشكلة الدراسة من خلال مقابلة الباحث للعديد من العاملين في مصرف الراجحي حيث لاحظ الباحث أن الربط بين سياسة الاستقطاب والميزة التنافسية لم يحظى باهتمام كافٍ من قبل المصارف السعودية ومن بينها مصرف الراجحي، إذ أن استخدام سياسة الاستقطاب يحتاج لتوسع واهتمام أكبر من قبل مصرف الراجحي، وهذا ما دفع الباحث لإجراء هذه الدراسة ومما سبق يمكن تلخيص مشكلة الدراسة في السؤال التالي:

ما أثر سياسة الاستقطاب في تحقيق الميزة التنافسية في مصرف الراجحي في الرياض؟

أهمية الدراسة:

إن التحديات العديدة التي تواجه المصارف المالية في ظل التطورات الكبيرة في البيئة التكنولوجية الخارجية نتيجة التطور المتسارع في أنظمة المعلومات تتطلب إعداد جيل واعي مُسلح بأدوات تمكنه من المساهمة في بناء مجتمع سليم و تكمن أهمية هذه الدراسة من خلال جانبين هما:

الأهمية النظرية:

تكمن الأهمية النظرية للدراسة في التركيز على المصارف السعودية والتي تسهم في تنمية اقتصاد البلد واستثماراته، وربط متغيرات البحث سياسة الاستقطاب والميزة التنافسية لدى العاملين في مصرف الراجحي ببعضها، حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات القليلة التي تتناول هذا الموضوع

الأهمية التطبيقية:

تنبثق أهمية هذا البحث التطبيقية من خلال تقدم نتائج الدراسة تغذية راجعة إلى المسؤولين في المصارف السعودية حول دور سياسة الاستقطاب وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية في مصرف الراجحي، كما تفيد الباحثين والدارسين لهذا المجال وتعريفهم بحقيقة ما يجري في الميدان المصرفي من خلال استطلاع آراء العاملين في مصرف الراجحي من أجل تشخيص واقع الحال وإجراء المزيد من الحلول، كما يمكن أن تكون هذه الدراسة نواة لدراسات مستقبلية في بيانات عمل مختلفة.

أهداف الدراسة:

يكمن الهدف الرئيسي من هذه الدراسة التعرف على أثر سياسة الاستقطاب في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة، الجودة، المرونة) في مصرف الراجحي.

ويتفرع من الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية:

1- بيان أثر سياسة الاستقطاب في تحقيق الميزة التنافسيه من خلال بُعد (التكلفة) في مصرف الراجحي في الرياض.

2- بيان أثر سياسة الاستقطاب في تحقيق الميزة التنافسيه من خلال بُعد (الجودة) في مصرف الراجحي في الرياض.

3- بيان أثر سياسة الاستقطاب في تحقيق الميزة التنافسيه من خلال بُعد (المرونة) في مصرف الراجحي في الرياض.

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي: ما أثر سياسة الاستقطاب في تحقيق الميزة التنافسيه بأبعادها (التكلفة، الجودة، المرونة) في مصرف الراجحي في الرياض ؟

ويتفرع من السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

السؤال الفرعي الأول: ما أثر سياسة الاستقطاب في تحقيق الميزة التنافسيه من خلال بُعد (التكلفة) في مصرف الراجحي في الرياض ؟

السؤال الفرعي الثاني: ما أثر سياسة الاستقطاب في تحقيق الميزة التنافسيه من خلال بُعد (الجودة) في مصرف الراجحي في الرياض ؟

السؤال الفرعي الثالث: ما أثر سياسة الاستقطاب في تحقيق الميزة التنافسيه من خلال بُعد (المرونة) في مصرف الراجحي في الرياض ؟

فروض الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة فقد اعتمد الباحث على الفروض التالية:

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لسياسة الاستقطاب في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة، الجودة، المرونة، الإبداع) في مصرف الراجحي في الرياض ويتفرع من هذه الفرضية الفرضيات التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لسياسة الاستقطاب في تحقيق الميزة التنافسية من خلال بُعد (التكلفة) في مصرف الراجحي في الرياض.

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لسياسة الاستقطاب في تحقيق الميزة التنافسية من خلال بُعد (الجودة) في مصرف الراجحي في الرياض.

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لسياسة الاستقطاب في تحقيق الميزة التنافسية من خلال بُعد (المرونة) في مصرف الراجحي في الرياض.

الدراسات السابقة:

دراسة آل خليفة (2024). بعنوان: أثر التوجه الريادي على تحقيق الميزة التنافسية في البنوك

التجارية البحرينية.

-هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر التوجه الريادي على تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية البحرينية.
-استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.

-تكون مجتمع الدراسة مع الموظفين بالمستويات الإدارية العليا من فئة (مدير عام، نائب/ مساعد مدير عام مدير دائرة، مدير فرع)، وتكونت عينة الدراسة من (118) إداريا وتم اتباع طريقة المسح الشامل نظراً لقلة حجم مجتمع الدراسة.

- واستخدمت الاستبانة التي تم تصميمها في ضوء الدراسات السابقة ومعلومات الإطار النظري، أداة رئيسية في جمع البيانات والمعلومات.

-توصلت الدراسة إلى أن مستوى التوجه الريادي ومستوى الميزة التنافسية قد جاء بدرجة مرتفعة في البنوك التجارية البحرينية، كما دلت نتائج الدراسة وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتوجه الريادي بأبعاده (الإبداع، تحمل المخاطرة، الاستباقية) في تحقيق الميزة التنافسية لدى البنوك التجارية البحرينية بأبعادها (استراتيجية التكلفة الأقل، استراتيجية التمييز، استراتيجية التركيز). وأوصت الدراسة بأنه يجب أن تقوم الإدارات العليا في البنوك التجارية البحرينية الاستمرار بالمحافظة على مستوى تطبيق التوجه الريادي والميزة التنافسية.

-أوصت الدراسة ضرورة تبني الفكر الريادي في البنوك التجارية البحرينية.

دراسة القيسي (2024) بعنوان: أثر الميزة التنافسية على أدوات الاستثمار لجذب العملاء في البنوك الإسلامية الأردنية.

-هدفت هذه الدراسة إلى بيان الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية، والتي تجعلها مختلفة عن منافسيها والبنوك الأخرى.

-أجريت الدراسة وفق المنهج الوصفي التطبيقي الذي يعتمد على وصف الظاهرة وتداعياتها على مجتمع الدراسة.

-تكون مجتمع الدراسة من (البنوك الإسلامية) من خلال الرجوع إلى الكشوف والتقارير السنوية للفترة المالية 2010 - 2018 لعينة الدراسة، وهما البنك الإسلامي الأردني والبنك الإسلامي العربي.

-وفقاً لنتائج الدراسة، ووفقاً للبيانات والمعلومات وتحليل الفرضيات، فإن لتنوع المنتجات الإسلامية دوراً مهماً في جذب العملاء في البنوك الإسلامية الأردنية. كما أظهرت نتائج الدراسة أن اختلاف المنتجات الإسلامية له دور مهم في جذب العملاء في البنوك الإسلامية الأردنية في ضوء حجم البنك (وهذا يدل على أن هذه المنتجات لها دور مهم في جذب العملاء إلى البنوك الإسلامية الأردنية) وأن للمرابحة لأوامر الشراء دور مهم في جذب العملاء للبنوك الإسلامية الأردنية. وكذلك أن عقد الإيجار المنتهي بالتمليك أظهر نسبة (50.94%) من التناقض في المتغير المعتمد على جذب العملاء، وهذا يدل على أن عقد الإيجار المنتهي بالتمليك له دور مهم في جذب العملاء في البنوك الإسلامية الأردنية.

-أوصت الدراسة ضرورة الاهتمام بالميزة التنافسية لما له من دور في جلب الاستثمارات الجديدة.

دراسة ابراهيم(2023) بعنوان: دور الحوافز المادية في استقطاب الموارد البشرية في المنشآت

الفندقية

-هدفت هذه الدراسة إلى معرفة وتحديد دور الحوافز المادية في استقطاب الموارد البشرية في المنشآت الفندقية ويتحقق هذا الهدف من خلال دراسة دور كل من المكافآت والأجور في استقطاب الموارد البشرية في المنشآت الفندقية، تم اعتماد الحوافز المادية (الأجور، المكافآت) كمتغير مستقل، واستقطاب الموارد البشرية في المنشآت الفندقية كمتغير تابع.

- تم استخدام المنهج الوصفي في الدراسة.

-تكون مجتمع الدراسة من العاملين في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس في سوريا.

-تكونت عينة الدراسة من 182 عاملاً.

-استخدمت الاستبانة أداة للدراسة.

-توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، كان من أبرزها وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المكافآت واستقطاب الموارد البشرية، كما توصلت إلى أنه يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الأجور واستقطاب الموارد البشرية، وأنه يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الحوافز المادية واستقطاب الموارد البشرية.

-أوصت الدراسة ضرورة العمل على زيادة المكافآت بما يتناسب مع طبيعة العمل والجهد المبذول حتى تشكل المكافآت حافز قوي لدى العاملين في الفنادق، ودافع كبير أثناء عملية استقطاب عاملين جدد تحتاجهم المنشأة، وبالتالي تحقيق أهداف كلا الطرفين.

دراسة سعودي (2022) بعنوان: التجارة الإلكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للأندية

الرياضية: دراسة حالة.

-هدفت هذه الدراسة للتعرف على التجارة الإلكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للأندية الرياضية. عبر إيضاح مفهومي التجارة الإلكترونية والميزة التنافسية.

-تم الاعتماد على المنهج الوصفي بأسلوب دراسة الحالة.

-تكون مجتمع الدراسة من كافة أعضاء مجلس إدارة أندية الدوري الممتاز والمديرين التنفيذيين ولجان التسويق بذات الأندية (الأهلي، الزمالك، الإسماعيلي، سموحه، غزل المحلة، أسوان)، وأعضاء من شركات التسويق العاملة في مصر (برزنتشين، ميديا هاب، الجزيرة سبورت، إيجلز سبورت) في مصر.

-تكونت عينة الدراسة من (55) مفردة.

-طبقت عليهم استبانة التجارة الإلكترونية، والميزة التنافسية.

قد خلص البحث إلى أن التجارة الإلكترونية تعمل على تطوير استراتيجيات البيع والمنتج من خلال مشاركة الجمهور من خلال الاستجابة إلى آراء وأفكار العاملين والجمهور في تطوير المنتج أو الخدمة المقدمة في ضوء معايير الجودة.

-أوصت الدراسة ضرورة تحفيز المؤسسات الرياضية التي تقوم باعتماد التجارة الإلكترونية؛ وذلك لتشجيع باقي المؤسسات لكي تحذو حذوها، من خلال وجود حملات توعية بفوائد التجارة الإلكترونية.

المنطلقات النظرية للدراسة:

تنطلق من هذه الدراسة مجموعة من المصطلحات تتمثل في:

الاستقطاب:

هو عملية جمع وتقييم معلومات المرشحين للوظائف من أجل تقييم سوق العمل وتحديد تكلفة ومصادر الاستقطاب وتكلفة المقابلات الشخصية، هذه المقاييس حاسمة في تحديد تكلفة الحصول على المرشحين المناسبين لشغل الوظائف الشاغرة في المؤسسات (السلمي، 2024).

الميزة التنافسية:

إن مفهوم الميزة التنافسية يشير إلى "قدرة المصارف على تحقيق التميز والأفضلية على كافة المنافسين في السوق وتعرف الميزة التنافسية بأنها: "عدد من الوسائل التي تستطيع عن طريقها المؤسسات المصرفية التغلب على المنافسين في القطاع المصرفي" (السقا، 2024).

التكلفة:

هو بعد تنافسي رئيسي تسعى المؤسسات المالية إلى تحقيقه من أجل أن تجعل تكاليف العمل المصرفي أقل من المؤسسات المصرفية المنافسة ، لغايات الوصول إلى أسعار تنافسية تعزز من الميزة التنافسية (السميعي، 2024).

الجودة:

تعد الجودة من المزايا التنافسية المهمة والتي تشير إلى أداء الأشياء بصورة صحيحة؛ لتقديم منتجات أو خدمات تتناسب مع احتياجات الزبائن، وتتحقق الجودة عن طريق إضافة خصائص فريدة للمنتجات مما يعطيها جاذبية تنافسية(شكري،2025).

المرونة:

ونعني بها القدرة على إنتاج مجموعة واسعة من النشاطات وإدخال نشاطات جديدة وتعديل النشاطات الموجودة بسرعة فضلاً عن الاستجابة لما يحتاجه العاملين في القطاع المصرفي(شكري،2025).

المنهجية وطرق البحث:

نظراً لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى التعرف على أثر سياسة الاستقطاب في تحقيق الميزة التنافسية في مصرف الراجحي في الرياض ، وعلى هذا الأساس سيتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث سيتم استخدام المنهج الوصفي الذي يعمل على توضيح متغيرات الدراسة في الجانب النظري، مع استخدام المنهج التحليلي في الدراسة الميدانية لأنه يعمل على التحليل و الربط بين النتائج التي توصل إليها ويعمل على تفسيرها ثم إصدار الأحكام المناسبة.

مصادر البيانات:

سوف تعتمد الدراسة على المصادر التالية في جمع البيانات و المعلومات:

-المصادر الثانوية (Secondary Data):

لمعالجة الإطار النظري سيتم اللجوء لمصادر البيانات الثانوية، والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية والدوريات العلمية المحكمة والمطبوعات والوثائق الرسمية والأبحاث والرسائل الجامعية ومصادر المعلومات الالكترونية التي تناولت موضوع الدراسة.

-المصادر الأولية (Primary Data):

سوف تتمثل في الاستبانة (Questionnaire) التي سيتم تطويرها وإعدادها بشكل يتناسب مع متغيرات وأبعاد الدراسة

أدوات الدراسة

القسم (الأول): يضم الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة وهي: (الجنس، والفئة العمرية، والمؤهل العلمي، المسمى الوظيفي).

القسم (الثاني): يضم القسم الثاني الفقرات المتعلقة بقياس المتغير المستقل (سياسة الاستقطاب).

القسم (الثالث): سيحتوي القسم الثالث الفقرات المتعلقة بالمتغير التابع (الميزة التنافسية).

الأساليب الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تمّ تجميعها، استخدم الباحث الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج (SPSS)، وذلك بعد أن تمّ ترميز وإدخال البيانات إلى الكمبيوتر، وبعد ذلك سيتم استخدام وتطبيق المقاييس الإحصائية التالية:

أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي: والتي سيتم استخدامها لوصف الخصائص الديموغرافية و الوظيفية للعاملين عينة الدراسة وتشمل:

- التكرارات: لوصف الخصائص الشخصية و الوظيفية للعاملين عينة الدراسة.

-النسب المئوية: سيتم استخدامها لمعرفة التوزيعات التكرارية للعاملين عينة الدراسة.

-المتوسط الحسابي: سيتم استخدامه لمعرفة متوسط اجابات العاملين عينة الدراسة على فقرات الابعاد.

- الانحراف المعياري: سوف يستخدم لمعرفة تشتت إجابات العاملين عينة الدراسة عن المتوسط الحسابي.

ثانياً الإحصاء التحليلي:

- معامل الثبات كرونباخ الفا: للتعرف على مدى الاتساق الداخلي لفقرات أبعاد متغيرات الدراسة.

- الانحدار المتعدد: لاختبار أثر المتغير المستقل في المتغير التابع.

. -ارتباط بيرسون: للتحقق من عدم وجود ارتباط ذاتي عالي بين ابعاد المتغير المستقل.

-Kolmogorov Smnnov - : للتعرف على تتحقق ظاهرة التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة.

حدود الدراسة :

-حدود موضوعية: ستقوم الدراسة بالتعرف على أثر سياسة الاستقطاب في تحقيق الميزه التنافسيه

في مصرف الراجحي في الرياض.

-حدود مكانية: مصرف الراجحي في الرياض.

- حدود زمانية: العام الدراسي 2025 .

- حدود بشرية: سيتم التطبيق على العاملين في مصرف الراجحي في الرياض.

المراجع:

- إبراهيم، محمد حمدان، و الدريني، سارة السيد عبدالله. (2024). أثر القيادة التشاركية على أداء العاملين: دراسة تطبيقية على العاملين بتموين بالدقهلية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة المنصورة، مصر.
- أحمد، محمد حسين صلاح. (2024). أثر تطبيق الإدارة الرقمية على تعزيز الميزة التنافسية المستدامة بالبنوك في مصر: دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإدارية، مج42، ع1، 1 - 49.
- آل خليفة، ناصر حمد عبد الله حمد. (2024). أثر التوجه الريادي على تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في البنوك التجارية البحرينية. مجلة جامعة عمان العربية للبحوث - سلسلة البحوث الإدارية، مج9، ع1، 286 - 304.
- سعودي، أسامة رجب عبد المعبود عبد العزيز. (2022). التجارة الإلكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للأندية الرياضية: دراسة حالة. مجلة أسيوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، ع63، ج3، 996 - 1031.

السقا، زياد (2024). دور التجارة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للوحدات الاقتصادية من خلال استراتيجية قيادة التكلفة، المؤتمر العلمي الدولي لجامعة جيهان، 27-28 حزيران 2024.

السلمي، سارة عبد الجبار (2024). تصور مقترح لبرامج استقطاب ورعاية الطلبة الموهوبين والمتفوقين في مؤسسات التعليم العالي في المملكة العربية السعودية: دراسة مختلطة. المجلة السعودية للتربية الخاصة، ع34 ، 19 - 60.

السميعي، محمد سالم مفتاح. (2024). دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية بالمنظمات الصحية بالتطبيق على المستشفيات العامة بطرابلس ليبيا. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، مج38، ع2، 1439 - 1470.

السيد، أحمد محمد أحمد. (2024). أثر استقطاب المهارات والكفاءات اللازمة لعملية التحول الرقمي على الرقابة التنظيمية: دراسة ميدانية. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج15، ع1 ، 128 - 153.

شكري، عبد الواحد طه. (2025). أثر استخدام التجارة الإلكترونية في تحقيق عدد من أبعاد الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية لعينة من شركات الاتصال في إقليم كردستان العراق لسنة 2016. مجلة جامعة كويه للعلوم الإنسانية والاجتماعية، مج1، ع1، 76 - 84.

علي، علي سعدون. (2024). تحديات الاستقطاب الإلكتروني ومزايا تطبيقه. مجلة الجامعة العراقية، ع65، ج1 ، 535 - 549.

- عليان، علي رحمة (2024). دور استراتيجية استقطاب الموارد البشرية في تعظيم رأس المال الفكري للمصارف بالتطبيق على العاملين بالقطاع المصرفي بولاية القضايف - السودان 2024 م. مجلة القلزم للدارسات التطبيقية، ع9 ، 23 - 56.
- عمرو، محمد عمر محمد محمود، وعبد القادر، محمد أحمد. (2023). أثر استراتيجيات الإمداد على تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على شركات الأدوية الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الاسراء الخاصة، عمان.
- القيسي، اسماعيل. (2024) أثر الميزة التنافسية لأدوات الاستثمار على استقطاب العملاء في البنوك الإسلامية الأردنية، مجلة جامعة الحسين بن طلال، 10، (3)، 185-207.
- لقمة، أبو بكر عامر محمد (2023). الدور الوسيط الابتكاري في العلاقة بين استراتيجيات التسويق والميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على شركة دال للألبان "كابو - السودان" " 2021-2023 م". مجلة القلزم للدراسات الاقتصادية والاجتماعية، ع16، 49 - 70.
- المنتشري، عبد الله بن محمد علي. (2025). طرق تحقيق الميزة التنافسية في تدويل الجامعات السعودية من وجهة نظر قياداتها وأعضاء هيئة تدريسها. دراسات عربية في التربية وعلم النفس، ع153، 23 .

