

أثر إدارة المعرفة على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية
(دراسة حالة سوناطراك-المصب- وهران)

The impact of knowledge management on the competitive advantage of the
economic institution (Sonatrach-Downstream -Oran case study)

بلقايد براهيم¹ ، بن لحسن الهواري²

BELKAID Brahim¹, BENLAHCENE Lahouari²

belkaid1brahim@yahoo.fr، (الجزائر)، 2 محمد بن أحمد (الجزائر)،¹

benlahcene2001@yahoo.fr، (الجزائر)، 2 محمد بن أحمد (الجزائر)،²

تاريخ القبول: 2021-10-13

تاريخ الاستلام: 2021-03-10

ملخص:

قامت هذه الدراسة بالكشف أثر إدارة المعرفة على الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية، وذلك من خلال دراسة ميدانية بمؤسسة سوناطراك - مصب وهران، حيث تم إعداد وتوزيع الاستبيان على الأفراد العاملين في المؤسسة لتحقيق هذا الغرض. وقد أظهرت نتائج الدراسة على امتلاك مؤسسة سوناطراك - مصب وهران إدارة المعرفة تتمثل في مواردها البشرية التي تميزت بجاهزية الموظفين العاملين في المؤسسة للتعلم، ورغبتهم في تبادل المعارف، وبينت على وجود علاقة ارتباطية موجبة ضعيفة دالة إحصائيا بين إدارة المعرفة والميزة التنافسية على مستوى مؤسسة سوناطراك - مصب وهران.

كلمات مفتاحية: معرفة؛ إدارة معرفة؛ ميزة تنافسية؛ علاقة ارتباط؛ مؤسسة اقتصادية.

تصنيف JEL: D83، L41، M12.

Abstract:

This study revealed the impact of knowledge management on the competitive advantage in the economic institution, through a field study at the Sonatrach Foundation - downstream of Oran, where the questionnaire was prepared and distributed to individuals working in the institution to achieve this purpose. The results of the study showed that the Sonatrach downstream - Oran estuary has knowledge management represented in its human resources, which were characterized by the readiness of employees working in the institution to learn, and their desire to exchange knowledge, and indicated the existence of a weak positive correlation statistically significant between knowledge management and the competitive advantage at the level of the Sonatrach Foundation - downstream of Oran.

Keywords : knowledge, knowledge management, competitive advantage, Correlation, Entreprise Economic..

Jel Classification Codes : D83, L41, M12

1. مقدمة:

¹ المؤلف المرسل: بلقايد براهيم، belkaid1brahim@yahoo.fr

يشهد القرن الحالي تطورات هائلة في مختلف المجالات ومن بين أهمها مجالات الأعمال والاقتصاد، حيث أصبحت تمثل اهتماما كبيرا للمؤسسات الأعمال، ومن أبرز هذه التطورات ظاهرة العولمة والتحول نحو اقتصاد المعرفة، هذا الاقتصاد الذي لم تعد فيه الأرض واليد العاملة ورأس المال الموارد الأساسية، بل ظهر عنصر رابع أصبح يعتبر المورد الأهم للاقتصاد والمتمثل في المعرفة باعتبارها نوع جديد من عناصر الإنتاج باعتبارها نوع جديد من رأس المال القائم على المعرفة والخبرة، وهو رأس المال الفكري الذي يتجدد ويتطور باستمرار.

ونظرا للانفتاح الاقتصادي الذي عرفه العالم من حرية انتقال السلع والخدمات ذات الجودة العالية وتأثر المؤسسات بشقيها العامة والخاصة بما يجري حولها من ضغوطات من طرف المنافسين في السوق بفضل مجموعة من المزايا التي يجب على المؤسسات الحصول عليها من أجل البقاء والنمو في سوق يتسم بشدة المنافسة فيه البقاء للأقوى، لذلك أصبحت المعرفة السلاح والمورد الاستراتيجي في معركة التنافس في البقاء والاستمرار. والجزائر كغيرها من دول العالم عرف اقتصادها انفتاحا خاصا بعد تبنيتها النظام الاقتصادي الرأسمالي الذي يدعم دور القطاع الخاص المحلي والأجنبي والتقليل من دور الدولة شيئا فشيئا، فهذا يتطلب تطبيق أحدث التكنولوجيا وكذلك تطبيق أسلوب إدارة المعرفة في عمل المؤسسة بغية تحقيق التفوق التنافسي في بيئة تتسم بالتغير السريع.

1.1 إشكالية الدراسة:

يشهد العالم منذ عقدين من الزمان تقريبا بروز قوى مؤثرة تفيد تشكيل منظومة الاقتصاد والإدارة وتستدعي تغيرا أساسيا في الاستراتيجيات التنظيمية وتمثل أهم هذه القوى في العولمة، والتكنولوجيا الجديدة وزيادة حدة المنافسة، مما انعكست هذه القوى على المؤسسات بكافة أشكالها وضرورة أن تكون سريعة التكيف والاستجابة وأخذ زمام المبادرة حتى تستطيع أن تحافظ على استمرار التحديات التي تواجهها إذ تسعى إلى تحديد المعلومات ذات القيمة والتقاطها واستخدامها في العمليات وهذا ما عرف بإدارة المعرفة. وهذا ما يمكن التعبير عنه بالتساؤل التالي:

ما أثر إدارة المعرفة على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية سوناتراك - مصب وهران ؟

ولتبسيط معالجة هذا التساؤل الرئيسي نستعين بأسئلة فرعية وهي:

- ✓ هل هناك علاقة بين الموارد البشري كبعد من أبعاد إدارة المعرفة على الميزة التنافسية؟.
- ✓ هل هناك علاقة بين الأنشطة الإدارية كبعد من أبعاد إدارة المعرفة على الميزة التنافسية؟.
- ✓ هل هناك علاقة بين عوامل التكنولوجيا كبعد من أبعاد إدارة المعرفة على الميزة التنافسية؟.

2.1 فرضيات الدراسة:

للإجابة على الإشكالية وعلى التساؤلات الفرعية سألنا الذكر تطلب منا طرح الفرضية الرئيسية التالية:
"هناك علاقة ارتباطية موجبة وأثر ذو دلالة إحصائية لإدارة المعرفة على الميزة التنافسية لمؤسسة سوناتراك-المصب".

وللوصول إلى عمق الإشكالية قمنا بطرح التساؤلات الفرعية التالية:

✓ توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيا بين الموارد البشري كبعد من أبعاد إدارة المعرفة على الميزة التنافسية في مؤسسة سوناطراك - مصب وهران.

✓ توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيا بين الأنشطة الإدارية كبعد من أبعاد إدارة المعرفة على الميزة التنافسية في مؤسسة سوناطراك - مصب وهران.

✓ توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيا بين عوامل التكنولوجيا كبعد من أبعاد إدارة المعرفة على الميزة التنافسية في مؤسسة سوناطراك - مصب وهران.

3.1 أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من النقاط التالية:

✓ أهمية الموضوع في حد ذاته، إذ يهتم بدراسة تطبيقات حديثة تمكن المؤسسة من تحقيق ميزة تنافسية.
✓ أهمية إدارة المعرفة وأثرها على الميزة التنافسية بوصفها مطلبا حتميا حتى تستطيع المؤسسة تحقيق النمو والبقاء في البيئة التنافسية.

✓ أهمية الفئة المشمولة بالدراسة التي تشمل المسؤولين الرئيسيين في المؤسسة (مدير، نائب مدير، رئيس فرع، رئيس مصلحة) والذين تقع عليهم مسؤولية اتخاذ القرارات الأساسية، وبالتالي فإن إجاباتهم على أسئلة الاستبيان سيكون له أثر كبير في موضوعية نتائج الدراسة و واقعيتها بما يسهل رصد مكامن القوة والضعف في المؤسسة.

4.1 أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نوجزها فيما يلي:

✓ إبراز المستجدات الفكرية المتمثلة في إدارة المعرفة.
✓ محاولة تعميق الفهم بموضوع إدارة المعرفة، وإلقاء الضوء حول مفاهيمها وأهدافها وعملياتها وإستراتيجيتها.
✓ محاولة إبراز الجوانب المهمة في القدرة التنافسية من خلال التعرض لمفهومها أنواعها ومصادرها.
✓ محاولة الربط بين أثر تبني هذا المسعى الإداري الحديث وحسن تطبيقه، واستغلاله في بناء وتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسة مما يمكنها من البقاء والنمو.

✓ محاولة إظهار دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة.

5.1 منهج الدراسة:

سيتم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة لتحقيق أهدافها واختبار فرضياتها.

6.1 الحقل المكاني والزمني للدراسة:

تم تعميم نتائج الدراسة ضمن الحدود التالية:

- ✓ حدود مكانية: تقتصر الدراسة التطبيقية على حالة مؤسسة سوناطراك (نشاط المصب AVAL).
- ✓ حدود زمنية: تم إنجاز هذه الدراسة خلال فترة زمنية محددة هي من 2020/02/05 إلى 2020/02/20.
- ✓ حدود بشرية: تشمل دراستنا مجموعة موظفين في مؤسسة سوناطراك (نشاط المصب AVAL).

7.1 تقسيمات الدراسة:

وللوصول إلى نتائج علمية تجيب على الإشكالية المطروحة، اعتمدنا على خطة تتضمن ثلاثة محاور:

المحور الأول: مدخل إلى إدارة المعرفة.

المحور الثاني: إدارة المعرفة قمة التميز.

المحور الثالث: دراسة أثر إدارة المعرفة على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (حالة سوناطراك-المصب- وهران).

2. مدخل إلى إدارة المعرفة:

1.2 مفهوم إدارة المعرفة:

تعد إدارة المعرفة من المفاهيم الإدارية الحديثة و التي تلقي اهتماما متزايدا من قبل المهتمين بإدارة الأعمال، إذ تسعى العديد من المؤسسات إلى تحويل أعمالها إلى أعمال و نشاطات قائمة على المعرفة، فتعمل على توجيه استثمارات تجاه توليد المعرفة و الاهتمام بالنشاطات والأفراد والوسائل الأخرى التي تعمل على إنشائها لتتحول إلى مؤسسات تمتلك رأس مال فكري وتبتعد عن الأعمال التقليدية التي يقوم بها الأفراد العاديين قدر الإمكان، و من الصعب للغاية وجود مفهوم موحد لإدارة المعرفة لأن الباحثين قد تناولوا هذا المفهوم من مداخل منظورات مختلفة تبعا لاختلاف اختصاصاتهم وخلفياتهم العلمية والعملية ومنها:

✓ هي حصيلة استخدام البيانات و المعلومات و التجربة التي يتم الحصول عليها عن طريق التعلم و الممارسة، تمكن من يملكها من التجاوب مع المستجدات التي تواجهه و تجعلها أكثر قدرة على الوصول إلى حلول أفضل للمشاكل التي تقع في مجال معرفته، من خلالها يستطيع الإنسان تشخيص المشاكل و تحديد بدائل لها للوصول إلى الحلول الجيدة(بدروني، 2011)؛

✓ المعرفة تعبر عن الأفكار و المفاهيم التي تصل إليها المنظمة و تستخدمها لاتخاذ سلوك فعال نحو تحقيق أهدافها(حليمي، 2011)؛

✓ إدارة المعرفة تعني بالعمليات التي تساعد المنظمات على توليد المعرفة، و اختيارها، وتنظيمها، واستخدامها، ونشرها، وأخيرا تحويل المعلومات الهامة والخبرات التي تمتلكها المنظمة والتي تعتبر ضرورية للأنشطة الإدارية المختلفة كاتخاذ القرارات والتعلم والتخطيط الاستراتيجي؛

✓ إدارة المعرفة هي العملية المنهجية المنظمة للاستخدام الخلاق للمعرفة وإنشائها، وهي تتطلب تحويل المعرفة الشخصية إلى معرفة تعاونية يمكن تقاسمها بشكل جلي من خلال المنظمة"(خضير، 2004، صفحة 48)؛

- ✓ يعرف CROSS إدارة المعرفة بأنها "نظام توليد عمل مزدهر وبيئة تعلم من شأنه تشجيع توليد المعرفة الشخصية والمعرفة المنظمة وتجميعها واستخدامها وإعادة استخدامها سعيًا وراء قيمة جديدة للأعمال" (غسان، 2006، صفحة 27)؛
- ✓ يعرفها Hackett بأنها: "مدخل نظامي متكامل لإدارة وتفعيل المشاركة في أصول معلومات المشروع بما في ذلك قواعد البيانات، الوثائق، السياسات، والإجراءات، بالإضافة إلى تجارب وخبرات سابقة يحملها الأفراد العامل(Hackett, 2003).
- ✓ إن إدارة المعرفة هي عملية تجميع واستخدام الخبرات المتراكمة من أي مكان في الأعمال، سواء أكان في الوثائق أو قواعد البيانات أو في عقول العاملين لإضافة القيمة للمنظمة من خلال الابتكار والتطبيق وتكامل المعرفة في طرق غير مسبقة (التميمي، 2013، صفحة 27).

2.2 أهمية إدارة المعرفة:

- إن ظهور إدارة المعرفة يعود إلى ثلاث تحديات تواجه إدارة الأعمال في الوقت الحالي ألا وهي (الستار، 2005، الصفحات 27-28):
- ✓ كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات في الحصول على حصة ومكانة في سوق المنافسة؛
- ✓ كيفية اقتفاء أثر الزبائن وخدمة حاجاتهم عبر الشبكة العالمية (internet) والتجارة الالكترونية؛
- ✓ الآلية التي تمكن المؤسسة من إعادة أفكار العاملين وخبراتهم المتراكمة من خلال تأسيس مفهوم التعلم التنظيمي لتعميق وبناء القيم الرصينة للمؤسسة؛
- و يمكن أهمية إدارة المعرفة حسب الكبيسي في النقاط التالية (نجم، إدارة المعرفة: المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، 2007، صفحة 37):
- ✓ تعاضم دور المعرفة في النجاح التنظيمي لما تحققه من تخفيض للتكلفة ورفع موجودات المنظمة؛
- ✓ قدرة المنظمة على التماس أثر المعرفة في عمليات الأعمال وقدتها على قياس هذا الأثر بشفافية؛
- ✓ المعلوماتية والمعرفة مصدر للميزة التنافسية من حيث كونها أهم موجودات رأس المال الفكري في المنظمات؛
- ✓ مجالات التنافس والإبداع والتجديد والتنوع وغيرها من المجالات التي نجحت إدارة المعرفة في معالجتها بصورة واسعة؛
- ✓ وجود أنواع متعددة من المعرفة وتنوع النظم والعمليات التي تدعم تطبيقها، فتشعب إدارة المعرفة بيزيد من احتمالات تطبيقها إضافة إلى بعض الأهمية التي تؤديها إدارة المعرفة:
- تعزيز المركز التنافسي للمنظمات من خلال صنع الكفاءات وخلق الإبداع وتحفيز التجديد والابتكار وما لذلك من أثر على تخفيض التكاليف وتمييز منتجاتها وخلق قيمة مضافة؛
 - تحسين عملية اتخاذ القرارات، بحيث تتخذ بشكل أسرع من قبل المستويات الإدارية الدنيا، وباستخدام موارد بشرية أقل وبشكل أفضل مما لو أنها اتخذت من قبل المستويات الإدارية العليا؛

المؤسسة في تحقيق الإنتاجية العالية بشرط أن يكون ذلك مقرونا برضا الزبائن، والاستثمار بالحصة السوقية الجيدة تستطيع توفير عائد مالي مناسب والقيام بالمسؤوليات الأخلاقية والاجتماعية تجاه البيئة التي تعمل فيها المؤسسة واتجاه المجتمع.

أما دور إدارة المعرفة في الوصول إلى مستوى أداء جيد فيتمثل في النقاط التالية(تور، 2010):

✓ إن توليد المعرفة الجديدة والمفيدة وجزئها وتوزيعها وتطبيقها تسهل العمل داخل المؤسسة، كما أن وجود فريق متخصص بالتقاط المعرفة والتشجيع على استثمارها، فضلا عن مشاركة العاملين وتفاعلهم، ووجود قيادة فعالة تقود تلك العمليات الإحداث التناسق والتناغم فيما بينها؛ وهذا يؤدي إلى:

• تقليل التكاليف الإجمالية للعمل عن طريق تقليل تكاليف الهدر، الإنتاج المعيب، مردودات المبيعات وتكاليف سوء التعامل مع التقنيات ووسائل العمل؛

• زيادة العوائد المالية للمؤسسة عن طريق إنتاج منتجات متقنة وأخرى مبتكرة وسريعة البيع.

✓ إن تحقيق الإنتاجية العالية يدل على الاستخدام الكفء للمدخلات، وإن تطبيق إدارة المعرفة في مجالات الأداء المختلفة يؤدي إلى ابتكارات وطرائق أكثر فعالية؛

✓ تقود إدارة المعرفة إلى الإبداع والابتكار والإتيان بأشياء جديدة وزيادة الوعي الثقافي لدى العاملين من خلال التدريب والتعلم والحوار.

2.3 رأس المال المعرفي مصدر لتحقيق الميزة التنافسية:

بينت الكثير من الدراسات مدى الترابط الموجود بين رأس المال الفكري والأداء التنافسي ومنه تحقيق الميزة التنافسية على نحو متباين من المقاييس والنتائج، ففي دراسة ل Stewart وجد أن الموارد الفكرية تعد أهم موارد المنظمة وأن استثمار المقدرة العقلية والعمل على تسييرها بشكل فعال يحقق الأداء الفكري والمؤدي إلى التفوق التنافسي، من خلال تحويل القيمة المهملة المتاحة في عقول العاملين بالمنظمة وولاء الزبائن والنظم والعمليات والمعرفة الجماعية إلى رأس مال.

كما أوضح Pfeffer أن البيئة التنافسية الجديدة سريعة التغير والمتسمة بعوالة الأسواق وشدة المنافسة وتغير أذواق الزبائن وتعدد حاجاتهم، مازالت تدفع بالمنظمات إلى تحسين أدائها، وبالتالي تحسين إنتاجيتها وجودة منتجاتها عن طريق الابتكار وتطوير الوظائف والعمليات من خلال توظيف رأسمالها الفكري، وهو ما يؤكد على دوره المحوري في تعزيز أداء المنظمة وميزاتها التنافسية، إذ ينظر إلى الموجودات الفكرية كمصدر مهم لخلق القيمة.

وقد بين Gwan أن القيمة الحقيقية للمنظمة تكمن في رأسمالها الفكري وقدرة توظيفها للمعرفة الكامنة فيه، وتحويلها إلى تطبيقات تحقق الأداء العالي وبالتالي تحسين قدرتها التنافسية.

وحسب Miller فإن المعرفة والذكاء هما الموجودات الفكرية الأساسية لدي أية منظمة، وهما اللذان يؤثران على الأداء الكلي لها، ويرى أيضا نجاح المنظمة يعتمد على مدى استثمارها للقدرات العقلية، فالذكاء هو المادة الخام الرئيسية لما يتم

إنتاجه وبيعه، حيث أن القيمة الحقيقية للمنظمة تتوقف على قدرة التعلم ونقل المعرفة الجديدة ووضعها حيز التطبيق، و هذا ما يؤدي إلى تعزيز رأس المال الفكري وبالتالي ضمان الأداء المتفوق.

كما أكد Mallon أن حسن استثمار رأس المال الفكري ينعكس بالضرورة على تحقيق مستويات الأداء العالي والمربح بدليل نمو المبيعات وزيادة الحصة السوقية وتحسين الربحية (جشي، 2011).

3.3 إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تعتبر التكنولوجيا والتقنيات الحديثة العصب النابض في المؤسسة والذي تتدفق من خلاله المعرفة إلى جميع الأقسام في المؤسسة وبسهولة ويسر، وبما أن المعرفة هي الأصل الأكثر قيمة وأهمية في المؤسسات القائمة على المعرفة، فالمهمة الأساسية لهذه المؤسسات تتمثل في كيفية المحافظة على هذا الأصل أولاً، والبحث عن كيفية استخدامه لتوليد معرفة جديدة من أجل خلق القيمة وتحقيق الميزة التنافسية ثانياً، وبالتالي فإن هاتين المهمتين هما أساس إدارة المعرفة وجوهرها، ولتحقيق هاتين المهمتين تستخدم تكنولوجيا المعلومات كوسيلة فعالة لتنفيذهما، ومن هنا يمكن القول أنه لا يجب أن تفهم تكنولوجيا المعلومات على أنها بديل لإدارة المعرفة، وفي الوقت نفسه لا يجب أن تحمل إدارة المعرفة تكنولوجيا المعلومات الهائلة في تحقيق أهدافها.

يمكن تحدد الدور الجوهري لتكنولوجيا المعلومات في إدارة المعرفة كما يلي (نجم، إدارة المعرفة: المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، 2007، صفحة 142):

1.3.3 المساهمة في إنشاء بيئة التعلم: حيث أن إدارة المعرفة تسعى لإنشاء بيئة التعلم وتكنولوجيا المعلومات تسهل وصول الأفراد إلى المعلومات التي يحتاجونها بسهولة، كما تجعل جميع المعلومات متاحة مع إمكانية تحديثها ووصول هذا التحديث إلى جميع العاملين، وهو ما يجعل عملية التعلم مستمرة ولجميع العاملين وفي نفس الوقت؛

2.3.3 المحافظة على المعلومات والمعرفة المشتركة: كون تكنولوجيا المعلومات تساعد على تطوير قواعد ومستودعات البيانات كصيد أساسي لمعلومات الشركة، كما يمكن الاحتفاظ بمعرفة الشركة عن طريق قاعدة المعرفة في الأنظمة الخبيرة، وهو ما يمكن من إعادة استخدامها من طرف العاملين؛

3.3.3 سرعة وفاعلية الاتصالات: إن أهم ما يميز التطور في مجال المعلومات هو التقارب بين كل من تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات وهو ما يخلق مزيجاً فريداً بينهما؛

4.3.3 التعامل مع المعرفة الحرجة: وهي المعرفة التي تساهم في إنشاء القدرة الجوهريّة وإيجاد الميزة التنافسية التي تميز الشركة عن منافسيها، وهذه المعرفة تصبح متاحة أكثر باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وذلك من خلال حفظها وتحديثها باستمرار من قبل الجهة المسؤولة عنها؛

5.3.3 تقاسم المعرفة: وذلك باستخدام برمجيات التشارك الجماعي التي توفر بيئة تشاركية قائمة على تقاسم المعرفة والمعلومات عن بعد، وهو ما يساعد العمل الجماعي كاستخدام البريد الإلكتروني، المؤتمرات الفيديوية، منتديات مناقشة المشروعات.

4. مؤشرات قياس درجة الجاهزية لإرساء اقتصاد قائم على المعرفة:

للولوصول إلى اقتصاد قائم على المعرفة، هناك العديد من المؤشرات التي يستعملها الخبراء من أجل تشخيص مدى التقدم نحو إرساء اقتصاد مبني على المعرفة والذي يشكل بدوره ميزة تنافسية يطلق عليها اسم : تنافسية المعرفة، الجدول التالي يلخص أهم المؤشرات التي تندرج ضمن هذا الإطار التي توصل إليها معهد البنك الدولي :

الجدول 1: أهم مؤشرات قياس درجة الجاهزية لإرساء اقتصاد قائم على المعرفة

أسس المعرفة ومؤشرات الأداء	المتغيرات القاعدية
مؤشرات الأداء	مؤشر النمو الاقتصادي مؤشر التنمية البشرية
نظم الحوافز الاقتصادية والمؤسسية	الحوافز التعريفية وغير التعريفية حقوق الملكية القوانين والتشريعات
التعليم والموارد البشرية	أمية الشباب فوق 15 سنة التسجيل في التعليم الثانوي التسجيل في التعليم العالي
نظام الإبداع	عدد الباحثين في كل مليون نسمة عدد براءات الاختراع في كل مليون نسمة عدد المقالات المنشورة في المجالات العلمية المحكمة والمعروفة دوليا لكل كليون نسمة
البنية التحتية المعلوماتية	عدد الهواتف لكل 1000 نسمة عدد أجهزة الإعلام الآلي لكل 1000 نسمة عدد مستخدمي النت لكل 10000 نسمة

المصدر: (Décembre 2016).L'Economie Fondée sur la Connaissance pour le Abdelkader Djeflat: Développement: Concepts, outils et Applications (pp.17 - 34) , Edition: Maghtech Chapter: 1 , Publisher: Office des Publications Universitaires (OPU).

5. دراسة أثر إدارة المعرفة على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (حالة سوناطراك-المصب- وهران):

1.5 نظرة عامة عن المؤسسة الاقتصادية (المصب):

1.1.5 تعريف بالمصب: نشاط المصب مسؤول عن تطوير وحدات تجميع الغاز الطبيعي، وعن فصل غاز البترول المميع. لدى سوناطراك من خلال نشاط المصب ما يلي:

✓ أربع (4) مجمعات من الغاز المميع: 3 بأرزيو و 1 بسكيكدة، بطاقة إنتاجية إجمالية قدرها 44 مليار م³ من الغاز الطبيعي المميع في السنة (تم إيقاف مجمع Camel GL4/Z سابقا منذ أفريل 2010)؛

✓ مجعين (2) من غاز البترول المميع بأرزيو، بطاقة إنتاجية إجمالية قدرها 10.4 مليون طن/ سنة.

2.1.5 الأهداف الرئيسية لنشاط المصب:

✓ وضع وتنفيذ سياسات واستراتيجيات التسيير لاستغلال وتطوير النفط والغاز؛

✓ تسيير واستغلال المرافق المتوفرة لتميع الغاز الطبيعي وتحويل النفط؛

✓ متابعة وتسيير محطة الشركات التابعة والشركات المخصصة للقبض؛

✓ تنظيم مؤتمر سنوي لمسؤولياتها لمناقشة القضايا المهمة؛

✓ تقديم التقارير ونتائج هذا المؤتمر.

2.5 تصميم الدراسة وخطواتها الإجرائية:

1.2.5 منهجية الدراسة: تعتبر منهجية الدراسة الخطوة الأولى لدراسة خصائص العينة، وتوضح فيما يلي:

أ. مجتمع الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من مجموعة من موظفي مؤسسة سوناطراك (نشاط المصب) . ووقع اختيار هذه المؤسسة محلا للدراسة كونها تمثل بيئة خصبة لتطبيق مفهوم إدارة المعرفة، وتبيان إسهاماتها ودورها في تدعيم القدرة التنافسية باعتبارها أكبر شركة في الجزائر لإنتاج النفط والغاز والأكثر تعاملًا مع السوق الأجنبية المتميزة بشدة التنافس، وتحتم بناء قدرات الموارد البشرية الجزائرية وتأهيلها في مجال صناعة النفط والغاز، ورفع كفاءة الشركات الجزائرية بما يحقق التنمية المستدامة

ب. عينة الدراسة: وقد تم تحديد حجم العينة العشوائية البسيطة 30 موظفا من (الفنيين والمهندسين والإداريين والإطارات) في شركة سوناطراك (نشاط المصب) كونهم يمثلون مصدرا ثريا للمعلومات التي تشكل أساسا للدراسة، ويمتلكون المعلومة وقادرين على التعبير عنها، وتم الحصول على (25) استبيانًا بنسبة استرجاع 83.33%.

ج. أداة الدراسة: بناء على طبيعة البيانات التي يراد جمعها وعلى المنهج المتبع في الدراسة، وجدنا أن الأداة الأكثر ملائمة لتحقيق أهداف هذه الدراسة هي الاستبيان، وذلك لعدم توافر المعلومات الأساسية المرتبطة بالموضوع كبيانات منشورة، إضافة إلى صعوبة الحصول عليها عن طريق المقابلات الشخصية والملاحظة وعليه فقد تم تصميم الاستبيان بالاعتماد على الدراسات التي تناولت إدارة المعرفة والميزة التنافسية للحصول على البيانات التي تفيد في الإجابة على مشكلة من المشكلات.

وتكونت فقرات الاستبيان من قسمين:

✓ القسم الأول: يتضمن المتغيرات الشخصية للدراسة المتعلقة بالمعلومات العامة عن أفراد الدراسة وهي الجنس، العمر، المستوى التعليمي وسنوات الخبرة.

✓ أما القسم الثاني ينقسم إلى فرعين، الفرع الأول يتضمن المتغير المستقل إدارة المعرفة ويتكون من 16 عبارة ويشتمل على 4 عناصر: الموارد البشرية ب 5 عبارات، الأنشطة الإدارية ب 7 عبارات، والعوامل التكنولوجية ب 6 عبارات. أما الفرع الثاني فيتضمن المتغير التابع هو الميزة التنافسية ويتكون من 10 عبارات. ولهذا القسم من الاستبيان ثلاث إجابات بديلة وفقا لدرجة معيارية يمكن من خلالها الحكم على مدى إيجابيتها أو سلبيتها ومستوى أهميتها، وذلك طبقا لمقياس ليكرت الثلاثي (Likert) والذي يتكون من ثلاث درجات كما يلي:

غير موافق	محايد	موافق
1	2	3

2.2.5 صدق الأداة: تم اختبار صدق الاستبيان والتأكد من أنه يخدم أهداف الدراسة، من خلال عرضه على مجموعة من المحكمين، حيث طلب منهم دراسة الأداة وإبداء رأيهم من حيث: مدى ملائمة العبارات المستخدمة في بناء الاستبيان للهدف المنشود منه، كما طلب منهم النظر في مدى كفاية أداة الدراسة من حيث عدد العبارات، وشموليتها، وتنوع محتواها، وتقويم مستوى الصياغة اللغوية، أو أي ملاحظات يرون ضرورة تعديلها، أو تغييرها، أو حذفها إن رأى المحكم لزوما لذلك، وقد تم أخذ ملاحظات المحكمين بعين الاعتبار، وإجراء التعديلات المشار إليها من قبل المحكمين، وبذلك تم الحصول على الشكل النهائي للاستبيان.

3.2.5 نموذج الدراسة: يتكون نموذج الدراسة من متغيرين اثنين، متغير مستقل إدارة المعرفة ومتغير تابع القدرة التنافسية.

4.2.5 الأساليب الإحصائية المستخدمة: لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها اعتمدنا على مجموعة من الأساليب الإحصائية بما يتلاءم مع طبيعة الدراسة وتوجهاتها، وتمثلت هذه الأساليب فيما يلي:

- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري: لمعرفة مستوى الأهمية.
- معامل الارتباط: لقياس نوع ودرجة العلاقة بين متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة، وللتعرف على قوة واتجاه ومعنوية العلاقة بين المتغيرات.

3.5 تفسير وتحليل النتائج:

1.3.5 تحليل نتائج محور إدارة المعرفة وأبعاده الأساسية:

الشكل 1: نتائج محور إدارة المعرفة



المصدر: من إعداد الباحثين بالاستناد إلى نتائج الاستبيان بالاستعانة ببرنامج SPSS V25

يبين الشكل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للأبعاد الأساسية لإدارة المعرفة كل على حدى، ومن خلال تحديد المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لأبعاده الأساسية تم استخراج المتوسط الحسابي العام الذي بلغ (2.60) والانحراف المعياري العام الذي بلغ (0.626)، مما يدل على أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت متقاربة، و أن هناك اتفاق قوي بين وجهات أفراد إدارة سوناطراك حول أهمية إدارة المعرفة، و ترجع هذه الأهمية المرتفعة إلى اهتمام سوناطراك بتكوين مواردها البشرية وكفاءتها، وتنظيم الأنشطة الإدارية، والاعتماد على نظام تكنولوجي متطور.

2.3.5 تحليل نتائج محور الميزة التنافسية:

الجدول 2: نتائج محور الميزة التنافسية

الرقم	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الأهمية
01	تعمل إدارة المعرفة على توفير أسعار أقل من أسعار المنافسين.	1.50	0.99	متوسطة
02	تعمل إدارة المعرفة على زيادة الحصة السوقية.	2.50	0.73	مرتفعة

مرتفعة	0.66	2.63	تساهم إدارة المعرفة على تميز السلعة والخدمة المقدمة في السوق والتي تختلف عما يقدمه المنافسون.	03
متوسطة	0.97	1.83	يعزز وجود إدارة المعرفة قدرة المنظمة على الترويج لمنتجاتها وخدماتها في السوق.	04
متوسطة	0.98	1.90	يعمل نظام إدارة المعرفة المستخدم في الشركة على سرعة تطوير وتنوع المنتجات والخدمات لتخدم رغبات المستهلكين الحاليين والجدد.	05
مرتفعة	0.62	2.46	تساعد تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في الشركة على تحسين جودة الخدمات بما يتوافق مع رغبات المستهلكين.	06
مرتفعة	0.62	2.46	تساعد نظم إدارة المعرفة المستخدمة في تقليل تكاليف الجودة.	07
مرتفعة	0.55	2.63	تساعد إدارة المعرفة في تحقيق مرونة المعلومة لتلبية مطلب السوق.	08
مرتفعة	0.72	2.43	يساعد نظام إدارة المعرفة المستخدم داخل الشركة على تأمين فرصة إبداع والمبادر.	09
متوسطة	0.86	2.13	تتخذ مؤسستك إجراءات سريعة عند كل تغير يطرأ على احتياجات زبائننا.	10
مرتفعة	0.77	2.49	المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الكلي للميزة التنافسية	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاستناد إلى نتائج الاستبيان بالاستعانة ببرنامج SPSS V25

يشير الجدول السابق إلى إجابة أفراد عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة "بالميزة التنافسية" حيث تراوحت المتوسطات الحسابية ما بين (1.50-2.63)، فقد جاءت العبارات المتعلقة ب: زيادة الحصة السوقية، وتكنولوجيا المعلومات، وتكاليف الجودة، وفرص الإبداع والمبادرة بمستوى أهمية (مرتفعة) بوسط حسابي يتراوح بين (2.43 - 2.63). ثم تأتي العبارات المتعلقة ب: توفير الأسعار، والترويج، وتنوع المنتجات بمستوى أهمية (متوسطة) بوسط حسابي يتراوح بين (1.50 - 2.13).

وهذا يدل على أن مؤسسة سوناطراك تسعى لتحقيق الميزة التنافسية من خلال التكاليف والجودة والرفع من الحصة السوقية في الدرجة الأولى، بينما يأتي السعر والترويج وتنوع المنتجات في الدرجة الثانية وذلك راجع إلى طبيعة المؤسسة وإنتاجها واحتكارها التام لمجال المحروقات في الجزائر فهي لا تخضع لمنافسة داخلية، بالإضافة إلى أن تحديد أسعار البترول راجع إلى عدة عوامل عالمية ويتم ذلك في البورصة فلا دخل للمؤسسة فيه.

3.3.5 مناقشة الفرضيات حسب نتائج الدراسة: سنركز في هذه النقطة على اختبار مدى قبول أو رفض فرضيات الدراسة من خلال استخدام معامل الارتباط ومستوى الدلالة sig* وذلك كما يلي:

❖ **الفرضية الرئيسية:** هناك علاقة ارتباطية موجبة وأثر ذو دلالة إحصائية لإدارة المعرفة على الميزة التنافسية لمؤسسة سوناطراك-المصب.

الجدول 3: العلاقة بين إدارة المعرفة والميزة التنافسية

Sig*	معامل الارتباط	
------	----------------	--

مستوى الدلالة		
0.035	0,387	إدارة المعرفة
		الميزة التنافسية

* يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$

المصدر: من إعداد الباحثين بالاستناد إلى نتائج الاستبيان بالاستعانة ببرنامج SPSS V25

يوضح الجدول علاقة إدارة المعرفة بالميزة التنافسية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر وعلاقة ارتباطية موجبة ذو دلالة إحصائية لإدارة المعرفة على الميزة التنافسية، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.387) فهو يشير إلى وجود علاقة طردية، إلا أنها ضعيفة.

ولتوضيح هذه العلاقة نقوم بدراسة كل أبعاد إدارة المعرفة مع الميزة التنافسية حسب الفرضيات الفرعية التالية:

❖ **الفرضية الفرعية الأولى:** توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيا بين الموارد البشري كبعد من أبعاد إدارة المعرفة على الميزة التنافسية في مؤسسة سوناطراك – مصب وهران.

الجدول 4: العلاقة بين الموارد البشرية والميزة التنافسية

Sig*	معامل الارتباط	
مستوى الدلالة		
0.435	0,148	الموارد البشرية
		الميزة التنافسية

* يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$

المصدر: من إعداد الباحثين بالاستناد إلى نتائج الاستبيان بالاستعانة ببرنامج SPSS V25

يتضح من الجدول عدم وجود أثر أو علاقة ارتباطية موجبة ذو دلالة إحصائية لإدارة المعرفة على الميزة التنافسية عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ، ولكن نجد أن له تأثير وعلاقة ارتباطية عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.1)$. فقد جاء بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة أفراد البحث مقارنة بالأنشطة الإدارية وعوامل التكنولوجيا. فرغم إدراك المورد البشري لأهمية الميزة التنافسية والعمل على تحقيقها وسهر مؤسسة سوناطراك على استقطاب الكفاءات العلمية وذوي الاختصاصات للنهوض بالمؤسسة. كما تعتمد إلى إقامة دورات تكوينية لإطاراتها لمواكبة التطور الحاصل وكل ما هو جديد، إضافة إلى اهتمامها بالتحفيز لتحسين الأداء. غير أنه تأثير الموارد البشرية عن الميزة التنافسية يظهر بصورة غير مباشرة عن طريق استعمال التكنولوجيا والتحكم فيها وإعطاء أهمية للأنشطة الإدارية. وتدل النتائج المتحصل عليها على صحة هذه الفرضية وتأكيدا نسبيا.

❖ **الفرضية الفرعية الثانية:** توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيا بين الأنشطة الإدارية كبعد من أبعاد إدارة المعرفة على الميزة التنافسية في مؤسسة سوناطراك - مصب وهران.

الجدول 5: العلاقة بين الأنشطة الإدارية والميزة التنافسية

Sig*	معامل الارتباط	
مستوى الدلالة		
0.078	0,327	الأنشطة الإدارية
		الميزة التنافسية

* يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$

المصدر: من إعداد الباحثين بالاستناد إلى نتائج الاستبيان بالاستعانة ببرنامج SPSS V25

يتضح من الجدول وجود أثر وعلاقة ارتباطية موجبة ذو دلالة إحصائية للأنشطة الإدارية على الميزة التنافسية قريبة من $(\alpha \leq 0.05)$ ، وبمعامل ارتباط $R(0.327)$ ، فقد جاء هذا البعد بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة أفراد البحث مقارنة بالموارد لبشرية وعوامل التكنولوجيا. وتدل النتائج المتحصل عليها على صحة هذه الفرضية وتأكيدا نسبيا.

❖ **الفرضية الفرعية الثالثة:** توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيا بين عوامل التكنولوجيا كبعد من أبعاد إدارة المعرفة على الميزة التنافسية في مؤسسة سوناطراك - مصب وهران.

الجدول 6: العلاقة بين عوامل التكنولوجيا والميزة التنافسية

Sig*	معامل الارتباط	
مستوى الدلالة		
0.037	0,383	عوامل التكنولوجيا
		الميزة التنافسية

* يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$

المصدر: من إعداد الباحثين بالاستناد إلى نتائج الاستبيان بالاستعانة ببرنامج SPSS V25

يتضح من الجدول وجود أثر وعلاقة ارتباطية موجبة ذو دلالة إحصائية لعوامل التكنولوجيا على الميزة التنافسية عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ، وبمعامل ارتباط $R(0.383)$. فقد جاء هذا البعد في الترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة أفراد البحث مقارنة بالموارد لبشرية والأنشطة الإدارية. ويمكن تفسير هذه النتيجة ب: يرجع هذا الارتباط والأهمية المرتفعة إلى سرعة التغيرات والتطورات التكنولوجية التي تحصل في جميع المجالات، الأمر الذي فرض

على المؤسسة مواجهة هذه التغيرات والتأقلم مع التطورات التكنولوجية من خلال تكوين أفرادها على الأساليب المستخدمة للإبداع للحصول على الأفكار والقدرة على التجديد، وتوفير تكنولوجيا حديثة متطورة مناسبة لطبيعة عملها، وبذلك يستطيع الفرد تنمية قدراته ومهاراته، وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية وتحسين مركز المؤسسة وظرفها بالمؤسسات الأجنبية والدولية. وتدل النتائج المتحصل عليها على صحة هذه الفرضية وتأكيداتها.

من خلال الفرضيات الفرعية السابقة تبين أن هناك تأثير بصورة أكبر لعوامل التكنولوجيا على الميزة التنافسية، ثم تليها الأنشطة الإدارية، وفي الأخير الموارد البشرية. وتدل النتائج المتحصل عليها على أن الفرضية الرئيسية القائلة أن: " هناك علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيا بين إدارة المعرفة والميزة التنافسية على مستوى مؤسسة سوناطراك - مصب وهران" صحيحة ومؤكدة نسبيا. حيث يمكن تفسير هذه النتيجة بعدة عوامل منها ما يلي:

- ✓ تتميز مؤسسة سوناطراك باحتكاكها شبه الكلي للصناعة الاستخراجية (المحروقات) في الجزائر، وعدم وجود تنافس داخلي. فصب اهتمام المؤسسة هو التنافس الخارجي والعالمي.
- ✓ باعتبار البترول سلعة إستراتيجية وحساسة في العالم ومصدر الطاقة، فتحديد أسعاره يتم وفقا لبورصة نيويورك وسعر خام برنت في بورصة البترول العالمية.
- ✓ تأثير العوامل الجيوسياسية في أسعار البترول من خلال تأثيرها على الإنتاج والعرض العالمي.
- ✓ هذه السلعة تستخدم لتحقيق أهداف وغايات سياسية غير معلنة مغطاة بغلاف اقتصادي اجتماعي.

6. خاتمة:

بينت نتائج الدراسة على امتلاك مؤسسة سوناطراك- مصب وهران إدارة المعرفة تتمثل في مواردها البشرية التي تتميز بجاهزية الموظفين العاملين في المؤسسة للتعليم، ورغبتهم في تبادل المعارف، ناهيك عن اعترافهم بأفكار الآخرين واحترامها، والعمالة التنافسية التي بينهم لتحقيق الكفاءة والجودة العالية في الأداء. وعلى مستوى الأنشطة كذلك حرص المؤسسة على تدعيم ممارسات وأنشطة إدارة المعرفة وذلك من خلال إتاحتها فرص التدريب والتطوير للموظفين، وتشجيعهم على المشاركة في برامج إدارة المعرفة، ودعم الأفكار الإبداعية لتنمية الميزة التنافسية بين العاملين. كما بينت النتائج سهر المؤسسة على اكتساب أفضل نظام لتكنولوجيا المعلومات والاتصال لكونه من إحدى ركائز الأساسية لإدارة المعرفة خاصة في مؤسسة سوناطراك. كما أظهرت النتائج أن تطبيق إدارة المعرفة في المؤسسة يضمن من خلال ما ذكر في الاستبيان توفير معرفة حول قوى التنافس الخمس لبورتر ونتيجة لذلك تستطيع المؤسسة تحقيق الميزة التنافسية. إضافة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة المعرفة بمختلف أبعادها (الموارد البشرية، الأنشطة الإدارية، عوامل التكنولوجيا) في تحقيق الميزة التنافسية.

7. المراجع:

- Abdelkader Djeflat. (Décembre 2016).L'Economie Fondée sur la Connaissance pour le Développement: Concepts, outils et Applications (pp.17 - 34), Edition: Maghtech Chapter: 1 , Publisher: Office des Publications Universitaires (OPU).
- Hackett, B. (2003). how ways to work and learn., (p. 246). USA.
- العلي عبد الستار. (2005). المدخل الى إدارة المعرفة. عمان: دار المسيرة.
- العلي عبد الستار، قنديلجي عامر إبراهيم، العمري غسان. (2006). المدخل إلى إدارة المعرفة. عمان: دار المسيرة.
- سليمان الفارس تور. (2010). إدارة المعرفة في رفع كفاءة أداء المنظمات. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية المجلد 26، العدد الثاني، 71-73.
- صلاح الدين الكبيسي، خام خضير. (2004). إدارة المعرفة. القاهرة: المنظمة العربية للإدارة.
- محمد زبير، شوقي جشي. (13-14 ديسمبر، 2011). الاستثمار في رأس المال الفكري كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية. ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة ، صفحة 14.
- نجم عبود نجم. (2007). ادارة المعرفة: المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- نجم عبود نجم. (2007). إدارة المعرفة: المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- نجم عبود نجم. (2007). إدارة المعرفة: المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان.
- هدى بدروني. (13-14 ديسمبر، 2011). إدارة المعرفة كأحد المرتكزات الأساسية في بقاء منظمات الأعمال ورفع أدائها. الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة حسبية بن بوعلي، شلف الجزائر، صفحة 4.
- احمد طرطار، سارة حليمي. (13-14 ديسمبر، 2011). أثر تطبيق إدارة المعرفة على وظيفة الابداع في منظمات الأعمال، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة حسبية بن بوعلي، شلف الجزائر. صفحة 3.
- صلاح محمد علي التميمي. (2013). إدارة المعرفة وأثرها على التعلم التنظيمي، كلية التجارة بالاسماعيلية،المجلة العلمية للدراسات التجارية، المجلد 4، العدد الأول، الاسماعيلية.

- الهام محمد عليوي. (2016). تحقيق الميزة التنافسية في إطار عمليات إدارة المعرفة، مذكرة ماجستير في ادارة الأعمال، كلية دجلة ، بغداد.