



مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية



موقع المجلة: www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/313/

أثر عناصر إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية حالة : موبيليس الوادي The impact of knowledge management elements on competitive advantage

Case : Company of Mobilis El Oued

أسماء عدائكة^{*}، ASMA ADIAKA¹، adaika-asma@univ-eloued.dz،

نصر ضو، NACER DOU²، Dou-nacer@univ-eloued.dz،

¹أستاذ محاضر أ، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي (الجزائر)

²أستاذ محاضر أ، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي (الجزائر)

تاريخ النشر: 2021/12/31

تاريخ القبول: 2021/12/30

تاريخ الإرسال: 2021/09/30

الكلمات المفتاحية

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر عناصر المعرفة في كسب الميزة التنافسية ، وذلك من وجهة نظر الموظفين وبالتحديد في مؤسسة موبيليس الوادي، ولقد استخدمنا المنهج الوصفي في تحليل ووصف الظاهرة والمنهج القياسي من خلال الاستعانة بأداة الاستبيان لجمع البيانات وإدخال البيانات الى البرنامج الإحصائي .SPSS واعتمدنا على التحليل الوصفي واختيار الفرضيات ، واهم نتيجة توصلنا إليها أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لعمليات إدارة المعرفة على الميزة التنافسية في مؤسسة موبيليس الوادي .

تصنيف JEL: D 83؛D 41

Abstract

This study aimed to know the effect of the knowledge elements in gaining the competitive advantage, from the point of view of the employees, specifically in the Mobilis Valley Foundation, and we used the descriptive approach in analyzing and describing the phenomenon and the standard approach through the use of the questionnaire tool to collect data and enter data into the SPSS statistical program.

And we relied on Descriptive analysis and selection of hypotheses, and the most important result of our findings is that there is a statistically significant effect of knowledge management processes on the competitive advantage in the company Mobilis El oued.

Keywords

knowledge management;
knowledge economy;
competitive advantage;
economic institution.

JEL Classification Codes : D 83؛D 41

* البريد الإلكتروني للباحث المرسل: asmaadaika@gmail.com

I-مقدمة:

وفي العالم المعاصر أصبحت المؤسسات أكثر استيعابا واستخداما لإدارة المعرفة نتيجةً لسرعة التغيرات وتعاضم الفرص الناشئة عنها من ناحية، وتزايد المنافسين وضغوط العملاء من ناحية ثانية، لذا تجد المؤسسات المعاصرة قد أصبحت أكثر اعتمادا عن المعلومات والمعرفة من أجل البحث عن الجديد من المنتجات والخدمات والأساليب التي تستخدمها للوصول الأكفأ والأسرع للعملاء وسبق المنافسين، ويتمثل استخدام المعرفة داخل المؤسسة المعاصرة في عمليات البحوث والدراسات ضمن المجالات التسويقية والإنتاجية والإدارية. إن المعرفة لم تعد فقط أداة في عملية بناء وتنمية القدرات التنافسية للمؤسسات فحسب، بل أصبحت أيضا في حد ذاتها عنصراً من عناصر المنافسة، اتخذت اتجاهات متعددة ومختلفة عبرت عن أهميتها منذ نصف الثاني من القرن الماضي، حيث كان ولازال اقتصاد المعرفة يقوم على الاختلاف بين الأفراد فيما يتعلق بمقدار الاستثمار في مهاراتهم وخبراتهم وقدراتهم.

I.2-الإشكالية الرئيسية:

هل هناك تأثير لعناصر إدارة المعرفة على تحقيق ميزة تنافسية بمؤسسة موبيليس بالوادي ؟

I.2.1-الإشكاليات الفرعية:

- هل هناك علاقة بين عناصر إدارة المعرفة والميزة التنافسية في مؤسسة موبيليس بالوادي؟
- هل هناك فروقات حول إدراك موظفي مؤسسة موبيليس لعناصر إدارة المعرفة ترجع لخصائصهم ؟
- هل هناك فروقات حول إدراك موظفي مؤسسة موبيليس للميزة التنافسية ترجع لخصائصهم ؟
- هل هناك أثر ذو دلالة إحصائية بين عناصر إدارة المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية؟

I.3-الفرضيات:

-هناك علاقة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين عناصر إدارة المعرفة والميزة التنافسية في مؤسسة موبيليس بالوادي؛

- هناك فروقات حول إدراك موظفي مؤسسة موبيليس لعناصر إدارة المعرفة ترجع لخصائصهم عند مستوى معنوية 5 %؛
- هناك فروقات حول إدارة موظفي مؤسسة موبيليس للميزة التنافسية ترجع لخصائصهم عند مستوى معنوية 5%؛
- هناك أثر ذو دلالة إحصائية بين عناصر إدارة المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية عند مستوى معنوية 5 %.

I.4-أهداف الدراسة:

لدراستنا العديد من الأهداف لخصناها في النقاط التالية :

- تسليط الضوء على أهمية إدارة المعرفة في كسب الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية؛
- التعرف على مفهوم وعمليات إدارة المعرفة؛
- محاولة إظهار الجوانب المهمة في الميزة التنافسية من خلال التعرض لمفهومها وأبعادها؛
- التعرف على وجهة نظر الموظفين في مؤسسة إتصالات الجزائر *موبيليس* لطبيعة العلاقة بين إدارة المعرفة والميزة التنافسية؛
- محاولة تقديم الإقتراحات اللازمة لتعزيز دور إدارة المعرفة في كسب الميزة التنافسية في مؤسسة إتصالات الجزائر *موبيليس* .

5.I-أهمية الدراسة:

تكمن أهميتها في كونها تتناول موضوعاً حديثاً نسبياً على حد علم الباحثين، تتعلق بقياس مساهمة عمليات إدارة المعرفة في كسب الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية في العالم عموماً والجزائر خصوصاً، لأن إدارة المعرفة تمثل عصباً أساسياً للمؤسسة الحديثة في سعيها، لتكيف مع مرحلة الاقتصاد المعرفي ومتطلبات العصر، كما أشارت العديد من الدراسات وخصوصاً الأجنبية إلى أن إدارة المعرفة تعد المصدر الإستراتيجي لبناء الميزة التنافسية في المؤسسات التي تواجه منافسة كبيرة وكذلك الأمر في مؤسسة اتصالات الجزائر *موبليس*، كما توضح هذه الدراسة أهمية اكتساب الميزة التنافسية، وضرورة الحفاظ عليها عن طريق إدارة المعرفة.

6.I-منهجية الدراسة:

لنتمكن من الإجابة عن الإشكالية المطروحة وتساؤلاتها الفرعية، وجب علينا استخدام المنهج الوصفي، وكذلك المنهج القياسي من خلال استخدام الاساليب الاحصائية في الدراسة التطبيقية .

7.I-تقسيمات الدراسة :

لقد قسمنا هذه الدراسة الى العناصر التالية:

- الادبيات النظرية : من خلال السرد الوصفي لمتغيرات الدراسة؛
- الدراسات السابقة : تم عرض اهم الدراسات السابقة للموضوع سوى للمتغيرين او لاحد المتغيرات؛
- مناقشة نتائج التحليل واختبار الفرضيات: استخدمنا فرضيات العلاقة والفروق والاثر؛

II. الأدبيات النظرية للدراسة:

سوف نركز على اهم العناصر التي تهتم دراستنا وباختصار كما يلي:

1.II- ماهية إدارة المعرفة

تفقد المؤسسات العديد من موظفيها ممن كانوا يحققون إضافة حقيقية للمؤسسة ، إما بانقضاء المدة القانونية للخدمة وبلوغ سن التقاعد ، أو موتهم ، أو اغرائهم من طرف مؤسسات منافسة للاستفادة بما يتمتعون به من مزايا ، بذلت المؤسسة الأم الكثير من الوقت والمال و الجهد لتدريبهم وإكسابهم العديد من المعارف والمهارات المناسبة للقيام بأعمالهم أحسن قيام ، كما أنها فقدت مصدرا مهما من مصادر تميزها . ولم تقتصر هذه المعرفة على العنصر البشري فحسب بل إنها في وضعها الراهن على مستوى المنظمة أو المستوى البشري ، منثورة ، ومبددة ، ومتعثرة بين ثنايا الوثائق والكتب والأبحاث والتقارير ، أو في أذهان ذوي الخبرة الذين هم عرضة للفناء بانتهاء آجالهم تعد إدارة المعرفة السبيل الأنسب لعلاج مثل هذه المشاكل باستخلاص هذه المعرفة ، وصونها ، وتميئتها ، وتحسين استغلالها.

أعطيت العديد من التعاريف لإدارة المؤسسة منها :

1.1.II- مفهوم إدارة المعرفة

يعرفها (wiig) بأنها تخطيط، تنظيم، مراقبة، تنسيق وتوليد المعرفة والأصول المرتبطة برأس المال الفكري، العمليات، القدرات، الإمكانيات الشخصية والتنظيمية، وبشكل يتم معه إنجاز أكبر قدر ممكن من الأثر الإيجابي في نتائج الميزة التنافسية (ابراهيم، 2007، صفحة 26)

هي عملية يتم بموجبها تجميع واستخدام الخبرات المتراكمة من أي مكان في الأعمال، سواء أكان في الوثائق أو قواعد البيانات أو في عقول العاملين، لإضافة قيمة للشركة من خلال الإبتكار والتطبيق وتكامل المعرفة في طرق غير مسبوقه. (الزيادات، 2019، صفحة 56)

إدارة المعرفة تتضمن إيجاد بيئة مثيرة في المنظمة تسهل عملية إبداع ونقل ومشاركة المعرفة، بالتركيز على إيجاد الثقافة التنظيمية الداعمة، ويدعم من القيادة العليا ذات الرؤيا الثاقبة، وتحفيز العاملين والعمل على زيادة ولاء الزبون. (عبد الستار العلي و آخرون، 2006، صفحة 26)

II.1.2-عمليات إدارة المعرفة

إن نشاطات المنظمات الاقتصادية تعاملت مع المعرفة من خلال وجهتي نظرا الأولى كونها شيئا وركزت على حقيقة المعرفة الموجودة في المورد البشري.

أما وجهة النظر الثانية فتعاملت مع المعرفة كعملية لها كينونة اقتصادية يمكن إيجادها وتراكمها، وعلى ضوء ذلك نجد أن مختلف الباحثين اختلفوا حول عدد عمليات المعرفة وعلى ترتيبها وعموما يمكن إجمال عمليات إدارة المعرفة. (عبد الستار العلي و آخرون، 2006، صفحة 27)

ونلخص عملية إدارة المعرفة في النقاط التالية:

تشخيص المعرفة (أحمد نذير سي، 2013، صفحة 47)

توليد المعرفة، نشر المعرفة، تخزين، المعرفة، تطبيق المعرفة (أحمد نذير سي، 2013، صفحة 48)

II.2- مفهوم وابعاد الميزة التنافسية

إن الميزة التنافسية التي تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا، وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع. (رزيقة، 2012، صفحة 28)

II.1.2- مفهوم الميزة التنافسية

تُعرف المنافسة على أنها: "شكل من أشكال تنظيم الاقتصاد يحدد آليات العمل داخل السوق والعلاقات المختلفة ما بين الأعوان الاقتصاديين داخله بشكل يؤثر في تحديد السعر". (رزيقة، 2012، صفحة 28)

أما تعريف التنافسية: "فهي تشير الى قدرة المؤسسة على صياغة وتطبيق الإستراتيجية التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمؤسسات الأخرى العاملة في نفس النشاط". (أحمد نذير سي، 2013، صفحة 26)

يعرف (M.Porter) الميزة التنافسية بأنها تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا، بمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع ويوضح (Heizer and Render) بأن الميزة التنافسية تعني إيجاد ميزة متفردة تتفوق بها المؤسسة على المنافسين، أي أن الميزة التنافسية تجعل المؤسسة فريدة ومتميزة عن المنافسين الآخرين.

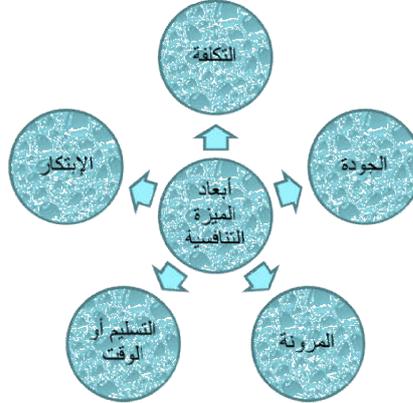
وعموما تعتبر الميزة التنافسية عن العنصر الذي تسيطر عليه المنظمة بطريقة أفضل من منافسيها، ويتيح لها أن تكون قادرة على المنافسة. يشير مصطلح الميزة التنافسية إلى قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط حيث أن للمزايا التنافسية مفهوما خاصا، يزيد في خصوصيته على خصوصية مفهوم المزايا المطلقة، وخصوصية مفهوم المزايا النسبية التي تمتلكها الدول، ويرجع ذلك إلى أن المزايا المطلقة والنسبية تعني وجود وفرة في عنصر من عناصر الإنتاج أو أكثر، أي أنها مزايا طبيعية . (حيدر، معالي فهمي، 2002، صفحة 08)

II.2.2- ابعاد الميزة التنافسية

تحدث تطورات وتغيرات على مستوى بيئة المؤسسات باستمرار، حيث تغيرت حاجات ورغبات الزبائن مما أدى إلى تغيير أبعاد المنافسة، فبعد أن كانت تعتمد المؤسسات على تقليل التكاليف كبعد رئيسي للتفوق ما أدى بها إلى البحث عن

طرق جديدة تتميز من خلالها عن بقية منافسيها، بتقديم منتجات ذات جودة أعلى بالإعتماد على أبعاد جديدة تتمثل في تبني أكثر من بعد لتحقيق التفوق التنافسي.

الشكل رقم (01): يوضح أبعاد الميزة التنافسية



المصدر: من إعداد الباحثان

ويمكن شرح الشكل التالي كما يلي:

التكلفة: يجب على المنظمات أن تراعي الحل الوسيط بين التكلفة وما تقدمه من خصائص للسلع والخدمات، فأغلب المنظمات تسعى إلى تخفيض التكلفة وتطبيق المراقبة المستمرة على المواد الخام وتحقيق مستويات أعلى من الإنتاجية. الجودة: يمكن تحقيق الجودة من خلال إضافة سمات فريدة للمنتجات التي تقدمها سواء كانت سلع أو خدمات لتعزيز جاذبيتها التنافسية، وذلك من خلال بعدين هما تصميم المنتج للتكيف مع وظيفته ونوعيته، وتتوقف على القدرة التنظيمية لتحويل المدخلات إلى مطابقة النواتج. (الخفاجي،، 2015، صفحة 74) المرونة: يقصد بالمرونة قدرة المؤسسة على توليد إقتراحات وخيارات إنتاجية جديدة وحقيقية متفوقة بذلك على بقية منافسيها. (Sabah Agha، 2012)

III. الدراسات السابقة

لقد تناولت العديد من الدراسات السابقة موضوع إدارة المعرفة والميزة التنافسية إما كمتغير تابع أو كمتغير مستقل وفي هذا المبحث سوف نقوم بطرح الدراسات السابقة سواء كانت عربية أو أجنبية والتي تطرقت إلى موضوع دراستنا ثم مقارنتها ومناقشتها بالدراسة الحالية.

III.1- الدراسات العربية

في هذا المطلب سوف نتطرق إلى الدراسات العربية حسب الترتيب الزمني من الاحداث الى الاقدم كما يلي :

III.1.1- دراسة الباحث صالح عبد الحكيم عبد الغفور :

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز الدور الذي يمكن أن تلعبه متطلبات إدارة المعرفة الجامعات الفلسطينية لخلق ميزة تنافسية لها في قطاع غزة. وأسفرت عن النتائج التالية: (عبد الغفور صالح عبد الحكيم ، 2015، صفحة 15) أن الجامعات تعمل على توفر متطلبات إدارة المعرفة في المجموعة من الابعاد، على الترتيب، القوى البشرية بنسبة 73.09%، لثقافة التنظيمية بنسبة 72.31%، تكنولوجيا المعلومات بنسبة 71.40%، والقيادة التنظيمية بنسبة 68.93%، كذلك أثبتت الدراسة على وجود علاقة قوية بين متطلبات إدارة المعرفة والميزة التنافسية.

وقد اختلفت عن دراستنا في دراستها دور توفير متطلبات إدارة المعرفة في الجامعات، أما دراستنا فركزت عن أهمية مساهمة العمليات الجوهرية لإدارة المعرفة في كسب الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية. كما شملت الدراستان كونهما يدرسان العلاقة الارتباطية بين متغير إدارة المعرفة والميزة التنافسية، وكذلك اتباعها للمنهج الوصفي التحليلي واستخدام الاستبيان وتحليل النتائج عن طريق برنامج التحليلي الاحصائي SPSS.

III.1.2- دراسة الباحث بوزناق :

عمدت هذه الدراسة (بوزناق، 2013، صفحة 131) الى ابراز كيفية مساهمة إدارة المعرفة في بناء وتفعيل الاستراتيجية التسويقية في المجمع الصناعي صيدال، وكذلك ابراز أهم عملية من العمليات إدارة المعرفة التي تساهم في بناء الاستراتيجية التسويقية وأهم استراتيجية تسويقية يجب اتباعها وقد توصلت الى عدة نتائج أهمها: أنه هناك علاقة ارتباطية قوية ذات دلالة إحصائية بين عمليات إدارة المعرفة والعوامل الرئيسية للاستراتيجية التسويقية.

اختلفت هذه الدراسة عن دراستنا كونها تدرس العلاقة الارتباطية بين إدارة المعرفة وبناء الاستراتيجية التسويقية لمجمع صيدال، أما دراستنا فتدرس العلاقة الارتباطية بين إدارة المعرفة والميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر *موبيليس* وتشابهتا الدراستين تناولهما لعمليات إدارة المعرفة ودراستها.

III.2- الدراسات الأجنبية:

III.1.2- دراسة الباحث نغوين :

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأبعاد الأساسية لقدرة إدارة المعرفة والميزة التنافسية بين الشركات الفيتنامية، وقد استخدم الباحث استبانة كأداة للدراسة تم توزيعها على (600) مدير شركة في مدينة (هوتشي مينه)، استخدم الباحث أيضاً الدليل التجاري للإلتصال بالشركات وجمع البيانات اللازمة للدراسة، طبق المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة. (نغوين، 2010، صفحة 101)

توصلت الدراسة إلى قدرة إدارة المعرفة من قبل أربعة أبعاد، وهي عمليات إكتساب المعرفة، وتحويل المعرفة وتطبيق المعرفة وحماية المعرفة.

قد أشارت الدراسة إلى بعض التوصيات وخاصة لمدراء الأعمال الذين يعملون في فيتنام بضرورة تطبيق مشاريع إدارة المعرفة في تحقيق الأهداف الإستراتيجية للعمل، ويجب وضع نهج شامل من خلال البدء بتطوير البنية التحتية الإجتماعية والتقنية لإدارة المعرفة والتي بدورها ستوفر الأساس اللازم لتحقيق فعالية وكفاءة عمليات إدارة المعرفة، وأوصت الدراسة أيضاً بضرورة وضع الجوانب الإجتماعية والثقافية بعين الإعتبار لما لها من أثر كبير على التوجه المعرفي والمصدر الرئيسي للقدرة التنافسية.

وقد اختلفت عن دراستنا دراسته بتطرقه لأبعاد إدارة المعرفة. أما دراستنا فركزت عن العمليات الجوهرية لإدارة المعرفة مع اختلاف في موقع الدراسة وأن إستبانة هذه الدراسة كانت موجهة لـ 600 مدير شركة، أما إستبانة دراستنا فكانت موجهة لموظفي المؤسسة. أما وجه الشبه فقد درسا كليهما موضوع إدارة المعرفة والميزة التنافسية، وكذلك اتباعها للمنهج الوصفي التحليلي واستخدام الاستبيان.

III.2.2- دراسة الباحث موندرا :

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل التي توفر ميزة مبتكرة وتنافسية لإدارة المعرفة في المنظمات العالمية ومقارنتها بالقطاع الهندي للتكنولوجيا، وإستخدم الباحث المنهج الوصفي في دراسته، والإستبانة والمسح لجمع المعلومات عن عينة الدراسة (Sabah Agha، 2012)

توصلت الدراسة إلى أن الابتكار هو العمل الأساسي المكون لإدارة المعرفة، وأن إكتشاف طرق جديدة لإدارة المعرفة له تأثير كبير على الإنتاج والخدمات التي يمكن أن تقدمها الشركة، كما وأكدت الدراسة على أن الإبتكار أمر ضروري لتحقيق ميزة تنافسية، وأن امتلاك الموظفين للإبتكار يساهم في إكتشاف طرق جديدة لإدارة المعرفة. وتوصلت الدراسة أيضاً أن التكنولوجيا أمر ميسر ويزيد من التفاعلات ويعزز تدفق المعرفة في الشركات الهندية بشكل خاص. وقد اختلفت الدراساتين هذه الدراسة تدرس تحقيق الميزة تنافسية من خلال إدارة المعرفة والابتكار في قطاع تكنولوجيا المعلومات الهندي وبالإضافة إلى إدارة المعرفة والميزة التنافسية تطرقت هذه الدراسة إلى عنصر الابتكار كمساعد لإدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية، اما دراستنا فتدرس علاقة إدارة المعرفة بالميزة التنافسية المؤسسة الاقتصادية، كما استخدمت هذه الدراسة المسح لجمع المعلومات عن عينة الدراسة. اما وجه الشبه فقد كان في انهما درسا موضوع إدارة المعرفة والميزة التنافسية، وكذلك في اتباعهما لمنهج الوصفي واستخدام الاستبانة .

3.III - مناقشة نتائج التحليل واختبار الفرضيات

قبل اختبار الفرضيات وتطبيق الادوات الاحصائية والاختبارات يجب أولاً معرفة ما إذا كانت البيانات تتبع توزيعاً طبيعياً او لا، لمعرفة تطبيق الاختبارات المناسبة .

1.3.III - اختبار التوزيع الطبيعي :

نستخدم هذا الاختبار لمعرفة ما اذا كانت البيانات تتبع توزيعاً طبيعياً اولا ولمعرفة ذلك نستخدم اختبارين معروفين هما Kolmogorov-Smirnov واختبار Shapiro-Wilk وهذا بوضع الفرضيتين التاليتين عند مستوى دلالة 0.05 :

H_0 : البيانات تتبع توزيعاً طبيعياً / H_1 : البيانات لا تتبع توزيعاً طبيعياً.

في دراستنا لدينا خمس ابعاد خاصة بعمليات ادارة المعرفة ومحورين المحور الاول هو عمليات ادارة المعرفة اجمالاً بأبعاده الخمس والمحور الثاني هو الميزة التنافسية ، وبعد ادخال البيانات للبرنامج الاحصائي spss تحصلنا على النتائج التالية:

جدول رقم (1): اختبار التوزيع الطبيعي

إختبار شابيرو		إختبار سيمنروف		المحاور
مستوى الدلالة	قيمة الإحصائية	مستوى الدلالة	قيمة الإحصائية	
0.093	0.947	0.086	0.139	البعد الأول : تشخيص المعرفة
0.000	0.856	0.000	0.238	البعد الثاني : توليد المعرفة
0.000	0.822	0.000	0.250	البعد الثالث : تخزين المعرفة
0.003	0.894	0.001	0.208	البعد الرابع : نشر المعرفة
0.000	0.760	0.000	0.273	البعد الخامس : تطبيق المعرفة
0.000	0.842	0.001	0.203	المحور الاول: عمليات المعرفة
0.000	0.705	0.000	0.281	المحور الثاني: الميزة التنافسية

المصدر : من اعداد الباحثان بناء على برنامج spss

من نتائج الجدول نلاحظ ان قيم المعنوية لإحصائية سيمنروف للمحاور والأبعاد كانت وكلها بمستوى معنوية اقل من 0.05 مما يجعلنا نقبل بالفرض البديل اي ان البيانات لا تتبع توزيعاً طبيعياً حسب اختبار سيمنروف ماعد البعد الأول

تشخيص المعرفة الذي يتبع توزيعاً طبيعياً حسب هذا الاختبار ، وبنفس الطريقة وحسب معنوية قيم إحصائية شايبيرو فكانت كلها أقل من 0.05 أي كل البيانات لا تتبع توزيعاً طبيعياً عدا البعد الأول وبنفس الحالة نقبل الفرض البديل القائل ان البيانات لا تتبع توزيعاً طبيعياً .

وبعد اختبار الطبيعة ووجدنا ان البيانات لا تتوزع طبيعياً وجب علينا استخدام الاختبارات اللامعلمية للدراسة .

III.2.3-الاختبار اللامعلمية :

تستخدم هذه الاختبارات في حالة واحدة عندما تكون البيانات لا تتبع توزيع طبيعياً والعينة صغيرة ومن بين اهم هذه الاختبارات هي اختبار كاي تربيع ، واختبار مان وتني، واختبار كريسكال واليس وفي دراستنا سوف نختبر ثلاث انواع من الفرضيات وهي فرضية العلاقة ، وفرضية الفرق، وفرضية التأثير .

III.2.3-1-اختبار فرضيات العلاقة :

سوف نستخدم فيها معامل الارتباط سبيرمان وذلك بحساب مصفوفة الارتباطات للرتب لان التوزيع غير طبيعي نختبر معامل الارتباط لمعرفة الدلالة الإحصائية له كالتالي :

H_0 : لا توجد علاقة بين المتغيرات $r = 0$ / H_1 : توجد علاقة بين المتغيرات $r \neq 0$

من مخرجات spss تحصلنا على الجدول التالي :

الجدول رقم (2):معامل الارتباط بين متغيرات الدراسة

الميزة التنافسية		أبعاد عمليات إدارة المعرفة
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
0.004	0.469	عملية تشخيص المعرفة
0.000	0.628	عملية توليد المعرفة
0.052	0.331	عملية تخزين المعرفة
0.000	0.594	عملية نشر المعرفة
0.002	0.499	عملية تطبيق المعرفة
0.000	0.582	إجمالي المحور الأول عمليات المعرفة

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق وجدنا ما يلي:

العلاقة بين البعد الأول عمليات تشخيص المعرفة والميزة التنافسية كانت طردية متوسطة ومعامل الارتباط مساوي الى (0.469) وهذا الارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 5% ، لأن قيمة sig أقل من 0.05 أي نرفض الفرض الصفري.

العلاقة بين بعد توليد المعرفة والميزة التنافسية كانت قوية نسبياً حيث بلغ معامل الارتباط (0.628) وهو ذو دلالة إحصائية عند مستوى 5% ، لأن قيمة sig = 0.00 وهي أقل من 0.05.

العلاقة بين بعد تخزين المعرفة والميزة التنافسية ضعيفة بدليل معامل الارتباط الذي يساوي (0.331) وهذا الارتباط ليست له دلالة إحصائية عند مستوى 5% لان قيمة sig = 0.052 وهي أكبر من 0.05 أي نقبل الفرض الصفري.

وجدنا أن معامل الارتباط بين عمليات نشر المعرفة والميزة التنافسية يساوي (0.594) وهو ارتباط طردية متوسط لكنه ذو دلالة إحصائية عند مستوى 5% ، نظراً لأن قيمة sig = 0.000 أي نرفض الفرض الصفري.

أما العلاقة بين تطبيق المعرفة والميزة التنافسية كانت طردية متوسطة لأن $r=0.499$ وهذا الارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى 5% أي نرفض الفرض الصفري.

بالنسبة لإجمالي المحور الأول عمليات تطبيق المعرفة والميزة التنافسية فالعلاقة طردية متوسطة حيث بلغ معامل الارتباط ($r=0.582$)، وهذا الارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى 5% نظرا لأن قيمة $sig=0.000$ وهي أقل من 0.05 أي نرفض الفرض الصفري ونقول أنه هناك علاقة بين المحورين.

III.2.2.3- اختبار فرضيات الفرق:

لاستخدام هذا الاختبار لدينا اختبارين مهمين هما مان ويتي ، واختبار كريسكال واليس نظرا لان التوزيع غير طبيعي كما يلي:

III.2.3.3-اختبار مان وتي :

هذا الاختبار من الاختبارات اللامعلمية ويستخدم لمعرفة الفروقات في متوسطات اجابات العينة حسب خاصية تقسم العينة إلى قسمين فقط، وفي دراستنا توجد خاصية واحدة تقسم العينة لقسمين وهي الجنس، اذا ستكون هناك فرضية رئيسية وفرضيات جزئية.

الفرضية الرئيسية: لا توجد فروقات بين متوسطات إجابات العينة ترجع الى خاصية الجنس ، وانطلاقا من هذه الفرضية سوف نقسما الى فرضيتين جزئيتين الاولى خاصة بإدارة المعرفة والثانية بالميزة التنافسية . وللإجابة على كل هذه الفرضيات استخدمنا اختبار مان وتي للمحورين مع متغيرة الجنس ، وتحصلنا على الجدول التالي الشامل من مخرجات spss عند مستوى دلالة 0.05 كما يلي :

الجدول رقم (3): اختبار مان وتي لعينتين مستقلتين

الأقسام	إختبار مان وتي	مستوى دلالة
عمليات ادارة المعرفة	100.000	0.359
الميزة التنافسية	124.000	0.971

المصدر : من اعداد الباحثان بناء على مخرجات البرنامج الاحصائي

من الجدول السابق نلاحظ ان قيمة احصائية مان وتي للاختبارات كانت كما يلي وعلى الترتيب (100.000، 124.000) وكلها بمستويات معنوية كالاتي وعلى الترتيب (0.359، 0.971) وكلها اكبر من 0.05 مما يعني قبول كل الفرضيات الجزئية القائلة بانه لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على المحورين ترجع الى الجنس .

III.2.3.4-اختبار كريسكال-واليس:

هذا الاختبار من الاختبارات اللامعلمية ويستخدم لمعرفة الفروقات في متوسطات اجابات العينة حسب خاصية تقسم العينة الى اكثر من قسمين، وفي دراستنا توجد ثلاث خصائص تقسم العينة لأكثر من قسمين هم المستوى التعليمي والخبرة وعدد الدورات التكوينية، اذا ستكون هناك ثلاث فرضيات رئيسية.

الفرضية الرئيسية الأولى: لا توجد فروقات بين متوسطات إجابات العينة حول محاور الدراسة ترجع الى المؤهل العلمي، وانطلاقا من هذه الفرضية سوف نقسما الى فرضيتين جزئيتين الاولى خاصة بإدارة المعرفة والثانية بالميزة التنافسية، وللإجابة على كل هذه الفرضيات استخدمنا اختبار كريسكال واليس للمحورين الاتيين مع المستوى التعليمي ، وتحصلنا على الجدول التالي الشامل من مخرجات spss عند مستوى دلالة 0.05 كما يلي :

الجدول رقم (4): اختبار الفروق لكريسكال واليس بين محاور الدراسة تبعا للمستوى التعليمي

الأقسام	اختبار كريسكال واليس	مستوى دلالة
عمليات ادارة المعرفة	11.935	0.018
الميزة التنافسية	12.301	0.015

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS

من نتائج الاختبار كانت قيمة الإحصائية للمحورين على التوالي كما يلي (11.935 و 12.301) و كلها بمستويات معنوية على التوالي (0.018، 0.015) وهي اقل من 0.05 يعني قبول كل الفرضيات الجزئية البديلة بأنه توجد فروقات بين متوسطات إجابات العينة على محاور الدراسة ترجع إلى خاصية مستوى التعليمي. الفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة ترجع الى خاصية الخبرة المهنية، وانطلاقا من هذه الفرضية سوف نقسمها الى فرضيتين جزئيتين الاولى خاصة بإدارة المعرفة والثانية بالميزة التنافسية، وللإجابة على كل هذه الفرضيات استخدمنا اختبار كريسكال واليس للمحورين الاثنتين مع متغيرة الخبرة المهنية، وتحصلنا على الجدول التالي الشامل من مخرجات spss عند مستوى دلالة 0.05 كما يلي :

الجدول رقم (5): اختبار الفروق لكريسكال واليس بين محاور الدراسة تبعا الخبرة المهنية

الأقسام	اختبار كريسكال واليس	مستوى دلالة
عمليات إدارة المعرفة	4.509	0.211
الميزة التنافسية	7.102	0.069

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS

من نتائج الاختبار كانت قيمة الإحصائية للأقسام الثلاثة على التوالي كما يلي (4.509، 7.102) وكلها بمستويات معنوية على التوالي (0.211، 0.069) وهي اكبر من 0.05 مما يجعلنا نقبل الفرضيات الجزئية بانه لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على محاور الدراسة ترجع إلى خاصية الخبرة المهنية . الفرضية الرئيسية الثالثة: لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة ترجع الى عدد الدورات التكوينية، وانطلاقا من هذه الفرضية سوف نقسمها الى فرضيتين جزئيتين الاولى خاصة بإدارة المعرفة والثانية بالميزة التنافسية، وللإجابة على كل هذه الفرضيات استخدمنا اختبار كريسكال واليس للمحورين الاثنتين مع متغيرة عدد دورات التكوينية، وتحصلنا على الجدول التالي الشامل من مخرجات spss عند مستوى دلالة 0.05 كما يلي :

الجدول رقم (6): اختبار الفروق لكريسكال واليس بين محاور الدراسة تبعا عدد الدورات التكوينية

الأقسام	اختبار كريسكال واليس	مستوى دلالة
عمليات إدارة المعرفة	2.241	0.692
الميزة التنافسية	1.972	0.741

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS

من نتائج الاختبار كانت قيمة الإحصائية للأقسام الثلاثة على التوالي كما يلي (2.241 ، 1.972) وكلها بمستويات معنوية على التوالي (0.692 ، 0.741) وهي اكبر من 0.05 مما يجعلنا بقبول كل الفرضيات الجزئية بأنه لا توجد فروقات بين متوسطات اجابات العينة على محاور الدراسة ترجع إلى خاصية عدد دورات التكوينية.

III.3.3-فرضية التأثير:

من خلال فرضيات التأثير سوف نحاول الإجابة على فرضيات الدراسة ، والمتمثلة في الفرضية الرئيسية التالية باستخدام معادلة الانحدار البسيط بين كل من محور عمليات المعرفة كمتغير مستقل، ومحور الميزة التنافسية كمتغير تابع ثم بعد ذلك نبين تأثير كل بعد من ابعاد ادارة المعرفة مع الميزة التنافسية :

III.3.3-1-إختبار الاثر باستخدام الانحدار البسيط بين عمليات ادارة المعرفة والميزة التنافسية:

في هذا العنصر سوف نستخدم معادلة الانحدار البسيط بين محور عمليات المعرفة اجمالاً مع محور الميزة التنافسية عبر طرح الفرضية الرئيسية التالية:

الفرضية الصفرية الرئيسية H0: لا يوجد اثر ذي دلالة احصائية لعمليات ادارة المعرفة على الميزة التنافسية في مؤسسة موبيليس، لإختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (7): نتائج اختبار اثر عمليات المعرفة على الميزة التنافسية

المتغير التابع	(R)	(R2)	F	DF	Sig	β	Sig
الارتباط	معامل التحديد	المحسوبة	درجات الحرية	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	معامل الانحدار	مستوى الدلالة
0.770	0.593	48.032	1	0.000	0.997	0.000	
			33				
			34				

المصدر : من اعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS

معادلة الانحدار البسيط كانت كالآتي :

تشير النتائج الجدول السابق وفقاً لآراء أفراد عينة الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية لعمليات إدارة المعرفة على الميزة التنافسية في مؤسسة موبيليس إذ بلغ معامل ارتباط (B=0.770) وهو ارتباط قوي طردي عند مستوى دلالة 5% ، أما معامل التحديد B2 بلغ (0.593) حيث أن 59.3% من التغير في الميزة التنافسية يرجع لتغير في عمليات إدارة المعرفة، وقد بلغت قيمة درجة التأثير (B = 0.997)، وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في الاهتمام بعمليات إدارة المعرفة بمكوناتها يؤدي الي زيادة الميزة التنافسية بقيمة (0.997) ويؤكد معنوية أثر عمليات إدارة المعرفة على الميزة التنافسية قيمة F المحسوبة والتي بلغت (F=48.032) وهي دالة إحصائية بمستوى معنوية 5% لان قيمة (sig=0.000)، وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الرئيسية وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقول وجود أثر ذو دلالة إحصائية لعمليات إدارة المعرفة على الميزة التنافسية عند مستوى دلالة 5%.

III.2.3.3- إختبار الأثر باستخدام الانحدار المتعدد بين ابعاد عمليات ادارة المعرفة والميزة التنافسية

ولبيان درجة تأثير كل بعد من أبعاد عمليات ادارة المعرفة في مؤسسة موبيليس على الميزة التنافسية ، تم استخدام الانحدار المتعدد ، عبر طرح الفرضية الرئيسية التالية :

الفرضية الصفرية الرئيسية H_0 : لا يوجد اثر ذي دلالة احصائية لإبعاد عمليات ادارة المعرفة المتمثلة في (تشخيص المعرفة، توليد المعرفة، تخزين المعرفة، نشر المعرفة، تطبيق المعرفة) على الميزة التنافسية في مؤسسة موبيليس، ونتائج الاختبار موضحة بالجدول التالي :

الجدول رقم (8): نتائج الانحدار المتعدد لعمليات المعرفة على الميزة التنافسية

المتغير التابع	(R)	(R ²)	F المحسوبة	DF	Sig	B معامل الانحدار	Sig
	الارتباط	معامل التحديد		درجات الحرية	مستوى الدلالة		مستوى الدلالة
الميزة التنافسية	0.792	0.627	9.754	5	0.000	البعد الاول 0.328	0.043
						البعد الثاني 0.369	0.019
				29		البعد الثالث 0.148	0.012
						البعد الرابع 0.209	0.003
				34		البعد الخامس -0.088	0.629

المصدر : من اعداد الباحثان بناء على مخرجات SPSS

معادلة الانحدار المتعدد كانت كالآتي :

تشير النتائج بالجدول رقم (9) وفق آراء أفراد عينة الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية لعمليات إدارة المعرفة على الميزة التنافسية في مؤسسة موبيليس إذ بلغ معامل ارتباط (0.792) وهو ارتباط طردي قوي ،أما معامل التحديد فقد بلغ (0.627) أي أن 62.7% من التغير في الميزة التنافسية ناتج عن تغير في الاهتمام بعمليات إدارة المعرفة بأبعادها ،كما بلغت قيمة تأثير $B=0.328$ لعملية تشخيص المعرفة ،(0.369) لعملية توليد المعرفة ،(0.148) لعملية تخزين المعرفة ،(0.209) لعملية نشر المعرفة ،(-0.088) لعملية تطبيق المعرفة ، وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في كل بعد من الأبعاد يؤدي الي زيادة في الميزة التنافسية بقيمة (B) غير البعد الأخير الذي يؤدي الى نقصان الميزة التنافسية ب (8.8%) أي أن كل الأبعاد تؤدي الى زيادة الميزة التنافسية عدا البعد الأخير الذي يؤدي الى نقصان الميزة التنافسية وكل الأبعاد كانت بقيمة B معنوية غير البعد الأخير كان غير معنوي يعني أن يمكن القول أن عملية تطبيق المعرفة يمكن حذفها من معادلة الانحدار لأنها ليست معنوية في النموذج، وفي الأخير يمكن القول أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لعمليات إدارة المعرفة (تشخيص المعرفة ،توليد المعرفة، تخزين المعرفة، نشر المعرفة) على الميزة التنافسية في مؤسسة موبيليس.

IV. الخاتمة:

وعلى ضوء ما سبق حاولنا معرفة أهمية إدارة المعرفة في كسب الميزة التنافسية من خلال إجراء دراسة تطبيقية في مؤسسة إتصالات الجزائر* موبيليس* بالوادي، تمحورت حول إشكالية رئيسية تمثلت في السؤال التالي: كيف تساهم عمليات إدارة المعرفة في كسب الميزة التنافسية في مؤسسة إتصالات الجزائر* موبيليس* الوادي؟ ولقد سمحت لنا الدراسة بالخروج بجملته من النتائج نورد أهمها فيما يلي:

-تعتبر إدارة المعرفة أسلوب إداري ظهر معنفاة القرن الماضي نتيجة لتطور الفكر الإداري، وتماشيا مع الأحداث والتغيرات المستمرة التي نميز هذا العصر، بهدف تدعيم الميزة التنافسية بالمؤسسة؛

-تسعى إدارة المعرفة من خلال عملياتها إلى تشخيص وتوليد وتخزين ونشر وتطبيق المعرفة في المؤسسة بهدف الإبداع، وتحقيق الميزة التنافسية؛

-الميزة التنافسية هي كل خاصية سعت إليها المؤسسة بوضع استراتيجيات ومجهودات قصد امتلاكها؛

-من خلال الدراسة التطبيقية وجدنا هناك علاقة بين إدارة المعرفة والميزة التنافسية عند مستوى معنوية 5% ؛

-لا توجد فروقات إحصائية بين ادراك افراد العينة على محاور الدراسة ترجع لخصائصهم وذلك بمستوى معنوي 5%؛

-وجدنا أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد إدارة المعرفة على الميزة التنافسية إلا بعد واحد وهو بعد تطبيق المعرفة أي أن كل من تشخيص المعرفة وتوليد المعرفة وتخزين المعرفة ونشر المعرفة يؤثران على الميزة التنافسية عند مستوى معنوي 5%.

-من خلال النتائج التي توصلنا إليها عمدنا إلى مجموعة من التوصيات نوجزها فيما يلي:

-ضرورة الإهتمام بعمليات ادارة المعرفة لأنها تؤدي الى خلق وتطوير قدراتها المميزة وبالتالي الحصول على مميزات تنافسية يصعب تقليدها؛

-ضرورة تثقيف أفراد عينة الدراسة نحو المعرفة بأنواعها (الظاهرة والضمنية....) وكيفية إدارتها من خلال عملياتها (عمليات إدارة المعرفة)، ذلك من أجل نقلها من ذوي الخبرة والإختصاص والحاملين لها الى باقي الأفراد، وإستخدامها لتطوير المؤسسة من خلال الحصول على القدرات المميزة من هذه المعرفة؛

-تأسيس قسم في المؤسسة باسم إدارة المعرفة، وتحديد مهامه واستراتيجياته؛

-أسلوب إدارة المعرفة أسلوب إداري جديد يجب أن تتبناه جميع المؤسسات التي لديها رغبة للبقاء في بيئتها التنافسية؛

-ضرورة إهتمام المؤسسة بالمعرفة الموجودة في بيئتها.

– الإحالات والمراجع :

1. ابراهيم الملكاوي الخلوف. (2007) 'إدارة المعرفة: الممارسات والمفاهيم، عمان' الاردن: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع' ص24.
2. جمال يوسف بدير' (2010). اتجاهات حديثة في إدارة المعرفة والمعلومات' عمان. الاردن: ب.د، ص62.
3. حسن بوزناق. (2013) 'إدارة المعرفة ودورها بناء الإستراتيجية التسويقية دراسة ميدانية' باتنة' الجزائر: جامعة محمد لخضر.
4. رزيقة مجاوي' (2012) 'الابداع كمدخل لاكتساب الميزة التنافسية المستدامة في منظمات الاعمال دراسة حالة مؤسسة ملبنة الحضنة بالمسيلة (غير منشورة)' المسيلة: جامعة محمد بوضياف، ص 28.
5. صالح عبد الحكيم عبد الغفور' (2015). إدارة المعرفة ودورها في تدقيق الميزة التنافسية جامعات قطاع غزة، تدخل ضمن متطلبات رسالة ماجستير، أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا' غزة، فلسطين: جامعة الأقصى.
6. عبد الستار العلي، عامر ابراهيم قنديلجي، غسان العمري. (2006). المدخل إلى إدارة المعرفة. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص 26.
7. عز الدين علي سويسي، نعمة عباس الخفاجي. (2015). الميزة التنافسية وفق منظور استراتيجيات التغيير التنظيمي، (المجلد الأول). عمان، الاردن: دار الأيام للنشر والتوزيع، ص75.
8. محمد عواد الزيادات. (2019). 'إتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة . عمان: دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، ص56.
9. معالي فهمي حيدر. (2002). نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية. القاهرة الاسكندرية: الدار الجامعية، ص08.
10. منصورى الزين. (2013). الإبداع كمدخل لأكتساب الميزة التنافسية المستدامة في منظمات الاعمال، جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر.
11. موندرا. (2011). تحقيق الميزة تنافسية من خلال إدارة المعرفة والابتكار (أدلة تجريبية من قطاع تكنولوجيا المعلومات الهندي).
12. نذير سي أحمد. (2013). نظام تقييم أداء الموارد البشرية وتفعيل التنافسية المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسستي سوناطراك وسيفتال. الجزائر: جامعة الجزائر 03 .
13. نغوين' (2010) 'القدرة على إدارة المعرفة والميزة التنافسية (دراسة ميدانية من الشركات الفيتنامية).
14. Nguyen, 2010, "Knowledge management capability and competitive advantage: an empirical study of Vietnamese enterprises".
15. Mundra and others, 2011, "Achieving Competitive Advantage Through Knowledge Management and Innovation: Empirical Evidences from the Indian IT Sector".
16. Sabah Agha and another one, .(2012) .EFFect of Core Competence on Competitive Advantage and Organizational Performance, Article published in Internationaj Journal of Business and Management .Jordan: Vol 7, No 1, Middle East University–MEU. ،
17. Thomas Fritz, The Competitive Advantage Period and the Industry Advantage Period: Assessing the Sustainability and Determinants of Superior Economic Performance, GablerEdition Wissenschaft, 1st ed, 2008