

دور إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية مؤسسة صناعة الكوابل بسكرة

د/ شنشونه محمد
أ/ رحمون رزيقة
جامعة بسكرة

المخلص :

Résumé :

L'étude visait à identifier le rôle de management de la connaissance et la technologie de l'information dans la construction de l'avantage concurrentiel, par une enquête des cadres de l'entreprise ENICAB-Biskra .

L'étude a conclu qu'il existe une forte corrélation entre le management de la connaissance avec ses quatre dimensions (l'identification de la connaissances, le stockage des connaissances, le partage des connaissances, l'application des connaissances) et l'avantage concurrentiel avec ses deux dimensions (réduction des coûts, différenciation) dans l'entreprise étude de cas . Aussi l'étude conclu qu'il existe une forte corrélation entre la technologie de l'information avec ses trois dimensions (bases de données, logiciels, technologie de réseau) et l'avantage concurrentiel avec ses deux dimensions (réduction des coûts, différenciation).

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور عمليات إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية، وذلك من خلال استقصاء آراء المبحوثين في مؤسسة صناعة الكوابل - بسكرة ، حيث شمل مجتمع الدراسة على إطارات المؤسسة لكونها من المؤسسات المهمة في الولاية. وتوصلت الدراسة إلى انه هناك ارتباط قوي بين ادارة المعرفة بأبعادها الاربعة (توليد المعارف، تخزين المعارف ، توزيع المعارف، تطبيق المعارف) و بين الميزة التنافسية ببعديها(التكلفة الاقل، تمييز المنتج) في المؤسسة محل الدراسة. ايضا توصلت الدراسة إلى انه هناك ارتباط قوي بين تكنولوجيا المعلومات بأبعادها الثلاثة (قواعد البيانات ، البرمجيات ، تكنولوجيا الشبكات) و بين الميزة التنافسية ببعديها(التكلفة الاقل، تمييز المنتج).

1.1 مقدمة:

تعتبر المعرفة احد الركائز الاستراتيجية للمؤسسات لما لها من أهمية كبيرة في تفوق المؤسسة عن منافسيها ، بالإضافة إلى أنها وسيلة القوة والتفوق التي تعطي للمؤسسة الميزة التنافسية وتساعدنا في المحافظة على مكانتها في السوق.

إن إدارة المعرفة من خلال دعم تكنولوجيا المعلومات تلعب دورا أساسيا في المؤسسات، حيث أنها تدعو إلى توسيع دائرة التشارك المعرفي بين الأفراد و المجموعات، وإتاحة الفرصة للعاملين في المؤسسات لتعميق معرفتهم وخبراتهم العلمية والعملية وحثهم على نشرها وتعليمها للآخرين. وبالرجوع إلى المؤسسات الجزائرية نجدنا رغم الإصلاحات التي مرت بها ، والتي كانت بدايتها إعادة الهيكالية المالية و العضوية ونهايتها الخصوصية والتوجه نحو اقتصاد السوق ، لم تتجح في الالتحاق بهذه التطورات رغم كل الجهود و المحاولات، وهذا بسبب ضعف التطبيق فيها، وان هذا العجز الواقع داخل المؤسسة الاقتصادية بالجزائر يحتم علينا التعامل برؤية معمقة لهذا الموضوع مع الأخذ بالمفاهيم و التقنيات الحديثة، حيث لا يمكن تفسيره سوى بكونه فارق معرفي غير متاح بصورة سليمة للتطبيق.

2.1 اشكالية الدراسة

يركز هذا البحث على مشكلة تعاني منها المؤسسات الصناعية الجزائرية، تتمثل في ضعف تطبيق إدارة المعرفة و استخدام تكنولوجيا المعلومات من اجل تحقيق الميزة التنافسية ، لذا ركز هذا البحث على دراسة دور إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسة من وجهة نظر إطارات مؤسسة الكوابل الصناعية كنموذج للدراسة.

وعليه فإن إشكالية الدراسة التي نطرحها تبحث في دور إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية ولتحقيق الأهداف المنشودة تمت صياغة الإشكالية على النحو التالي:
ما دور إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية؟
هذا التساؤل يمكن التفصيل فيه وتوضيحه أكثر من خلال جملة من الأسئلة الفرعية على النحو التالي:

1/ ما دور عمليات إدارة المعرفة في تخفيض التكاليف بالمؤسسة؟

2/ ما دور عمليات إدارة المعرفة في تمييز المنتج بالمؤسسة؟

3/ ما دور مكونات تكنولوجيا المعلومات في تخفيض التكاليف بالمؤسسة؟

4/ ما دور مكونات تكنولوجيا المعلومات في تمييز المنتج بالمؤسسة؟

3.1 أهمية الدراسة

لقد تناولت الدراسة متغيرات رئيسية تتمثل في : إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات و الميزة التنافسية ، حيث يعتبرون من المتغيرات المهمة في الأدب الإداري المعاصر، ويمكن القول بان أهمية هذه الدراسة تكمن في ان إدارة المعرفة من خلال عملياتها التي تسعى إلى مساعدة عمال المعرفة على استثمار المعارف و توظيفها في حل المشاكل التي تواجه المؤسسة و اقتناص الفرص المتاحة ، كما تبرز أهمية هذه الدراسة في مساهمة تكنولوجيا المعلومات في توفير و إتاحة المعلومات الملائمة للعاملين في مختلف المستويات التنظيمية والوظيفية و التعريف بالمؤسسة و منتجاتها للشركاء ، بالإضافة إلى ذلك فهي تسمح بالتواصل مع الزبائن بشكل تفاعلي.

4.1 أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف من بينها:

- 1/ إبراز الدور و المكانة التي تحتلها ادارة المعرفة في المؤسسات الحديثة.
- 2/ تقديم ما يسهم في زيادة القدرات المعرفية والتنظيمية للمؤسسة قيد الدراسة.
- 3/ التعرف على طبيعة العلاقة بين ادارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات و بين الميزة التنافسية.

5.1 منهجية الدراسة

اعتمدت في جانبها النظري على ما توفره الكتب والرسائل الجامعية ، والمقالات الورقية والالكترونية المنشورة والمتاحة على المواقع من المادة العلمية اللازمة لتغطية الجوانب النظرية للموضوع ، وبذلك فهي استنتاجية تهدف إلى توضيح أهمية إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية ، أما في جانبها التطبيقي فهي دراسة مسحية تعتمد على عينة محددة تنتمي إلى مجتمع معروف يتمثل في إطارات مؤسسة صناعة الكوابل بسكرة . حيث بلغت عدد الاستمارات الموزعة (55)استمارة و هذا نظرا لعدم تمكننا من الوصول إلى باقي الإطارات، استرجعت منها (40) استمارة و التي تم تحليلها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

6.1 وسائل جمع و تحليل البيانات

اعتمد في تحديد المتغيرات على العديد من الدراسات والأبحاث ،كما تم الاعتماد على الاستبيان في جمع المعلومات عن مجتمع الدراسة ،حيث قسم الاستبيان إلى اربعة أقسام ،المحور الأول يخص البيانات العامة أما المحور الثاني فهو مخصص لإدارة المعرفة ، المحور الثالث فهو مخصص لتكنولوجيا المعلومات،اما المحور الرابع فقد خصص للميزة التنافسية ، بالإضافة إلى ذلك تم الاعتماد على مقياس سلم Likert ذو البدائل الخمسة و ذلك تبعاً لموضوع الدراسة ، حيث أن هذا المقياس يبدو الأكثر قبولاً للدراسة.

7.1 فرضيات الدراسة

إن الإجابة على التساؤلات السابقة للدراسة تنطلق من بناء مجموعة من الفرضيات وهي:
الفرضية الرئيسية الأولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية تبرز دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية.

و تتبثق من هذه الفرضية فرضيتين فرعيتين و هما:

1/ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية تبرز دور عمليات إدارة المعرفة في تخفيض التكاليف.

2/ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية تبرز دور عمليات إدارة المعرفة في تمييز المنتج.

الفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية تبرز دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.

و تتبثق من هذه الفرضية فرضيتين فرعيتين و هما:

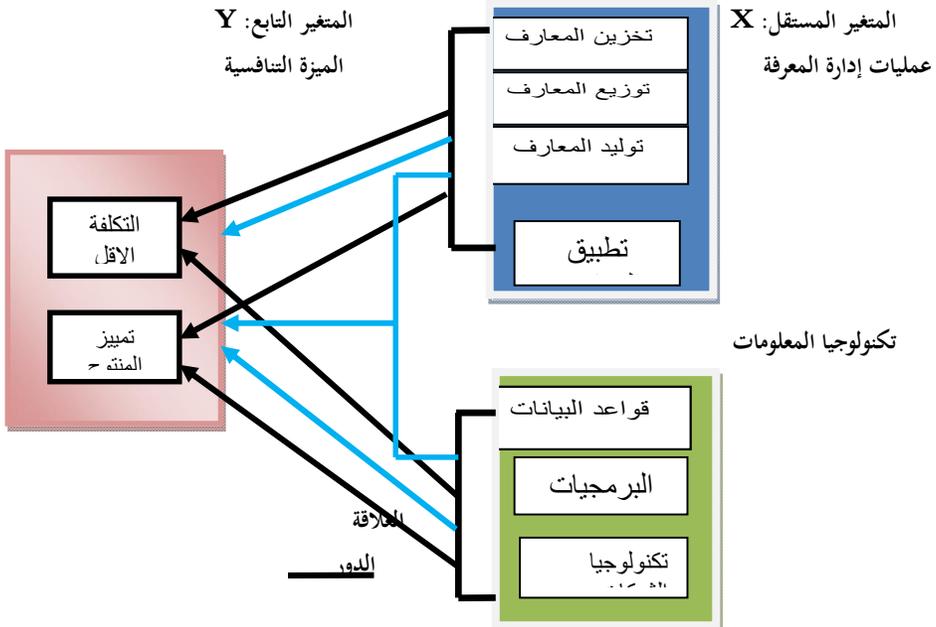
1/ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية تبرز دور مكونات تكنولوجيا المعلومات في تخفيض التكاليف.

2/ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية تبرز دور مكونات تكنولوجيا المعلومات في تمييز المنتج.

الفرضية الرئيسية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية تبرز دور إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات معا في تحقيق الميزة التنافسية.

8.1 نموذج الدراسة

تبعاً لمتغيرات الدراسة وتساؤلاتها تم وضع نموذج مقترح للدراسة يتمثل في الشكل الموالي:



1.2 إدارة المعرفة (المفهوم و العمليات) :

لقد تناول الباحثون مفهوم إدارة المعرفة من عدة منظورات مختلفة و هذا تبعاً لاختلاف تخصصاتهم وخلفياتهم العلمية والعملية، مما أدى إلى صعوبة التسليم بوجود مفهوم جامع يمكن أن يعطي فهماً شاملاً ويعود سبب ذلك إلى:

- 1/ أن ميدان إدارة المعرفة واسع جداً.
- 2/ اختلاف مجالات تطبيق المعرفة و التخصصات المرتبطة بها.
- 3/ سبق جانبها التطبيقي على الجانب النظري.

1.1.2 مفهوم إدارة المعرفة: تشكل إدارة المعرفة مدخلاً جديداً في علم التسيير و احد التطورات الفكرية الأكثر ملائمة لمواكبة التسارع و التحولات في المؤسسة الاقتصادية، إن أول من تمكن من تدويل المعرفة هم اليونانيون، و في العصور الإسلامية الأولى نتيجة لحث الدين الإسلامي الحنيف على طلب العلم انطلاقاً من أول آية نزلت على سيد الخلق محمد (صلى الله عليه و سلم) "اقرأ باسم ربك الذي خلق، خلق الإنسان من علق، اقرأ و ربك الأكرم، الذي علم بالقلم، علم الإنسان ما لم يعلم"¹. برع المسلمون في نقل معارف الحضارات الأخرى، حيث نجحوا في وضع اللبنة الأولى لكثير من العلوم التطبيقية كالطب و علم الفلك... الخ.

لقد تناول الباحثون مفهوم إدارة المعرفة من زوايا مختلفة و هذا تبعاً لاختلاف تخصصاتهم وخلفياتهم العلمية والعملية، أيضاً سبق جانبها التطبيقي على النظري جعل من إمكانية إعطاء تعريف موحد لها أمراً في غاية الصعوبة إن لم يكن غير ممكن، ومن بين التعاريف الأكثر إفادة والمأما بمفهوم إدارة المعرفة نجد التعريف التالي: "هي مجموع الأنشطة و العمليات التنظيمية والتقنية التي نحاول من خلالها تشخيص وتحديد أهداف المعرفة ومن ثمة جمعها، تنظيمها، تخزينها، ليتم توزيعها واستعمالها، داخل المؤسسة بما يضمن تحقيق القيمة المضافة غير المادية للمؤسسة، من هذا التعريف فإن نظرتنا لإدارة المعرفة تكون من زاوية نظرية النظم التي تدرس إدارة المعرفة في المحيط العام للمؤسسة، حيث تحاول تقسيم النظام إلى مجموعة من الأنظمة التحتية لكل منها دور محدد². من هذا التعريف فإن نظرتنا لإدارة المعرفة تكون من زاوية نظرية النظم التي تدرس إدارة المعرفة في المحيط العام للمؤسسة، حيث تحاول تقسيم النظام إلى مجموعة من الأنظمة التحتية لكل منها دور محدد، كما أن تفاعل عناصر الأنظمة التحتية فيما بينها يولد ما يعرف بأفضلية الزيادة التي لا يمكن الحصول عليها من التجميع فقط.

2.1.2 عمليات إدارة المعرفة:

إن عمليات إدارة المعرفة هي عبارة عن مراحل نظامية تكاملية لتنسيق نشاطات المؤسسة في ضوء اكتساب المعرفة وخلقها و تخزينها والمشاركة فيها وتطويرها وتكرارها واستخدامها من قبل الأفراد والجماعات الساعية وراء تحقيق الأهداف التنظيمية الرئيسية³.

لقد اختلف الباحثون فيما تتضمنه إدارة المعرفة من عمليات وأنشطة فالبعض يصنفها إلى أربعة عمليات، بينما يتوسع آخرون لتشمل أكثر من ذلك. أما في بحثنا هذا فقد اعتمدنا على أربعة عمليات جوهرية لإدارة المعرفة و هي: توليد المعرفة، خزنها، توزيعها، تطبيقها. وهذا راجع لكون هذه العمليات تتكامل فيما بينها و كل واحدة تعتمد على سابقتها وتدعم العملية التي تليها، كذلك تعتبر هذه العمليات الجوهرية الأخيرة هي العمليات الأساسية الشاملة لإدارة المعرفة، والتي يمكن توظيفها في مسار البحث.

2.2 تكنولوجيا المعلومات (المفهوم و العناصر):

تُعد تكنولوجيا المعلومات أحد أهم معطيات القرن، حيث ان استخدامها في مؤسسات الأعمال المعاصرة يعتبر مظهر من مظاهر التطور والتكيف لمتغيراتها هذا من جانب، ومن جانب آخر أصبحت تكنولوجيا المعلومات حقل معرفي متخصص ارتبطت مفاهيمها ومستلزماتها وتقنياتها بالعلوم الأخرى.

1.2.2 مفهوم تكنولوجيا المعلومات:

لقد اختلفت تعريفات تكنولوجيا المعلومات ، حيث هناك من يعرفها على أنها: مجموعة من التقنيات والأدوات والأساليب التي تساهم في توفير البيانات والمعلومات المطلوبة التي تسهل أداء العمل، وتدعم القدرات لتحسين طرائق العمل، مثال ذلك الحاسوب وتطبيقات البرمجيات والاتصالات عن بعد⁴.

وعرّفت كذلك على أنها: "الجانب التكنولوجي من نظام المعلومات الذي يشمل المكونات المادية ، البرمجيات ، قاعدة البيانات ، الشبكات والوسائط الأخرى⁵ .

و أخيرا من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن تكنولوجيا المعلومات هي الوسائل و الأدوات كالبرمجيات وقواعد البيانات والشبكات المستعملة لجمع المعلومات وتصنيفها وتحليلها وتخزينها واسترجاعها عند الحاجة إليها.

2.2.2 عناصر تكنولوجيا المعلومات:

لتكنولوجيا المعلومات مكونات عديدة من أهم هذه المكونات نجد : قواعد البيانات و التي هي عبارة عن المستودع الذي يشمل كل البيانات والمعلومات المتواجدة في المؤسسة⁶. أما البرمجيات فهي عبارة عن تعليمات وقواعد ونماذج تساعد على معالجة البيانات والقيام بالوظائف المحددة التي صممت من أجلها بسرعة فائقة⁷. و أخيرا تكنولوجيا الشبكات و تتمثل في الانترنت و الانترنت و الاكسترنت. و يمكن تعريف الانترنت على أنها شبكة عالمية مكونة من عدد من الشبكات المتصلة مع بعضها البعض ، وهذا يتضمن الملايين من شبكات الشركات والحكومات والمؤسسات وحتى الشركات الخاصة. أما الانترنت فهي شبكة المؤسسة الخاصة التي تستخدم تكنولوجيا الإنترنت والتي

تصمم لتلبية احتياجات العاملين من المعلومات الداخلية أو من أجل تبادل البيانات والمعلومات عن عمليات وأنشطة المؤسسة. أما فيما يخص الاكسترنات فهي عبارة عن شبكة خاصة على الإنترنت ، تربط الإنترنت لمؤسسة ما مع عملائها ومورديها وشركاء الأعمال الآخرين، لتسهيل التنسيق الكامل للأنشطة المشتركة.

3.2 الميزة التنافسية(المفهوم و الانواع):

تُجمع الأدبيات الاقتصادية بأنه يمكن القول عن مؤسسة أنها حققت ميزة تنافسية عندما تتمكن من تحقيق قيمة مضافة ، بفضل الاستراتيجية التي تتبناها في الوقت الذي يعجز فيه منافسوها القيام بذلك ؛ أي تحقيق نفس القيمة بنفس الاستراتيجية ؛ وفي نفس الوقت.

1.3.2 مفهوم الميزة التنافسية:

إن الميزة التنافسية تنتج أساسا من القيمة الإضافية التي تستطيع المؤسسة توفيرها للزبائن وإقناعهم بها، ولهذا فقد أصبح مفهوم الميزة التنافسية يحتل مكانة هامة في التفكير الاستراتيجي للمؤسسة، خاصة في عصر العولمة الاقتصادية. حيث يعرف " مايكل بورتر " الميزة التنافسية على أنها الميزة 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.⁸ وهو ما يعني القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالنوعية الجيدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب لتلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة مقارنة بالمؤسسات المنافسة.

كما يمكن القول أن الميزة التنافسية: هي الوسيلة التي تستطيع المؤسسة من خلالها الفوز على منافسيها.

2.3.2 أنواع الميزة التنافسية:

أ/ **التكلفة الأقل** : تتمثل الميزة التنافسية المعتمدة على التكلفة الأقل بقدرة المؤسسة على تصميم وتصنيع وتسويق منتج اقل تكلفة مقارنة مع المؤسسات المنافسة، وبما يؤدي في النهاية إلى تحقيق عوائد اكبر .

ب/ **تمييز المنتج** : يتمثل ذلك في قدرة المؤسسة على تقديم منتج متميزا وفريدا وله قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك (جودة أعلى، خصائص خاصة بالمنتج، خدمات ما بعد البيع...).

3.3.2 شروط فعالية الميزة التنافسية:حتى تكون الميزة التنافسية فعالة يجب ان تكون:⁹

- حاسمة،اي تمنح الاسبقية و التفوق على المنافسين.
- ممكن الدفاع عنها،خصوصا من تقليد المنافسين لها.
- مستمرة،اي امكانية استمرارها خلال الزمن.

و تتضمن هذه الشروط الثلاثة صلابة الميزة التنافسية، لأن كل شرط مقرون بالآخر، حيث شرط الحسم مرتبط بشرط الاستمرار و هذا الأخير مرتبط بشرط امكانية الدفاع و نقصد بالاستمرار خلال الزمن هو ان للميزة التنافسية دورة حياة مثلها مثل المنتج.

4.2 دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية:

انطلاقا من كون القيمة المضافة تأتي من المورد البشري ، والمعرفة مرتبطة بهذا المورد ، ولا يمكن تصور معرفة بدون أفراد ، فإن إدارة المعرفة تساهم حتما في تحقيق الميزة التنافسية نظريا على الأقل من خلال عملياتها المتمثلة في (توليد المعارف، تخزينها، توزيعها، و تطبيق المعارف)، حيث أن هذه الأخيرة تعد إحدى الامكانيات المتاحة أمام المسيرين للوصول إلى خلق ميزة تنافسية دائمة. فمثلا توليد المعارف لها دور في تحقيق ميزة تنافسية من خلال تفاعل الأفراد فيما بينهم لإيجاد حلول للمشاكل، وتوسيع قدرات الفرد المهنية واستثمار المعارف الجديدة في الابتكار والتنوع. أما فيما يخص تخزين المعارف فهي تساهم في تحقيق الميزة التنافسية من خلال استخدام أساليب فاعلة لتحويل المعرفة إلى خطط عمل و إتاحة اكبر قدر من المعارف بالذاكرة التنظيمية وسهولة حفظ التجارب الناجحة للمؤسسة والمعارف الحرجة ذات القيمة العالية لأعمال المؤسسة. كذلك توزيع المعارف لها دور في تحقيق الميزة التنافسية من خلال استعمال الشبكات الداخلية لنقل و تطبيق الخبرات و التجارب و عقد المؤتمرات و الندوات لنشر المعرفة التي تعزز الأداء وتدعم التعلم الفردي والجماعي، والمساعدة على تطبيق أفضل الممارسات بكل سهولة ويسر. و أخيرا فان تطبيق المعارف لها دور في تحقيق الميزة التنافسية من خلال توفير المساندة الميدانية للعمال أثناء التنفيذ بالإضافة إلى استخدام العديد من المقاييس للسيطرة على المعرفة المطبقة، وتدعيم تطبيق افضل الممارسات بالمقاييس والمواصفات المطلوبة ، ومن جهة ثانية تعزيز التراكم المعرفي الفردي والجماعي بشقيه الظاهري والضمني.

5.2 دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية:

إن النظر إلى تكنولوجيا المعلومات في بحثنا هذا يأتي من زاوية المنظور الجزئي كونها أداة مساعدة تلعب دور مهم في تحقيق الميزة التنافسية من خلال أبعادها الثلاثة المتمثلة في (قواعد البيانات، البرمجيات، تكنولوجيا الشبكات) حيث أن هذه الأخيرة أتاحت إعادة صياغة أداء العملية التسييرية في المؤسسات وسهلت الحصول على المعلومات المتعلقة بالأداء التنظيمي في أي مستوى إداري. فمثلا قواعد البيانات لها دور في تحقيق الميزة التنافسية من خلال المحافظة على الموجودات المعرفية داخل المؤسسة و توفير البيانات عن الزبائن و الموردين، كما ان الاستخدام الواسع والكثيف لقواعد البيانات يساهم في التتقيب عن المعارف داخل وخارج المؤسسة ،ومساندة المسيرين في دراسة وتحليل البدائل الإستراتيجية الأكثر ملائمة لنشاطاتها. أما البرمجيات فهي تساهم في تحقيق الميزة التنافسية من خلال تقليص الوقت و الجهد و المرونة العالية في انجاز المهام و تسهيل أساليب

و طرق العمل الجديدة بالإضافة الى تحديد مواطن الخبرة و المهارة. ايضا ان البرمجيات تساعد في مواجهة المشكلات و استنباط الحلول من خلال التمثيل والمحاكاة والنمذجة التي تدعم مختلف البرامج والتطبيقات الحديثة. كذلك تكنولوجيا الشبكات لها دور في تحقيق الميزة التنافسية من خلال التعريف بمنتجات المؤسسة و أسعارها و تعزيز التواصل مع المستفيدين من الخدمات و المنتجات و كسب رضا الزبائن و زيادة وفائهم، كما انها تقوم بإنشاء روابط وعلاقات متعددة الأشكال والنماذج مما يتيح إمكانيات كبيرة لتلافي تكرار البيانات في مختلف وحدات التخزين بالمؤسسة.و بشكل عام يمكن القول ان تكنولوجيا المعلومات تساهم في إتاحة المعلومات الملائمة للعاملين في مختلف المستويات التنظيمية والوظيفية، كما أنها تسمح بربط المؤسسة بوحداتها التنظيمية و فروعها و التواصل بشكل تفاعلي مع الزبائن.

1.3 عرض نتائج الدراسة:

قبل الإجابة عن الفرضيات نشير إلى اعتمادنا على سلم ليكارت الخماسي ،حيث كانت فئات درجات السلم كالتالي : (من 1 إلى 1.79)غير موافق تماما ،(1.80 الى 2.59) غير موافق ،(2.60 الى 3.39) غير متأكد ،(3.40 الى 4.19)موافق، (4.20 الى 5)موافق تماما وقد بينت مقاييس الإحصاء الوصفي لمجمل إجابات أفراد العينة النتائج الموضحة في الجدول الموالي.

الجدول 01: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واتجاه الآراء بخصوص كل بعد

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام لإجابات أفراد العينة
توليد المعارف	3.875	0.7615	موافق
تخزين المعارف	3.983	0.5348	موافق
توزيع المعارف	3.925	0.6247	موافق
تطبيق المعارف	3.917	0.5944	موافق
محور إدارة المعرفة	3.925	0.5274	موافق
قواعد البيانات	3.950	0.8006	موافق
البرمجيات	4.045	0.6935	موافق
تكنولوجيا الشبكات	3.925	0.6247	موافق
محور تكنولوجيا المعلومات	3.975	0.6299	موافق
تخفيض التكاليف	3.898	0.7731	موافق
تمييز المنتج	4.011	0.6688	موافق
محورالميزة التنافسية	3.951	0.6719	موافق

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج SPSS

نلاحظ من الجدول (1) أن المتوسط الحسابي لفقرات إدارة المعرفة كان جيد وهو (3.925) والانحراف المعياري (0.527) وهذا يدل على موافقة عالية لفقرات إدارة المعرفة مما يعني بأن إدارة المعرفة من خلال تحسين الممارسات الروتينية للأفراد عن طريق تطبيق أفضل الممارسات و متابعة جميع العمليات التي تتعلق بمعالجة المدخلات المعرفية لها دور في تحقيق الميزة التنافسية. كذلك نلاحظ أن المتوسط الحسابي لإجمالي الفقرات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات كان على نسبة عالية و هو (3.975) والانحراف المعياري (0.629) وهذا يدل على موافقة عالية لفقرات تكنولوجيا المعلومات مما يعني أن تكنولوجيا المعلومات تساهم في تحقيق الميزة التنافسية من خلال تسهيل أساليب و طرق العمل الجديدة و تقليص الوقت و الجهد والمرونة العالية في انجاز المهام، بالإضافة إلى التعريف بمنتجات المؤسسة و أسعارها و تحديد مواطن الخبرة و المهارة .

و بالنظر إلى نتائج الجدول السابق نجد أن بعد تخزين المعارف نالت اكبر موافقة حيث كانت اتجاهات آراء العينة تدل على تواجدها بدرجة كبيرة إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.983) أي أن المؤسسة محل الدراسة تعمل على تخزين المعلومات المهمة و الاحتفاظ بها و هذا من اجل استرجاعها و استخدامها عند الحاجة اليها. ايضا نلاحظ انه من بين ابعاد تكنولوجيا المعلومات نجد بعد البرمجيات نالت اكبر درجة موافقة حيث كانت اتجاهات آراء العينة تدل على تواجدها بدرجة كبيرة إذ بلغ المتوسط الحسابي (4.045) أي أن المؤسسة محل الدراسة تعمل على تسهيل أساليب و طرق العمل الجديدة ، كما تقوم بتعزيز رقابة عمليات الاستغلال و الإنتاج.

2.3 معاملات الارتباط وطبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة

نتطرق في النقاط التالية إلى طبيعة الارتباط ودرجته بالنسبة لأبعاد ادارة المعرفة و ابعاد تكنولوجيا المعلومات مع الميزة التنافسية لتوضيح درجة الاهمية لكل بعد. وكون مقياس متغيرات الدراسة ترتيبية ، إضافة إلى عدم معرفة طبيعة التوزيع الذي تتبعه عينة الدراسة فإن معامل الارتباط المناسب في مثل هذه الحالات هو معامل الارتباط لسبيرمان (Spearman)¹⁰ الذي توضحه مصفوفة الارتباط في الجدول التالي.

الجدول 02: علاقة الارتباط (معامل ارتباط سبيرمان).

البيانات		تميز المنتج	تخفيض التكاليف	الميزة التنافسية
توليد المعارف	معامل الارتباط	,343	,472	,423
	مستوى المعنوية	,030	,002	,007
تخزين المعارف	N	40	40	40
	معامل الارتباط	,579**	,375*	,485**
	مستوى المعنوية	,000	,01	,002

40	40	40	N	
,761**	,714**	,688**	معامل الارتباط	توزيع المعارف
,000	,000	,000	مستوى المعنوية	
40	40	0	N	
,671**	,697**	,497**	معامل الارتباط	تطبيق المعارف
,000	,000	,001	مستوى المعنوية	
40	40	40	N	
,708**	,686**	,621**	معامل الارتباط	إدارة المعرفة
,000	,000	,000	مستوى المعنوية	
40	40	40	N	
,588**	,554**	,481**	معامل الارتباط	قواعد البيانات
,000	,000	,002	مستوى المعنوية	
40	40	40	N	
,516**	,548**	,420**	معامل الارتباط	البرمجيات
,001	,000	,007	مستوى المعنوية	
40	40	40	N	
,761**	,714**	,688**	معامل الارتباط	تكنولوجيا الشبكات
,000	,000	,000	مستوى المعنوية	
40	40	40	N	
,647**	,638**	,528**	معامل الارتباط	تكنولوجيا المعلومات
,000	,000	,000	مستوى المعنوية	
40	40	40	N	

المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج SPSS

من الجدول (2) نلاحظ وجود علاقة ارتباط قوية ذات دلالة معنوية بين أبعاد إدارة المعرفة و الميزة التنافسية ، حيث يتضح لنا انه من بين عمليات إدارة المعرفة ، نجد أن توزيع المعارف احتلت المرتبة الأولى و حققت علاقة ارتباط قوية مع تخفيض التكاليف وبلغت قيمة معامل الارتباط(0.714) عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.01$) مما يؤكد الدور الذي تؤديه توزيع المعارف في تخفيض التكاليف من خلال توفير الوسائل و التقنيات التي تساعد على نقل المعرفة و تسهيل عملية التعلم وتقليل الأخطاء في التنفيذ. كما تبين أيضا أن تطبيق المعارف احتلت المرتبة الثانية و كانت لها علاقة ارتباط قوية مع الميزة التنافسية حيث بلغت قيمة الارتباط(0.671) عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.01$) مما يدل أن تطبيق المعارف تساهم بدرجة كبيرة في تحقيق التميز للمؤسسة مقارنة مع المنافسين من خلال فعالية أكبر في استخدام موارد المؤسسة و الاستفادة من آراء الخبراء كذلك من خلال متابعة جميع العمليات التي تتعلق بمعالجة المدخلات المعرفية، و هذا يتوافق مع دراسة (الساعد و حريم،2004) و التي خلصت إلى أن المعرفة تعتبر من أهم موارد و أصول المنظمات و تطبيق المعارف تساهم في تقليل تكاليف المؤسسة. بالنسبة لعلاقة تكنولوجيا المعلومات بالميزة

التنافسية تشير نتائج الجدول أن تكنولوجيا الشبكات احتلت المرتبة الثانية حيث كانت لها علاقة ارتباط قوية مع تخفيض التكاليف إذ بلغت قيمة الارتباط (0.714) عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.01$) و هذا يشير إلى أن تكنولوجيا الشبكات تساهم بدرجة كبيرة في تخفيض تكاليف المؤسسة مقارنة مع المنافسين من خلال تسهيل أساليب تسويق المنتجات و ربط المستهلكين و المنشآت الاقتصادية المنتجة بعضهم ببعض. كذلك نلاحظ أن للبرمجيات علاقة ارتباط متوسطة مع تخفيض التكاليف حيث بلغت قيمة الارتباط (0.548) عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.01$) بمعنى أن البرمجيات تساهم بدرجة متوسطة في تخفيض التكاليف من خلال تسهيل أساليب و طرق العمل الجديدة و المرونة في انجاز المهام وتعزيز رقابة عمليات الاستغلال و الإنتاج.

3.3 اختبار فرضيات الدراسة

من خلال ما تم التوصل إليه من علاقات الارتباط بين أبعاد نموذج الدراسة فإننا سنقوم باختبار صحة الفرضيات و ذلك بالاعتماد على تحليل الانحدار المتدرج (STEPWISE REGRESSION) و هذا من أجل التعرف على المتغيرات التي لها دور مباشر في تحقيق الميزة التنافسية و استبعاد المتغيرات التي ليس لها دور بصورة مباشرة في تحقيق الميزة التنافسية.

الجدول 03 : نتائج الانحدار المتدرج لعمليات إدارة المعرفة و الميزة التنافسية .

المستوى المعنوية	قيمة F	خطا التقدير (SE)	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	النموذج
0.000	55.944	0.433	0.596	0.772	توزيع المعارف
0.000	33.228	0.413	0.642	0.801	توزيع المعارف تطبيق المعارف

المصدر : من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج SPSS

و تشير نتائج الجدول (03) أن معامل الارتباط لبيرسون (0.801) وهو يؤكد على وجود علاقة ارتباط قوية جدا ، بين عمليات إدارة المعرفة و الميزة التنافسية كما أن معامل التحديد بلغ (0.642)، و هذا يعني أن توزيع المعارف و تطبيق المعارف قد فسرت ما مقداره 64.2 % من التباين في تحقيق الميزة التنافسية. كما يلاحظ من تحليل التباين (ANOVA) أن قيمة الاختبار الإحصائي F قد بلغت (33.228) و هي ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.01$). مما سبق فإن عمليات إدارة المعرفة ليست لها نفس الدور في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة ، حيث اتضح أن عمليتي توزيع المعارف و تطبيقها تساهم بصورة مباشرة في تحقيق الميزة التنافسية ، والذي يفسر على أن المؤسسة تركز و تعتمد على توزيع و تطبيق المعارف في تحقيق الميزة التنافسية من خلال تفعيل المعرفة لتحسين طرق العمل و إيجاد بيئة تفاعلية و توثيق و نقل الخبرات التراكمية المكتسبة من و أثناء الممارسة اليومية لمختلف المهام.

الجدول 04: نتائج الانحدار المتدرج لتكنولوجيا المعلومات و الميزة التنافسية .

النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	خط التقدير (SE)	قيمة F	مستوى المعنوية
تكنولوجيا الشبكات	0.772	0.596	0.433	55.944	0.000
تكنولوجيا الشبكات البرمجيات	0.830	0.688	0.384	40.887	0.000

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج SPSS

تشير نتائج الجدول (04) أن معامل الارتباط لبيرسون (0.830) وهو يؤكد على وجود علاقة ارتباط قوية بين تكنولوجيا المعلومات و الميزة التنافسية كما أن معامل التحديد بلغ (0.688)، و هذا يعني أن تكنولوجيا الشبكات و البرمجيات قد فسرت ما مقداره 68.8 % من التباين في تحقيق الميزة التنافسية. كما يلاحظ من تحليل التباين (ANOVA) أن قيمة الاختبار الإحصائي F قد بلغت (40.887) و هي ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.01$) . مما سبق فإن تكنولوجيا المعلومات ليست لها نفس الدور في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة ، حيث اتضح أن تكنولوجيا الشبكات و البرمجيات تساهم بصورة مباشرة و فعالة في تحقيق الميزة التنافسية وذلك من خلال كسب رضا الزبائن و زيادة وفائهم و تقليص الوقت و الجهد و المرونة العالية في انجاز المهام.

الاستنتاجات و التوصيات:

في هذا الجانب يتم عرض النتائج النظرية و التطبيقية التي توصلت إليها الدراسة .

النتائج النظرية:

1/ تطبيق إدارة المعرفة تساعد مؤسسة الكوابل على تقديم منتجات جديدة و خدمات متنوعة بأسلوب مختلف عن المنافسين.

2/ مفتاح نجاح مؤسسة الكوابل و نموها يرتبط بشكل وثيق و مباشر بمدى معرفة العاملين فيها

بكيفية انجاز أعمالهم، الأمر الذي يؤدي إلى أن تصبح المعرفة أساسا للمنافسة

3/ تعتبر تكنولوجيا المعلومات الشريان الذي يغذي جميع أجزاء و أقسام مؤسسة الكوابل بالمعلومات الضرورية و بالتالي تمكين المسيرين و العاملين من اتخاذ القرارات الفعالة.

النتائج التطبيقية:

1/ أظهرت نتائج الدراسة أن عمليتي توليد المعارف و تخزينها لا تساهمان بصورة مباشرة في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة الكوابل.

2/ بينت النتائج أن عمليتي توزيع و تطبيق المعارف تساهمان في تخفيض تكاليف المؤسسة و تميز منتجاتها من خلال متابعة جميع العمليات التي تتعلق بمعالجة المدخلات المعرفية.

3/ بينت نتائج الدراسة أن قواعد البيانات لا تساهم بصورة مباشرة في تحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة

الكوابل.

4/ أظهرت نتائج الدراسة أن البرمجيات و تكنولوجيا الشبكات تساهما في تخفيض تكاليف المؤسسة و تميز منتجاتها من خلال تقديم منتجات ذات كثافة معرفية و تقليص الوقت و الجهد و المرونة العالية في انجاز المهام.

التوصيات:

- 1/ زيادة التركيز على توليد المعارف بإتباع أسلوب العمل الجماعي في توليد الأفكار الجديدة و الاعتماد على التعلم التنظيمي .
- 2/ ضرورة أن تولي المؤسسة اهتماما اكبر لعملية تخزين المعارف و ذلك لما لها من أهمية في الاستفادة من الخبرات السابقة و التجارب ، والنجاحات المحققة.
- 3/ وضع برامج تدريبية للعاملين في مجال الإعلام الآلي واستخدام الحواسيب ومختلف البرمجيات ، لزيادة قدرتهم على التفاعل ونقل الخبرات والمعارف ، الاستفادة مما هو موجود بالمؤسسة.
- 4/ ضرورة أن يولي المسيرين في المؤسسة اهتماما أكبر لإدارة المعرفة و العمل على إنشاء قسم أو إدارة متخصصة لإدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات.
- 5/ التركيز في تصميم الدورات التكوينية على تطبيق المعارف بما يتلاءم مع التطورات الحديثة في العمل الإداري.

الهوامش

- ¹ سورة العلق ، من الآية 1 الى الآية5،ص597.
- ² شنشونه محمد ،فائلة اليمين ، المعارف و دورها في تحسين اداء مؤسسات الاعمال العربية،2008،ص9.
- ³ قتيبة صبحي أحمد الخيرو، سحر جلال، أثر بعض مكونات إدارة المعرفة في عمليات القيادة الإدارية، قسم إدارة الأعمال، جامعة المستنصرية العراق، ص 3.
- ⁴ سناء عبد الكريم الخناق، دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في عمليات ادارة المعرفة،2005،ص243.
- ⁵ الهادي بوقفلول، تكنولوجيا المعلومات كأداة قوية في خدمة مسعى الجودة الشاملة، المؤتمر العلمي الثاني لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية: الجودة الشاملة في ظل إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، 26، 27 نيسان 2006، الأردن، ص6.
- ⁶ محمد محمد الهادي ،التطورات الحديثة لنظم المعلومات المبنية على الكمبيوتر، دار الشروق،مصر،1993،ص98.
- ⁷ مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي جواد، العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن،2008، ط1، ص 154.

⁸ Michel Porter, L'avantage concurrentiel des nations, Inter Editions, 1993, P48.

⁹ Spitezki.H.la stratégie d'entreprise:compétitivité et mobilité . ED.Economica.paris,1995,p54.

, الندوة العالمية للشباب SPSS وليد عبد الرحمان الفراء، تحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي ¹⁰ الجامعي،2009، ص 29.

جوبلية 2010 4390 www.kutub.info/library/book/