

دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية - دراسة حالة موبيليس بالجزائر -

د. بن حسان حكيم

أستاذ محاضر قسم ب - جامعة بومرداس

ملخص :

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأثر الذي تمارسه إدارة المعرفة بعملياتها (إكتساب المعرفة و تخزينها، نقل المعرفة، تطبيق المعرفة) في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (الجودة، الإبداع، كفاءة العمليات) في شركة موبيليس للاتصالات في الجزائر، وقياس أثر العوامل الشخصية والوظيفية المؤثرة في ذلك، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم وتطوير إستبيان، ومن ثم معالجتها إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS.20)، وقد توصلت الدراسة إلى إرتفاع مستوى إدراك المبحوثين لمستوى ممارسة وظائف إدارة الموارد البشرية ولأبعاد الميزة التنافسية في شركة موبيليس ووجود أثر ذو دلالة إحصائية لعمليات إدارة المعرفة على الميزة التنافسية في شركة موبيليس للاتصالات، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحوى مستوى ممارسة عمليات إدارة المعرفة عرفة تعزى للمتغيرات (السن، المستوى الدراسي، عدد سنوات الخبرة) ونحو أبعاد الميزة التنافسية تعزى للعوامل الشخصية والوظيفية في شركة موبيليس ، وعليه توصي الدراسة بضرورة زيادة الاهتمام بعمليات إدارة المعرفة من خلال التطبيق الفعال للممارسات التي تعزز عملية إكتساب المعرفة للموظفين .

الكلمات المفتاحية: إدارة المعرفة ، عمليات إدارة المعرفة ، الميزة التنافسية.

Abstract:

The aim of this study is to identify the impact of practiced knowledge management operations (knowledge acquisition and storage, transfer of knowledge, application of knowledge) in achieving competitive advantage dimensions (quality, innovation, efficiency) in Mobilis Telecom company in Algeria, and measure the impact of personal and functional factors influencing the and to achieve the objectives of the study was designed, we developed questionnaire, and then processed statistically using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS.20), The study found a high level of awareness of the respondents to the level of the exercise in the functions of human resources management and the dimensions of competitive advantage in the Mobilis company and the presence of the impact through a statistically significant operations Knowledge management competitive advantage, and the presence of statistically significant differences in the trends of respondents Grammar level of the practice of knowledge management Arafa attributable to the variables (age, academic level, the number of years of experience) and some competitive advantage attributable personal and functional factors in Mobilis company dimensions, Accordingly, the study recommends the need for more attention to knowledge management through the effective application of practices that promote the acquisition of knowledge to employees process.

Key words: knowledge management, knowledge management processes, competitive advantage.

مقدمة :

لقد أصبحت المنظمات الحديثة تعمل في بيئة شهدت بروز قوى مؤثرة تعيد تشكيل منظومة الإقتصاد و الإدارة و تستدعي تغييرا أساسيا في الإستراتيجيات التنظيمية،و تتمثل هذه القوى في الدرجة العالية من التعقيد ،زيادة حدة المنافسة و ثورة التكنولوجيا و المعلومات و العولمة ، التغيير في الهياكل الإقتصادية و السياسية ،هذه القوى تؤثر على المنظمات بكافة أشكالها ، لذا من الضروري على هذه المنظمات أن تكون سريعة التكيف و الإستجابة لهذه القوى و أن تأخذ زمام المبادرة حتى تستطيع أن تحافظ على بقائها و نموها و العمل على الإستمرارية، و قد واكب ذلك ظهور العديد من المفاهيم التي تسعى لتطوير و تحسين الأداء الإداري من أبرزها إدارة المعرفة ، لكن سرعان ما تحول مفهوم إدارة المعرفة بعملياتها (إكتساب المعرفة ، نقل المعرفة ، تطبيق المعرفة) إلى ممارسة عملية كونها الملائمة لمواجهة هذه التغيرات السريعة في بيئة الأعمال ،و تعاضد دورها جاء بعد الإدراك بأن بناء الميزة التنافسية لأي منظمة و العمل على إدامتها يعتمد أساسا على الموجودات الفكرية و تحديدا الأصول المعرفية و العمل على الإستثمار فيها ، لكن هذه المعرفة لا يمكن بمفردها أن تكون ذات نفع دون أن تقوم الإدارة بتحويلها إلى أداة تنافس

مشكلة الدراسة:

بناء على ماسبق تكمن مشكلة الدراسة في تحديد مدى تأثير عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لشركة موبيليس للاتصالات الجزائرية وعليه يمكن صياغة مشكلة الدراسة كالتالي:
"ما هو أثر تطبيق إدارة المعرفة على الميزة التنافسية في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية؟"
و يمكن إدراك مشكلة الدراسة بشكل أفضل من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

- 1- ما هو مستوى إدراك ممارسة عمليات إدارة المعرفة لدى المبحوثين في شركة موبيليس للاتصالات ؟.
- 2- ما هو مستوى إدراك أبعاد الميزة التنافسية لدى المبحوثين في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية ؟.
- 3- هل هناك أثر ذو دلالة إحصائية لممارسات عمليات إدارة المعرفة على الميزة التنافسية لدى المبحوثين في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية؟
- 4- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إتجاهات المبحوثين نحو مستوى ممارسة عمليات إدارة المعرفة تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية ؟
- 3- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إتجاهات المبحوثين نحو واقع أبعاد الميزة التنافسية تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية؟

فرضيات الدراسة:

تم صياغة فرضيات الدراسة اعتمادا على مشكلة الدراسة وعناصرها المختلفة على النحو التالي:

الفرضية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لممارسات عمليات إدارة المعرفة على الميزة التنافسية لدى المبحوثين في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية .

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في اتجاهات المبحوثين نحو ممارسة عمليات إدارة المعرفة تعزى إلى المتغيرات الشخصية والوظيفية في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية.

الفرضية الثالثة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في اتجاهات المبحوثين نحو إدراكهم لأبعاد الميزة التنافسية تعزى إلى المتغيرات الشخصية والوظيفية في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية قطاع الاتصالات في الجزائر والتطورات التي يشهدها خصوصا بعد فتح المجال للجيل الثالث، وتطورها، كما تظهر أهمية الدراسة في تعرضها لعمليات إدارة المعرفة في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية و التي تعتبر من الفلسفات الحديثة الأكثر أهمية لدى مختلف المنظمات، كما تأتي أهمية الدراسة من خلال محاولة ربط عمليات إدارة المعرفة بموضوع الميزة التنافسية التي ترتبط بخلق القيمة للعملاء وتلبية حاجاتهم وكسب ولائهم، ودعم وتحسين صورة المنظمة في أذهانهم، وتحقيق التميز الاستراتيجي عن المنافسين في السلع والخدمات المقدمة للعملاء، مع إمكانية التميز في الموارد والكفاءات والاستراتيجيات في ظل بيئة شديدة التنافسية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- التعرف بإدارة المعرفة و بعملياتها (إكتساب المعرفة و تخزينها، نقل المعرفة ، تطبيق المعرفة) .
- التعرف على مصطلح الميزة التنافسية وأهم أبعادها (الجودة ،كفاءة العمليات،الإبداع).
- التعرف على واقع تطبيق عمليات إدارة المعرفة في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية.
- بيان مستوى وواقع الميزة التنافسية في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية.
- قياس درجة تأثير عمليات إدارة المعرفة على الميزة التنافسية لشركة موبيليس للاتصالات الجزائرية.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتضمن أسلوب المسح المكتبي وذلك بالرجوع إلى المصادر العربية والأجنبية بهدف بناء الإطار النظري لهذه الدراسة، إلى جانب استخدام أسلوب المسح الميداني لجمع البيانات بواسطة أداة الدراسة وتحليلها إحصائيا لإختبار صحة الفرضيات والإجابة عن أسئلتها.

أولاً: الجانب النظري**1/تعريف إدارة المعرفة، أهدافها و عملياتها****1.1/تعريف إدارة المعرفة :**

قبل التطرق إلى تعريف إدارة المعرفة لا بد من تعريف المعرفة التي تعددت التعاريف الخاصة بها. فالمعرفة من وجهة نظر المنهج الإقتصادي هي " رأس مال فكري و قيمة مضافة تتحقق عند إستثمارها الفعلي، أي ترجمتها إلى نشاطات عملية تمارس داخل المؤسسة ".

و يمكن القول أيضا أنها " الرصيد الذي تم تكوينه من حصيلة البحث العلمي و التفكير و الدراسات الميدانية وتطوير المشروعات الإبتكارية و غيرها من أشكال الإنتاج الفكري للإنسان عبر الزمن ، هذا ما يمثل الرصيد المعرفي القابل للإستخدام من أجل تحسين القائم أو الإنتقال إلى الأفضل".¹

أما المعرفة من وجهة النظر الشاملة فهي " موجود إقتصادي ذو هيكل إجتماعي ينتج عن التفاعل بين العوامل التقنية و التنظيمية ، حيث تمد المؤسسة بالقدرة التي تتيح لها إدراك التميز و السعي بإتجاه تحقيقه"، و يمكن التمييز بين نوعين من المعرفة **معرفة ضمنية** و الموجودة داخل عقول الأفراد و المكتسبة من تراكم الخبرات والمهارات السابقة ، و **معرفة صريحة** و المتعلقة بالمعلومات الموجودة و المخزنة في أرشيف المؤسسة و التي يمكن الوصول إليها.

ولا بد من التفرقة بين البيانات و المعلومات و المعرفة.

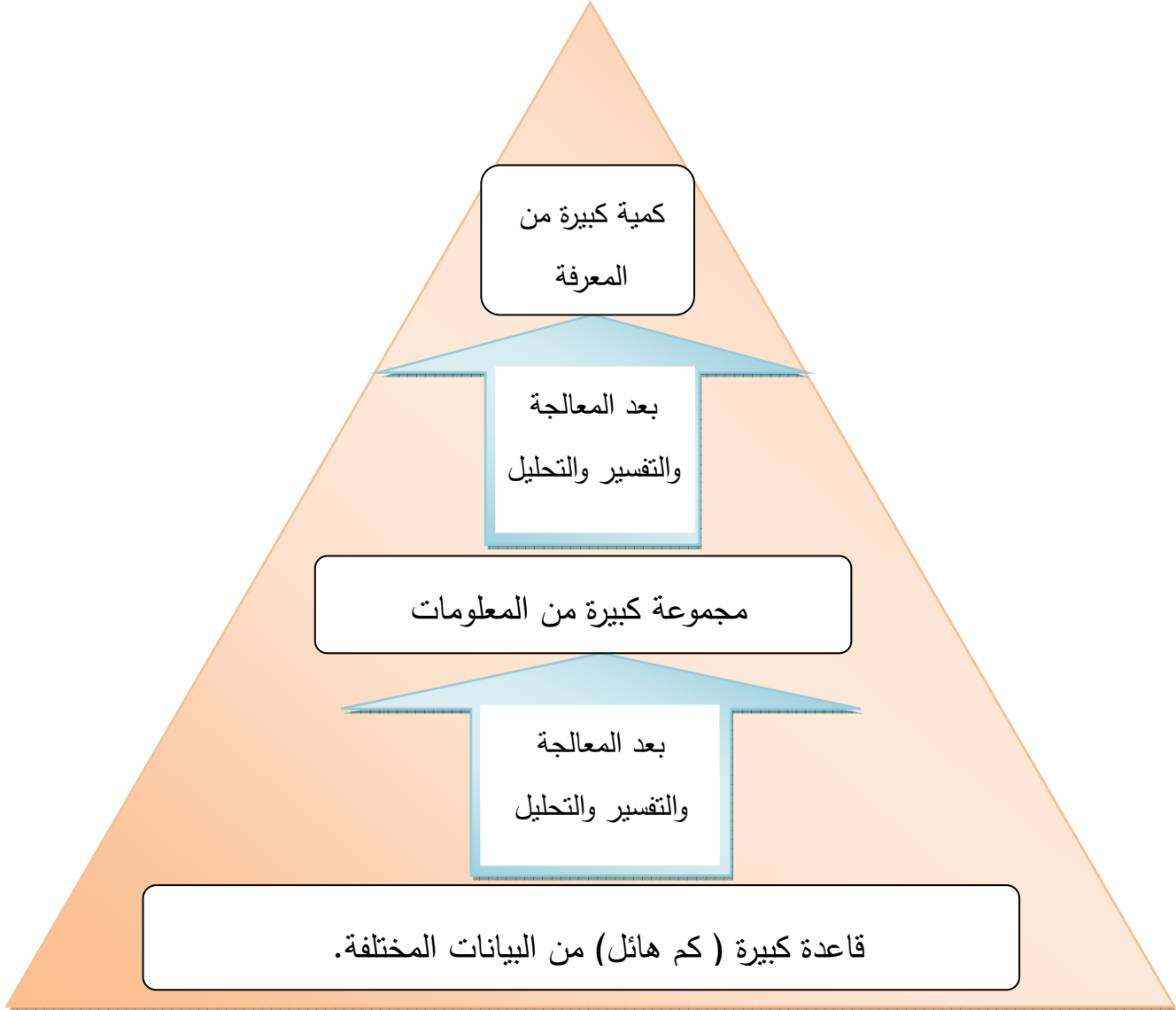
فالبيانات عبارة عن معطيات ليس لها معنى قبل معالجتها، فقد تكون مواد خام و حقائق مجردة غير منظمة ومستقلة عن بعضها البعض .

أما المعلومات فهي عبارة عن بيانات تمت معالجتها عن طريق الجمع و التوبيب و التنظيم و التصنيف للحصول على ناتج مفيد.

أما المعرفة فهي مزيج من المفاهيم و الأفكار و القواعد و الإجراءات التي تؤدي إلى القيام بالأعمال و إتخاذ القرار.

والشكل التالي يبين الفرق بين البيانات و المعلومات و المعرفة :

الشكل (1): الفرق بين البيانات و المعلومات و المعرفة



المصدر : ميلود تومي ، " إنتاج المعرفة لتعزيز تنافسية المؤسسة الإقتصادية " ، الملتقى الدولي حول المعرفة الركيزة الجديدة و التحدي التنافسي للمؤسسات و الإقتصاديات، جامعة بسكرة ، 2005، ص 3.

أما إدارة المعرفة فهي " استخدام المعرفة و الخبرات و الكفايات الجمعية المتاحة داخليا و خارجيا أمام المنظمة متى و كلما تطلب الأمر ذلك ".²

أو هي " تخطيط و تنظيم و مراقبة و تنسيق و توليد المعرفة و الأصول المرتبطة برأس المال الفكري والعمليات و القدرات و الإمكانيات الشخصية و التنظيمية و بشكل يتم معه إنجاز أكبر قدر من الأثر الإيجابي في نتائج الميزة التنافسية ".³

ويمكن القول أيضا بأن إدارة المعرفة تعبر عن " العمليات التي تساعد المنظمات على توليد و الحصول على المعرفة ، إختيارها و تنظيمها ، إستخدامها و نشرها و تحويل المعلومات الهامة و الخبرات التي تمتلكها المنظمة، والتي تعتبر ضرورية للأنشطة الإدارية المختلفة كإتخاذ القرارات و حل المشكلات و التعلم والتخطيط الإستراتيجي ".

2.1/ أهداف إدارة المعرفة :

إن إدارة المعرفة تهدف إلى تحقيق جملة من النقاط التالية :⁴

- ❖ تنمية الجوانب الإجتماعية و الثقافية و التنظيمية لمنظمات الأعمال.
- ❖ المساهمة في المناقشات الخاصة بالسياسات الحكومية و الإجراءات المتعلقة بإدارة و تطوير البنية التحتية لمجتمع المعرفة.
- ❖ التعريف و التوعية بشكل شمولي لمعنى إدارة و تطوير المعرفة و نشره بين رجال المعرفة ، بحيث يتم إستخدام مبادئ إدارة المعرفة بشكل أكبر و تعميم الإستفادة عن طريق بلورة الفرص الخاصة بأعمال إدارة المعرفة.
- ❖ وضع بيانات و أدلة خاصة بالأعمال ذات العلاقة بمجتمع المعرفة.
- ❖ تمثيل مجتمع الأعمال في المنظمات فيما يتعلق بالمواضيع بمجتمع المعرفة.

² ياسر بن عبد الله بن تركي العتيبي ، " إدارة المعرفة و إمكانية تطبيقها في الجامعات السعودية ، دراسة تطبيقية على جامعة أم القرى "، أطروحة دكتوراه في الإدارة التربوية و التخطيط ، جامعة أم القرى ، 1428 هـ ، ص 21.

³ أبو فارة يوسف أحمد ، مداخلة حول " العلاقة بين استخدام مدخل إدارة المعرفة و الأداء "، المؤتمر العلمي السنوي الرابع حول إدارة المعرفة في العالم العربي ، كلية الإقتصاد و العلوم الإدارية، جامعة الزيتونة،الأردن،26-27 نيسان 2004،ص 8.

⁴ خضر مصباح إسماعيل طيطي ، " إدارة المعرفة ، التحديات و التقنيات و الحلول " ، دار الحامد للنشر ، عمان ، الأردن ، 2009، ص

❖ تطوير أسس و معايير تأهيل لإدارة المعرفة تساعد في تطوير الجوانب المهنية و التعليمية للمهنيين المختصين في إدارة المعرفة.

3.1/ عمليات إدارة المعرفة : يمكن تلخيص عمليات إدارة المعرفة فيما يلي :

➤ **إكتساب المعرفة و تخزينها** : يتم إكتساب المعرفة من مصادر داخلية و خارجية ، فالمصادر الداخلية تتمثل في المشاركة في الخبرات و الممارسات و الحوار و الإتصال بين جماعات العمل و الزبائن ما ينتج إبداع المعرفة التنظيمية ، و من مصادر خارجية تتولى إدارة المعرفة إحضارها من الحدود التنظيمية أو المشاركة فيها ، و يساعدها في ذلك التطورات التكنولوجية و الإستخبارات التسويقية و تحليلها ، و من الخبرات و المختصين .⁵ و يتم تخزين الحالات الدراسية و القواعد و التعليمات و تضاف إلى ما تمتلكه المنظمة من المعرفة المخزنة في عقول العديد من العاملين ، مع مراعاة إمكانية إجراء الإدامة و البحث و الإسترجاع للمعرفة المخزنة .

➤ **نقل المعرفة** : إن عملية توفير المعرفة الصحيحة للشخص الصحيح و في الوقت المناسب يعتبر جوهر عملية التوزيع، و يتم إستخدام تكنولوجيا المعلومات في عملية نقل المعرفة و نشرها ، كما أنها تشمل نقل الخبرات المعرفية إلى العاملين الجدد عن طريق التدريب و تقنيات تقديم النصح و الإرشاد.

➤ **تطبيق المعرفة** : إن عملية تطبيق المعرفة تؤدي إلى إثراء التجارب و الخبرات المصاحبة لها و نقل المعرفة بإستمرار إلى أفاق و مجالات متجددة، و من خلال التطبيق في الواقع العملي.

2/ مفهوم الميزة التنافسية و أبعادها

1.2. مفهوم الميزة التنافسية

قبل التطرق إلى تعريف الميزة التنافسية لا بد من إعطاء تعريف للتنافسية التي تعتبر "درجة نجاح المنظمة في تحقيق هدفها بالمحافظة على مواقعها التنافسية و بناء مواقع تنافسية أعمق بينها و بين مثيلاتها من المنظمات ،

⁵ عبد الستار العلي و آخرون ، "المدخل إلى إدارة المعرفة"، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، الطبعة الأولى ، عمان ، الأردن ، 2006 ، ص 41.

من خلال تقليل نسبة الأخطاء و العيوب في الإنتاج ، زيادة الحصة السوقية و زيادة الإنتاج و الإهتمام بالإبتكار و نمو المبيعات " .⁶

أما الميزة التنافسية فهي " القدرة المستمرة على مواجهة مختلف مصادر المنافسة في ظل محيط متغير ، الأمر الذي يتطلب تحقيق الأفضلية التنافسية التي تمكن من الحفاظ على هذه المقدره التنافسية و إستمرارها".⁷

الميزة التنافسية حسب PORTER " فإنها تنشأ بمجرد وصول المؤسسة إلى إكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية مقارنة بتلك المستعملة من قبل المنافسين ، و ذلك بإحداث المؤسسة لعملية الإبداع " .⁸

و تعرفها (معالي حيدر) بأنها " قدرة المنظمة على صياغة و تطبيق الإستراتيجية التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط " .⁹

وهي أيضا " قدرة المنظمة في تطبيق عمليات إنتاج غير مطبقة لدى المنظمات المنافسة ، و عندما لا تستطيع هذه المنظمات على الحصول على الموارد الضرورية لتقليد تلك العمليات " .¹⁰

2.2. أبعاد الميزة التنافسية

إن أي منظمة تستطيع التميز في منتجاتها من خلال تطبيق أحد الأسس التالية أو أكثر :

➤ **الجودة** : إن الجودة تبدأ من الزبون من خلال المنتجات التي يشتريها أو من خلال الخدمات المقدمة له، و خدمات ما بعد البيع التي تشبع حاجاته، فمعايير الجودة مختلفة باختلاف الزبون ، فهي محددة بسعر و جودة المنتجات المقدمة من طرف المنافسين في السوق ، و الجودة تعتبر كمعيار إستراتيجي مهم الحصول عليه ، لذا فهو يعتبر كمهمة من مهام المنظمة.¹¹

⁶ عبد الحكيم عبد الله النور ، "الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الإنفتاح الإقتصادي" ، أطروحة دكتوراه في الإقتصاد و التخطيط ، كلية الأقتصاد ، جامعة تشرين ، سوريا ، 2009 ، ص 16 .

⁷ وهيبه داسي ، مقال حول " دور إدارة المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية ، دراسة تطبيقية في المصارف الحكومية السورية" ، مجلة الباحث ، العدد 11 ، جامعة ورقلة ، 2012 ، ص 168 .

⁸ M.PORTER , " **avantage concurenciel des nations** " , inter édition , paris , 1993 , p 48 .

⁹ معالي فهمي حيدر ، " نظم المعلومات ،مدخل لتطبيق الميزة التنافسية " ،الدار الجامعية ، الإسكندرية، مصر ، 2002 ، ص 8 .

¹⁰ عامر بشير ، " دور الإقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك ، دراسة حالة الجزائر" ، أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2012 ، ص 177 .

¹¹ DIRK BOSENBERG ، HEINZ METZEN "LE LEAN MANAGEMENTLES "،LES EDITIONS DORGANISATION ،PARIS ،1994 ،P 118

➤ **الإبداع:** ينظر إلى الإبداع المنظمي على أنه القدرة على خلق وإيجاد الأفكار الجديدة القابلة للتطبيق، و التوصل إلى ما هو جديد الذي يضيف قيمة أكبر وأسرع ويمكن المنظمة من تقديم منتج أفضل من منتجات المنافسين في السوق¹² ، و منه أصبح يعتبر الإبداع مصدرا هاما للحصول على الميزة التنافسية و متغيرة إستراتيجية كونه يضيف للمنظمة قوة تقودها وباستمرار لتحقيق مزايا تنافسية إضافية.

➤ **الكفاءة:** تعبر الكفاءة عن مدى تطابق المخرجات الفعلية مع القياسية أو المتوقعة، وتتجسد في الاستعمال الأمثل للموارد المتاحة الداخلة في عمليات وأنشطة المنظمة بما فيها الموارد البشرية والمادية والمالية والمعلومات بهدف الحصول على أفضل النتائج، والكفاءة في كل عنصر من العناصر تتمثل في الاستخدام الأمثل له، بالمقارنة بين قيمة الناتج بالنسبة لقيمة هذا المورد¹³ ، إلا أن تحقيق الكفاءة يقتضي إلتزاما واسع النطاق على مستوى المنظمة والقدرة على تحقيق تعاون وثيق بين الوظائف المختلفة.

ثانيا: الجانب التطبيقي

لقد تم تطوير إستبتيانة لقياس أثر عمليات إدارة المعرفة على الميزة التنافسية لشركة موبيليس للاتصالات بالجزائر و فيمايلي وصف للإستبتيانة

لقد تم تقسيم الإستبتيانة إلى جزئين

الجزء الأول: و يتضمن خصائص عينة الدراسة (الجنس ، السن، المستوى الدراسي ، عدد سنوات الخبرة).

الجزء الثاني : و يتضمن فقرات الإستبتيانة و المقسمة إلى :

- عبارات متعلقة بمتغير المستقل (عمليات إدارة المعرفة) و التي تضمنت 25 عبارة مقسمة كما يلي :
- 16 عبارة متعلقة بمتغير إكتساب المعرفة و تخزينها ، 06 عبارات متعلقة بمتغير (نقل المعرفة) و 03 عبارات متعلقة بمتغير (تطبيق المعرفة).
- عبارات متعلقة بالمتغير التابع (الميزة التنافسية) و التي تضمنت 12 عبارة مقسمة كما يلي :

¹² فراس الشلبي، خالد بني حمدان، أثر تقانة المعلومات في الإبداع المنظمي شركة توليد الكهرباء المركزية - دراسة حالة، المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الادارية تحت عنوان "إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة"، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، 27/29/2009، ص15.

¹³ حمدي طعمة كاظم ، "العوامل المؤثرة على الكفاءة الإنتاجية لمعمل المنسوجات الصوفية في الناصرية لسنوات من 1995 ولغاية 2000"، مجلة البحوث التقنية ، بغداد : هيئة التعليم التقني ، المجلد 24، العدد 2011، ص212-213.

06 عبارات متعلقة بالمتغير التابع (جودة الخدمة) و 04 عبارات متعلقة بالمتغير التابع (الإبداع) و عبارتين متعلقتين بكفاءة العمليات.

و بغرض تحليل البيانات ومعالجتها إحصائيا تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية **spss** (**statically package for social science**) من أجل التمكن من استعمال مجموعة من الأساليب والمقاييس الإحصائية المساعدة في تحليل ووصف خصائص العينة وتحديد اتجاهات المبحوثين وتأثيرها على متغيرات البحث.

تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي **type lykert** المقسم إلى خمسة إختيارات أعطيت الدرجات من 01 وهي أدنى درجة غير موافق تماما وصولا إلى 05 وهي أعلى درجة موافق بشدة، ولتحديد طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) تم حساب المدى بطرح أصغر قيمة (5-1=4) ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي ($5/4 = 0.8$)، وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (بداية المقياس وهي واحد صحيح)، وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يلي :

- من [1 - 1.8] : موافقة ضعيفة جدا .
- من [1.8 - 2.6] : موافقة ضعيفة.
- من [2.6 - 3.4] : موافقة متوسطة .
- من [3.4 - 4.2] : موافقة عالية .
- من [4.2 - 5] : موافقة عالية جدا .

كما تم الاستعانة بمجموعة من الأدوات والأساليب الإحصائية من مقاييس النزعة المركزية ومقاييس التشتت، والاختبارات الإحصائية، وذلك بغية معالجة البيانات المجمعة، وتتمثل هذه الأساليب في:

- النسب المئوية : وذلك من أجل تحديد خصائص العينة ومعرفة نسبة الأساتذة الذين اختاروا كل بديل من بدائل أسئلة الاستمارة.

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

- المتوسط الحسابي : ويحسب وفق المعادلة التالية :

$$\bar{X} : \text{المتوسط الحسابي} ، \quad \sum x_i : \text{مجموع قيم المشاهدات} .$$

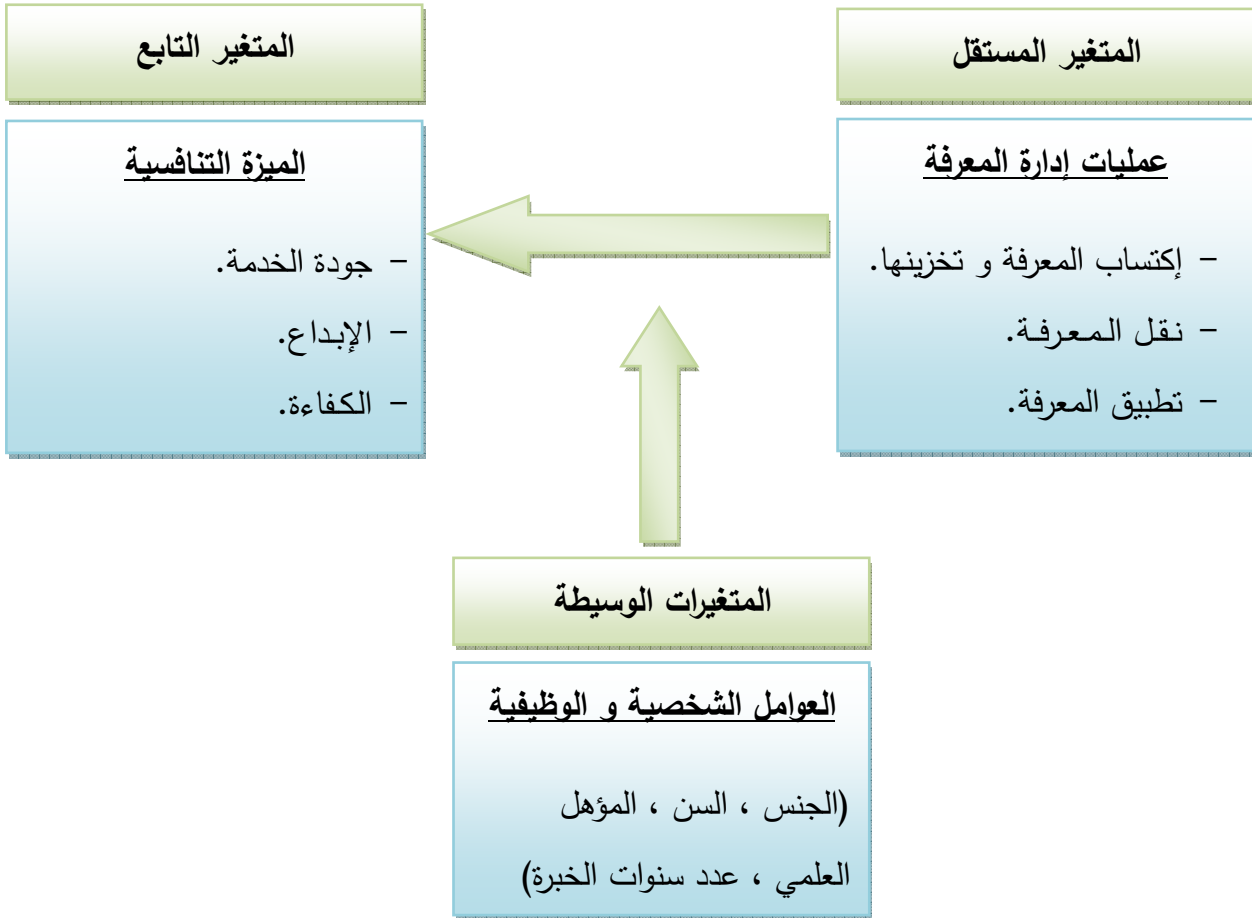
- الانحراف المعياري : ويقاس درجة تقارب آراء المبحوثين ، ويحسب بالعلاقة:

$$\delta = \sqrt{\delta^2} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}$$

حيث δ^2 : التباين ، δ : الانحراف المعياري.

- تحليل التباين الأحادي **ONE WAY ANOVA**: يستخدم لتفسير ظاهرة اقتصادية معينة ، وذلك بتحديد متغير تابع يفسر من قبل متغير آخر، حيث يتم تحديد فرضيات العدم والبديل، وتستخدم قيمة إحصائية فيشر (ف) ومستوى الدلالة لإختبار هذه الفرضيات ، وإذا كانت قيمة (ف) المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ، أو كانت قيمة مستوى الدلالة للظاهرة قيد الإختبار أكبر من مستوى الدلالة الإحصائي α والذي نقبله ب: $\alpha = 0.05$ ، فإننا نقبل بفرضية العدم أي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تربط بين المتغيرين محل الدراسة.

نموذج الدراسة



1/ عرض نتائج الدراسة و تحليلها :

بعد القيام بتحليل عينة الدراسة للمبحوثين قمنا بتلخيصها في الجدول التالي :

الجدول (1) : خصائص مجتمع الدراسة

النسبة المئوية	العدد	المتغيرات	الدراسة متغيرات
35.08%	20	ذكر	الجنس
64.91%	37	أنثى	
29.8%	17	من 20 إلى 30 سنة	السن
42.10%	24	من 30 إلى 40 سنة	
24.56%	14	من 40 إلى 50 سنة	
14.03%	8	ثانوي فأقل	المستوى التعليمي
56.14%	32	جامعي	
29.82%	17	دراسات عليا	
10.52%	6	5 سنوات فأقل	عدد سنوات الخبرة
43.85%	25	5-10 سنوات	
31.57%	18	10-15 سنة	
14.03%	8	أكثر من 15 سنة	

المصدر : بالإعتماد على نتائج spss

من خلال الجدول نلاحظ أن الإناث يمثلن ما نسبته 64.91% من مجتمع الدراسة و أن الذكور يمثلوا 35.08% من مجتمع الدراسة، و أن ما نسبته 56.14% من عينة الدراسة ذات مستوى جامعي في حين ما نسبته 29.82% ذات مستوى دراسات عليا ، أما بالنسبة للخبرة المهنية فنلاحظ أن النسبة العظمى لمجتمع الدراسة و المتمثلة 43.85% خبرتهم المهنية لا تتعدى 10 سنوات ، في حين أن نسبة العمال التي تتجاوز خبرتهم 15 سنة فهم يمثلون 14.03% فقط من العينة، في حين نجد أن النسبة الكبيرة من العينة خبرتهم المهنية محصورة بين 5 و 10 سنوات.

1.1/ الإجابة على السؤال الأول و المتعلق بما هو مستوى إدراك ممارسة عمليات إدارة المعرفة لدى

المبحوثين في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية ؟.

إن الإجابة على هذا السؤال نجدها في الجدول رقم 02 و الموضح كالتالي :

الجدول (2): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لعمليات إدارة المعرفة

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عمليات إدارة المعرفة
عالي	0.265	4.45	إكتساب المعرفة و تخزينها
عالي	0.279	4.56	نقل المعرفة
عالي	0.288	4.58	تطبيق المعرفة
عالي	0.197	4.51	عمليات إدارة المعرفة (المتوسط العام)

المصدر : بالإعتماد على نتائج spss

نلاحظ في هذا الجدول أن مستوى ممارسة إدارة المعرفة في شركة موبيليس للإتصالات كان عالي كون جميع المتوسطات الحسابية للعمليات كان أكبر من معيار المتوسط الحسابي (3.4)، كما أن المتوسط العام بلغ 4.51 و هو أكبر من 3.4، و الملاحظ أيضا أن الشركة تعطي أهمية متساوية لعمليات إدارة المعرفة كون متوسطاتها الحسابية مقارنة (4.56،4.58،4.45).

1.2/الإجابة على السؤال الثاني و المتعلق بما هو مستوى إدراك أبعاد الميزة التنافسية لدى المبحوثين في شركة موبيليس للإتصالات الجزائرية ؟

إن الإجابة على هذا السؤال نجدها في الجدول رقم 03 و الموضح كالتالي :

الجدول (3): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لأبعاد الميزة التنافسية

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبعاد الميزة التنافسية
عالي	0.248	4.47	جودة الخدمة
عالي	0.331	4.54	الإبداع
عالي	0.403	4.47	كفاءة العمليات
عالي	0.225	4.49	الميزة التنافسية

المصدر : بالإعتماد على نتائج spss

الملاحظ من الجدول أن المتوسطات الحسابية لأبعاد الميزة التنافسية عالية كونها أكبر من معيار المتوسط الحسابي (3.4)، لذا يمكن القول أن مستوى الإدراك لدى المبحوثين لأبعاد الميزة التنافسية كان كبير (4.49) و هو أكبر من 3.4.

2/ إختبار فرضيات الدراسة :

إختبار الفرضية الأولى : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لممارسات عمليات إدارة المعرفة على الميزة التنافسية لدى المبحوثين في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية.

الجدول (4) : نتائج تحليل التباين للتأكد من صلاحية النموذج لإختبار الفرضية الرئيسية

المصدر	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة F	معامل التحديد R^2	معامل الارتباط R
الإنحدار	0.664	3	0.221	5.379	*0.003	0.233	0.483
الخطأ	2.811	53	0.041				
الكلية	2.845	56					

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

يتبين من الجدول السابق صلاحية النموذج لإختبار الفرضية الرئيسية حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (5.379) وبقية احتمالية (0.003) عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وتفسر هذه النتيجة على أهمية عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية.

إختبار الفرضية الثانية : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) في إتجاهات المبحوثين نحو ممارسة عمليات إدارة المعرفة تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية.

لإختبار هذه الفرضية تم إستخدام تحليل التباين الأحادي لمعرفة الفروق في إتجاهات المبحوثين نحو ممارسة عمليات إدارة المعرفة تعزى للعوامل الديموغرافية والوظيفية، و الجدول الموالي يوضح ذلك

الجدول (5): تحليل التباين الأحادي للفروق في اتجاهات المبحوثين نحو ممارسة عمليات إدارة المعرفة تعزى للمتغيرات الديموغرافية والوظيفية

المتغير	فئات المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	F قيمة المحسوبة	مستوى الدلالة F
الجنس	ذكر	4.54	0.216	1.721	0.195
	أنثى	4.47	0.196		
السن] 30 - 20]	4.42	0.126	9.891	*0.000
] 40 - 30]	4.47	0.203		
] 50 - 40]	4.71	0.194		
المستوى الدراسي	ثانوي فأقل	4.79	0.102	15.710	*0.000
	جامعي	4.50	0.177		
	دراسات عليا	4.38	0.175		
عدد سنوات الخبرة	5 سنوات فأقل	4.82	0.082	12.630	*0.000
	5-10 سنوات	4.55	0.172		
	10-15 سنة	4.39	0.141		
	أكثر من 15 سنة	4.38	0.220		

المصدر : بالإعتماد على نتائج spss

*ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال الجدول نلاحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو ممارسة عمليات إدارة المعرفة في شركة موبيليس للإتصالات الجزائرية عند ($\alpha \leq 0.05$) تعزى لمتغير الجنس حيث بلغت قيمة (F) لمتغير الجنس (1.721) بقيمة إحصائية (0.195) وهي أكبر من ($\alpha \leq 0.05$) ، في حين هناك وجود لفروقات إحصائية تعزى لهذه المتغيرات (السن، المستوى الدراسي، عدد سنوات الخبرة) نحو ممارسة عمليات إدارة المعرفة في شركة موبيليس للإتصالات الجزائرية ، حيث بلغت قيمة (F) لمتغير السن (9.891) بقيمة إحصائية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) ، في حين بلغت قيمة (F) لمتغير المستوى الدراسي (15.710) بقيمة إحصائية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) ، و بلغت قيمة (F) لمتغير عدد سنوات الخبرة (12.630) بقيمة إحصائية (0.000) ، وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

إختبار الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في إتجاهات المبحوثين نحو إدراكهم لأبعاد الميزة التنافسية تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية.

الجدول (06) : تحليل التباين الأحادي للفروق في اتجاهات المبحوثين نحو واقع الميزة التنافسية في شركة موبيليس تعزى للمتغيرات الديموغرافية والوظيفية

المتغير	فئات المتغير	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	F قيمة المحسوبة	مستوى دلالة F
الجنس	ذكر	4.50	0.231	0.119	0.732
	أنثى	4.48	0.223		
السن] 30 - 20]	4.42	0.206	2.076	0.135
] 40 - 30]	4.50	0.210		
] 50 - 40]	4.58	0.265		
المستوى الدراسي	ثانوي فأقل	4.72	0.204	5.668	*0.006
	جامعي	4.47	0.208		
	دراسات عليا	4.44	0.212		
عدد سنوات الخبرة	5 سنوات فأقل	4.80	0.129	5.137	*0.003
	10-5 سنوات	4.48	0.234		
	15-10 سنة	4.42	0.160		
	أكثر من 15 سنة	4.47	0.231		

المصدر : بالإعتماد على نتائج spss

*ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال هذا الجدول نلاحظ عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) تعزى لمتغيرات (الجنس، السن) نحو واقع أبعاد الميزة التنافسية في شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية ، حيث بلغت قيمة (F) لمتغير الجنس (0.119) بقيمة إحصائية (0.732) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) و بلغت قيمة (F) لمتغير السن (2.076) بقيمة إحصائية (0.135) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) ، في حين نلاحظ وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) تعزى لمتغيرات

(المستوى الدراسي، عدد سنوات الخبرة) ، حيث بلغت قيمة (F) لمتغير المستوى الدراسي (5.668) بقيمة إحصائية (0.006) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، كما بلغت قيمة (F) لمتغير عدد سنوات الخبرة (5.137) بقيمة إحصائية (0.003) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

خاتمة :

لقد أصبح لزاما على المنظمات الحديثة اعتماد إستراتيجية البناء المعرفي من خلال تحديد و تجميع المعارف بكفاءة، أي تطبيق إدارة المعرفة (إكتساب المعرفة و تخزينها ، نقل المعرفة ، تطبيق المعرفة) من أجل تحفيز النشاطات التي تحقق ميزة تنافسية للمنظمات الحديثة التي تعمل في بيئة شديدة التنافس.

نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة التي قمنا بها نستنتج ما يلي :

1. تمثل إدارة المعرفة حقا علميا حديثا ، فهي من الجانب التطبيقي تعمل على توفير قدرات واسعة للمنظمات الحديثة في التميز و التفوق و الريادة و الإبداع في إطار عناصرها الثلاثة (إكتساب المعرفة و تخزينها،نقل المعرفة،تطبيق المعرفة).

2. هناك أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة المعرفة بعملياتها على الميزة التنافسية في شركة موبيليس للإتصالات الجزائرية.

3. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) تعزى لمتغير الجنس لدى المبحوثين من شركة موبيليس للإتصالات الجزائرية فيما يخص إدراكهم لمستوى ممارسة إدارة المعرفة.

4. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) تعزى لمتغير السن و المستوى الدراسي و عدد سنوات الخبرة لدى المبحوثين من شركة موبيليس للإتصالات الجزائرية فيما يخص إدراكهم لمستوى ممارسة إدارة المعرفة.

5. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) تعزى لمتغير المستوى الدراسي و عدد سنوات الخبرة لدى المبحوثين من شركة موبيليس للإتصالات الجزائرية فيما يخص إدراكهم لواقع الميزة التنافسية بشركتهم.

6. عدم فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) تعزى لمتغير الجنس و السن لدى المبحوثين من شركو موبيليس للإتصالات الجزائرية فيما يخص إدراكهم لواقع الميزة التنافسية بشركتهم.

توصيات الدراسة :

بناء على هذه الدراسة يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التالية :

1. على شركة موبيليس الإهتمام بالمعرفة من خلال توفير الجو الملائم لتحقيقها في الواقع ، و ذلك من خلال إكساب العمال المعرفة و توفير جو مكلائم لتبادلها بين العمال.

2. القيام بدراسات مستمرة لأوضاع السوق من حيث المنافسة من أجل جعل عمليات إدارة المعرفة متماشية و هذه التغيرات.

قائمة المراجع :

1. خضر مصباح إسماعيل طيطي ، " إدارة المعرفة ، التحديات و التقنيات و الحلول " ، دار الحامد للنشر ، عمان ، الأردن ، 2009.
2. عبد الستار العلي و آخرون ، " المدخل إلى إدارة المعرفة "، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، الطبعة الأولى ، عمان ، الأردن ، 2006.
3. معالي فهمي حيدر ، " نظم المعلومات ،مدخل لتطبيق الميزة التنافسية " ،الدار الجامعية ، الإسكندرية، مصر ، 2002 ،
4. عامر بشير ، " دور الإقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك ، دراسة حالة الجزائر" ، أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية جامعة الجزائر ، 2012.
5. عبد الحكيم عبد الله النصور ، "الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الإنفتاح الإقتصادي" ، أطروحة دكتوراه في الإقتصاد و التخطيط ،كلية الأقتصاد ، جامعة تشرين ، سوريا ، 2009.
6. ياسر بن عبد الله بن تركي العتيبي ، " إدارة المعرفة و إمكانية تطبيقها في الجامعات السعودية ،دراسة تطبيقية على جامعة أم القرى "، أطروحة دكتوراه في الإدارة التربوية و التخطيط ، جامعة أم القرى ، 1428 هـ .
7. حمدي طعمة كاظم ، "العوامل المؤثرة على الكفاءة الانتاجية لمعمل المنسوجات الصوفية في الناصرية لسنوات من 1995 ولغاية 2000" ، مجلة البحوث التقنية ، بغداد : هيئة -التعليم التقني ، المجلد 24، العدد 09، 2011.
8. وهيبه داسي ، مقال حول " دور إدارة المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية ، دراسة تطبيقية في المصارف الحكومية السورية" ، مجلة الباحث ، العدد 11 ، جامعة ورقلة ، 2012.
9. أبو فارة يوسف أحمد ، مداخلة حول " العلاقة بين استخدام مدخل إدارة المعرفة و الأداء" ، المؤتمر العلمي السنوي الرابع حول إدارة المعرفة في العالم العربي ، كلية الإقتصاد و العلوم الإدارية، جامعة الزيتونة، الأردن، 26-27 نيسان 2004،
10. فراس الشلبي، خالد بني حمدان، أثر تقانة المعلومات في الإبداع المنظمي شركة توليد الكهرباء المركزية - دراسة حالة" ، المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الادارية تحت عنوان "إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة" ، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، 27/29/2009 نيسان .
11. DIRK BOSENBERG، HEINZ METZEN, "LE LEAN MANAGEMENTLES "، LES EDITIONS DORGANISATION ،PARIS ،1994 .
12. M.PORTER , " avantage concurenciel des nations" , inter édition , paris , 1993.
13. www.elmaghraby.com/moalafty/7.pdf.