

أثر إدارة المعرفة على تنافسية المؤسسات الاقتصادية في الجزائر دراسة حالة مؤسسة موبيليس بولايات الجنوب الشرقي

The impact of knowledge management on the competitiveness of economic institutions in Algeria

A case study of Mobilis Corporation in the southeastern states

د/ عبدالحق طير¹ (*)

¹ جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي (الجزائر)، tir-abdelhak@univ-eloued.dz

تاريخ النشر: 2023/04/01

تاريخ القبول: 2023/03/09

تاريخ الاستلام: 2022/10/06

ملخص:

تهدف الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة إدارة المعرفة في تعزيز تنافسية مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس، وذلك من خلال دراسة حالة المؤسسة بولايات الجنوب الشرقي الجزائري (الوادي، بسكرة، تقرت، ورقلة، غرداية)، وبالاعتماد على نموذج يقيس أثر أبعاد إدارة المعرفة والمتمثلة في: توليد المعرفة، تخزين المعرفة، نشر المعرفة وتطبيق المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة، وبعد جمع البيانات والمعطيات باستخدام استمارة الاستبيان، وتقدير النموذج باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، تم التوصل إلى أنه باستثناء بعد تخزين المعرفة وجد بأن كل من: توليد المعرفة، نشر المعرفة وتطبيق المعرفة لها تأثير معنوي وإيجابي على تنافسية مؤسسة موبيليس بولايات الجنوب الشرقي الجزائري.

الكلمات المفتاحية: إدارة المعرفة، توليد المعرفة، تخزين المعرفة، نشر المعرفة، تطبيق المعرفة، تنافسية المؤسسة، مؤسسة موبيليس.

Abstract:

The study aims to know the extent to which knowledge management contributes to enhancing the competitiveness of Algeria Telecom Mobilis, through a case study of the institution in the southeastern Algerian states (EL'Oued, Biskra, Tougourt, Ouargla, Ghardaia), and based on a model that measures the impact of the dimensions of knowledge management represented in: Generating Knowledge, knowledge storage, knowledge dissemination and knowledge application to the competitiveness of the institution under study, and after collecting data and data using a questionnaire form, and estimating the model using the SPSS statistical program, it was concluded that except after storing knowledge, it was found that each of: knowledge generation, knowledge dissemination and knowledge application It has a positive and moral impact on the competitiveness of Mobilis in the states of the southeast of Algeria.

Keywords: Knowledge management, knowledge generation, knowledge storage, knowledge dissemination, knowledge application, enterprise competitiveness, Mobilis Corporation.

JEL code: M31 ,M150 ,M53 ,C10

1. مقدمة:

تعتبر إدارة موارد المعرفة أو الأصول الفكرية من الموضوعات التي تلقى اهتماما كبيرا وواسعا من طرف الأكاديميين وكذلك الممارسين ورجال الأعمال في مختلف دول العالم، وعلى الرغم من حداثة نسبيها، إلا أن تطورها التاريخي والتحولات السريعة التي تشهدها المنظمات المعاصرة نحو زيادة اهتمامها بتوليد المعرفة، تخزينها، نشرها وتطبيقها، رفع من قيمتها وزاد من ثقلها ووزنها تماما مثل الأرض، العمل، رأس المال .. كموارد أساسية في العملية الإنتاجية، وبالتالي لا عجب أن نرى أغلب البيئات التنظيمية توجهت نحو إعتقاد النظم القائمة على المعرفة، وذلك إدراكا منها لأهمية تفعيل الأنشطة الفكرية واستخدام الموارد المعرفية في دعم وتعزيز قدراتها التنافسية، وذلك من خلال زيادة قدراتها الإنتاجية، الإبداعية والابتكارية.

ليس هناك اختلاف الآن نظريا وعمليا في أن المعرفة تمثل بالنسبة للمنظمات مصدرا مهما لتحقيق ميزة تنافسية، حيث ينظر إليها على أنها سلعة ومورد تنظيمي، يتميز في سماته عن غيره في أن استخدامه ومشاركته لا يجعل مخزون المنظمة منه ينفد، بل إن قاعدة المعرفة عندها تزداد وتتوسع. وهي أصبحت تعتبر أصول حقيقية جعلت من الضروري للمنظمات أن تخصص الكثير من الاهتمام في إدارته بكل فعالية، إذا ما أرادت البقاء والاستمرار وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة في ظل بيئة تنظيمية تعرف حركية سريعة وديناميكية كبيرة.

الإشكالية الرئيسية:

مما سبق يمكن طرق الإشكالية الرئيسية التالية:

ما هو أثر إدارة المعرفة على تنافسية مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس بولايات الجنوب الشرقي الجزائري؟

إن هذا السؤال الرئيسي يحمل عدة أسئلة فرعية، يمكن إدراجها فيما يلي:

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتوليد المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- هل هناك أثر ذو دلالة إحصائية لتخزين المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنشر المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- هل هناك أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدارة المعرفة تعزى إلى متغيرات (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات العمل بالمؤسسة، الوظيفة الحالية).

فرضيات الدراسة:

كإجابة مبدئية على الأسئلة الفرعية يمكن طرح فرضيات الدراسة التالية:

- الفرضية الأولى:** يوجد أثر لتوليد المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- الفرضية الثانية:** يوجد أثر لتخزين المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- الفرضية الثالثة:** يوجد أثر لنشر المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- الفرضية الرابعة:** يوجد أثر لتطبيق المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- الفرضية الخامسة:** لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدارة المعرفة تعزى للبيانات الشخصية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات العمل بالمؤسسة، الوظيفة الحالية).

2. إدارة المعرفة وتنافسية المؤسسات: إطار مفاهيمي

1.2 مفهوم إدارة المعرفة (KM):

تعددت وتنوعت المفاهيم المقدمة من طرف المفكرين والباحثين حول إدارة المعرفة، وهذا نتيجة لإختلاف المنطلقات والخلفيات والمداخل العلمية والعملية، وبالتالي من الصعب إيجاد مفهوم شامل يغطي مختلف جوانب المصطلح، ويعطي معنى كاملا له، وفيما يلي يمكن ذكر بعضا من هذه المفاهيم:

يعرف (Jennex 2005) إدارة المعرفة على أنها ذلك "النظام الذي تم إنشاؤه لتسهيل التقاط المعرفة وتخزينها واسترجاعها وإعادة استخدامها". (Murray, 2007, p04) ويؤكد هذا التعريف أيضا بأن إدارة المعرفة هي عبارة عن "منهج متناسق ومتكامل لإنشاء الأصول الفكرية للمؤسسة، والتقاطها وتنظيمها والوصول إليها واستخدامها". (Kimiz, 2005, p05) وأيضا (Kelly, 1998) يعرف إدارة المعرفة بأنها " العملية المنهجية المنظمة للاستخدام الخلاق للمعرفة وإنشائها " (عظامو وقداش، 2022، ص45).

ويشير (Trevor Smith, 2006) إلى أن إدارة المعرفة هي " مجموعة من العمليات التي تساعد المنظمة علي فهم واختيار وتنظيم وتوزيع ونشر المعلومات ونظم الخبرة والتي تمثل جزء من الذاكرة التنظيمية " (شارد، 2017، ص25) وتركز إدارة المعرفة على "التجميع وتنظيم وتحليل قاعدة المعرفة للأفراد والجماعات عبر المنظمة بطريقة يمكن للمؤسسة الاستفادة من خلالها في تحسين الأداء التنظيمي". (HO, 2018, p03) ويمكن تعريف إدارة المعرفة أيضا على أنها " عملية التقاط وتخزين ومشاركة وإدارة معرفة وخبرات الموظفين بشكل فعال لزيادة المعرفة العامة للقوى العاملة، وهدفها الأساسي هو تحسين الكفاءة والإنتاجية والاحتفاظ بالمعلومات الهامة داخل الشركة" (Starmind, 2022)

وتحتاج إدارة المعرفة في عملية توليد المعرفة وتخزينها ونشرها وتوزيعها ثم تطبيقها، إلى دمج ومزج ثلاثة عناصر أساسية فيما بينها لتمارس ذلك بكل فعالية، وهذه العناصر هي: (بن زين وطيّار، 2020، ص41-42)

- **الأفراد:** تعتبر المعرفة رأس مال فكري تمثله نخبة من الأفراد العاملين الذين لديهم قدرات معرفية وتنظيمية لإنتاج الأفكار الجديدة وتطوير الأفكار القديمة ويتعلمون ويتداولون أفضل السلوكيات للعمل على إحداث التغيير في ممارسات منظماتهم. فإدارة المعرفة تنطلق أساسا من الأفراد لإعتبار المعرفة تتبلور في عقولهم، ومن جهة ثانية هم من يقومون بنشرها ومشاركتها وتطويرها، أي هم من يقومون بتفعيل عمليات إدارة المعرفة.

- **العمليات:** تعطي العمليات الصفة النظامية لإدارة المعرفة لأنها تشمل مجموع الأنشطة والممارسات لجمع المعرفة، تبادلها واستخدامها. حيث تعتبر البعد التنظيمي للمعرفة الذي يتعلق بتجديد الطرائق والإجراءات والتسهيلات المساعدة والعمليات اللازمة لإدارة المعرفة بصورة فاعلة.

- **التقنيات:** أي استخدام التكنولوجيا لدعم عمليات إدارة المعرفة، من خلال قدرتها على تسريع عملية إنتاج ونقل المعرفة وتساعد أيضا في جمع وتنظيم معرفة الجماعات لجعل المعرفة متوفرة على أساس المشاركة.

وفي ظل المستجدات والتحولات التي تشهدها بيئة الأعمال الدولية، أصبحت إدارة المعرفة ضرورة وحتمية بالنسبة للمؤسسة التي تسعى إلى تحقيق ميزة تنافسية، حيث توفر جملة من المزايا، يمكن اختصارها فيما يلي: (بونار، 2020، ص06)

- تعد فرصة للمؤسسة لتخفيض التكاليف ورفع موجوداتها الداخلية لتوليد إيرادات جديدة وتحقيق أهداف المؤسسة.
- تساعد المؤسسة على تحديد المعرفة المطلوبة، توليدها، توثيقها، تطويرها، مشاركتها وتطبيقها.
- استثمار رأس المال الفكري وإتاحة المعرفة لأصحابها وإمكانية الوصول إليها عند الحاجة بكل سهولة.
- تحفيز وتشجيع الموارد البشرية على الإبداع والإبتكار وخلق معارف جديدة.
- تعمل على الاستفادة من الموجودات الملموسة وغيرها، بتوفير إطار عمل لتعزيز المعرفة وتعظيمها.

2.2 مفهوم تنافسية المؤسسات:

أعطيت العديد من المفاهيم للتنافسية على مستوى المؤسسة، يمكن ذكر بعضها فيما يلي:

من منظور لجنة الرئاسة الأمريكية أن المؤسسة التنافسية، هي "التي يمكنها أن تقدم المنتجات النوعية المميزة وبتكلفة منخفضة مقارنة مع منافسيها المحليين والدوليين، وبما يضمن تحقيق المؤسسة للربح طويل المدى وقدرتها على تعويض المشتغلين بها، وتوفير عائد مجزى لمالكيها". (بلالي، 2007، ص249) أما بالنسبة للتعريف البريطاني للتنافسية فإنها تعني "القدرة على إنتاج السلع الصحيحة والخدمات بالنوعية الجيدة وبالسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين، بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى". (وديع، 2003، ص04)

ويعتبر مايكل بورتر بأن "تنافسية المؤسسة تنشأ أساساً من القيمة التي باستطاعة مؤسسة ما أن تخلقها لزيائنها، بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين، ووصولاً إلى اكتشاف طرائق جديدة تكون أكثر فعالية من تلك المستعملة من طرف المنافسين الآخرين، إذ يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً" (عبد الحفيظي، 2009، ص42) وتعرف تنافسية المؤسسة أيضاً بأنها "القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من ربحية، نمو، استقرار، توسع، ابتكار وتجديد" (غلاب وعين سوية، 2022، ص1073). كما تعرف بأنها "مجموعة العمليات والأنشطة والمهارات المتكاملة التي تمتلكها المؤسسة لكونها تساعد على تحقيق التفوق على المنافسين" (بوخلوه ولنصاري، 2022، ص93)، وتحدد الميزة التنافسية للمؤسسة من خلال توفر قوة داخلية من الموارد والمقدرات وقوة خارجية من موقع المؤسسة في السوق، والربط بينهما يحقق الأداء المتميز للمؤسسة. (Huangc, and al, 2015, p03)

وهناك عدة أبعاد وركائز تمكن المؤسسة من أن تكون لها قدرة تنافسية، وتتميز بها مقارنة بالمؤسسات التي تعمل معها في نفس القطاع. وهذه الأبعاد نشرحها فيما يلي:

- **التنافسية بالجودة:** تعتبر الجودة عامل أساسي في نجاح المؤسسة وتنافسياتها، حيث تمكن من إحتلال منتجاتها موقع في السوق ضمن المنتجات المعروضة.
- **التنافسية بالمرونة:** ونقصد بها مدى قدرة المؤسسة أو نظامها الإنتاجي على الاستجابة للتغيرات في حجم الطلب على منتجاتها، إما بتزايد مما يستلزم زيادة موازية في حجم الإنتاج، أو توافر قدر مناسب في المخزون يغطي هذا الطلب. أو بإنخفاضه، مما يتطلب القدرة على تصميم وتقديم منتج بديل جذاب، فكلما كانت استجابة المؤسسة للتغيرات في الطلب سريعة، زادت قدرتها التنافسية على غيرها.
- **التنافسية بالتكاليف:** ترتبط إستراتيجية خفض التكاليف لحد كبير بالسعر وقد اصطلح على تسميتها بإستراتيجية "القيادة في التكاليف" أي بمعنى التفوق في خفض التكاليف عن المنافسين، فالتنافس على أساس السعر يتطلب وظيفة عمليات قادرة على الإنتاج بتكلفة منخفضة.
- **التنافسية بالإبداع:** تعتبر الإبداع بعداً للتنافسية وذلك من خلال استكشاف الفرص الجديدة في البيئة الخارجية ومراقبتها وسرعة الاستجابة لها بانجاز تطور معين أو عمل خلاق، سواء في مجال الإنتاج والتكنولوجيا المستعملة أو في إيجاد طرق جديدة أكثر خلقاً للقيمة تختلف عن تلك الطرق القائمة.
- **التنافسية بالزمن:** وهي المنافسة القائمة على أساس تخفيض عنصر الزمن، أي السرعة في الأداء، وفي تقديم السلعة أو الخدمة.

3. الطريقة والأدوات المستخدمة:

نوضح في هذا المحور المنهجية التي المتبعة في الدراسة من خلال إبراز مجتمع وعينة الدراسة، طرق وأدوات جمع البيانات، إلى الأساليب الإحصائية المستعملة في تحليل البيانات الخاصة بالإستبيان.

1.3 مجتمع وعينة الدراسة:

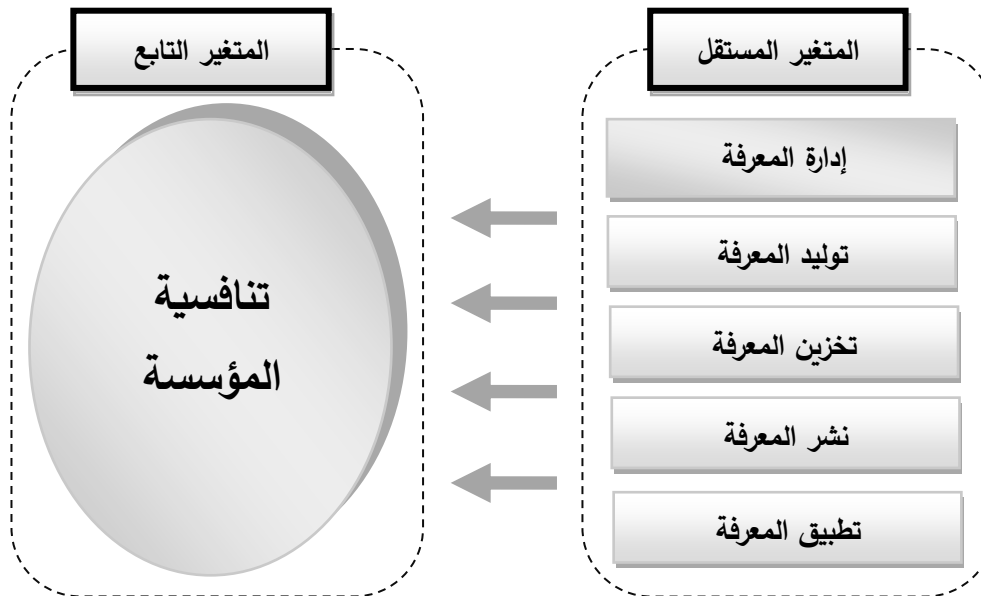
تهدف الدراسة إلى قياس أثر إدارة المعرفة على تنافسية المؤسسات الاقتصادية، لهذا تم حصر مجتمع الدراسة في إطارات وعمال مؤسسة موبيليس للإتصالات بولايات الجنوب الشرقي، وتم الأخذ بعين الاعتبار توفر الخبرة المهنية والعلمية في أشخاص موضوع الدراسة، حتى تكون لهم القدرة والتمكن من الحكم على موضوع الاستبيان من خلال الإجابة على أسئلته. وحاولت الدراسة جمع أكبر عدد ممكن من أفراد العينة، حيث تم جمع 39 استمارة استبيان، تتوزع على مختلف الوكالات والمصالح، وبالتالي يمكن إعتبارها عينة ممثلة بدقة لمجتمع الدراسة، على أساس أنها تحمل مختلف الخصائص والسمات التي يتميز بها.

2.3 متغيرات الدراسة:

بناء على أهداف الدراسة والإشكالية المطروحة، فقد تم الإعتماد في نموذج الدراسة على المتغيرات التالية:

- **المتغير المستقل:** يتمثل المتغير المستقل في إدارة المعرفة وقد تم تقسيمه إلى أربعة أبعاد وهي توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع ونشر المعرفة، تطبيق المعرفة.
- **المتغير التابع:** يتحدد المتغير التابع في تنافسية المؤسسة وقد تم تمثيله من خلال أسئلة وعبارات تغطي مختلف أبعاد التنافسية وتعكس مستواها في المؤسسة محل الدراسة.

الشكل رقم (01): متغيرات الدراسة



المصدر: من إعداد الباحث

3.3 منهج وأدوات الدراسة:

1.3.3 منهج الدراسة:

إن المنهج يمكننا من تبسيط موضوع البحث والكشف عن الحقائق العلمية وتحديد الأسباب والنتائج المترتبة عنها، ونظرا لطبيعة موضوع الدراسة المتمثل في أثر إدارة المعرفة على تنافسية المؤسسات الاقتصادية: دراسة حالة مؤسسة موبيليس للإتصالات بولايات الجنوب الشرقي، فهي تركز على المنهج الاستقرائي الذي يعتمد في الحكم على الكل من خلال الجزء، وكذلك المنهج الوصفي، لتحليل البيانات والمعلومات، ومن ثم عرض ومناقشة النتائج.

2.3.3 الأدوات المستخدمة في الدراسة:

بغرض الوصول إلى الأهداف المرجوة لهذه الدراسة والإجابة على الإشكالية المطروحة وإثبات صحة أو عدم صحة الفرضيات، ركزت الدراسة في شقها التطبيقي على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعطيات، حيث شملت على جزئين:

• **الجزء الأول:** يحتوي على خمسة أسئلة تتعلق بالمعلومات العامة والبيانات الشخصية الخاصة بعينة الدراسة وهي (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات العمل بالمؤسسة، الوظيفة الحالية).

• **الجزء الثاني:** يتكون من محورين وهي كما يلي:

✓ **المحور الأول** يتعلق بالمتغير المستقل والمتمثل في إدارة المعرفة؛

✓ **المحور الثاني** يتعلق بالمتغير التابع والمتمثل في تنافسية المؤسسة؛

بعد توزيع وجمع استمارات الاستبيان، اعتمدنا في عرض المعطيات وتحليلها على برنامج *Excel*، لكي نتمكن من معالجة المعطيات وتحليلها بشكل جداول وترجمتها إلى رسومات بيانية، بهدف تسهيل عملية الملاحظة والتحليل للوصول إلى النتائج المرجوة، كما اعتمدنا على مجموعة من الأساليب المتاحة في برنامج spss v.25، نذكرها فيما يلي:

- استخراج التكرارات والنسب المئوية لكل عبارة من الاستبيان؛
- اختبار بيرسون لقياس ارتباط العبارات والمحاور؛
- قياس الوسط الحسابي المرجح لكل عبارة في الاستبيان بالاختبار إلى إجابيات فرض العينة؛
- قياس الانحراف المعياري لكل عبارة في الاستبيان؛
- قياس الانحدار الخطي في الاستبيان.

4. النتائج والمناقشة:

في هذا المحور سنقوم باختبار ثبات وصدق الاستبيان مع تحليل النتائج، وعرض الخصائص العامة لعينة الدراسة، وكذلك اختبار صحة الفرضيات ومناقشة النتائج.

1.4 اختبار ثبات وصدق الاستبيان:

يتم التحقق من صدق وثبات الاستبيان من خلال:

✓ **صدق المقياس (الاتساق الداخلي):**

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه هذه العبارة، أو مدى اتساق كل بعد مع المحور الذي ينتمي إليه، حيث قمنا بحساب الاتساق الداخلي للاستبيان من خلال حساب معامل الارتباط لبيرسون. والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (01): درجة الارتباط الكلية للمحور الأول: إدارة المعرفة

المكون	المحاور	معامل بيرسون	(Sig)
إدارة المعرفة	توليد المعرفة	0.843	0.000
	تخزين المعرفة	0.917	0.000
	نشر المعرفة	0.817	0.000
	تطبيق المعرفة	0.855	0.000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.v25)

يوضح لنا الجدول أعلاه أن معاملات الارتباط بين جميع أبعاد المحور الأول الخاص بإدارة المعرفة جاءت قيمه مقبولة جدا، وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05)، وبذلك يعتبر هذا المحور بأبعاده الأربعة صادقا إلى حد ما وضع لقياسه.

الجدول رقم (02): درجة الارتباط الكلية للمحور الثاني: تنافسية المؤسسة

المكون	المحاور	معامل بيرسون	(Sig)
تنافسية المؤسسة	تسعى المؤسسة لتقديم منتجاتها بشكل بأفضل وأقل تكلفة	0.753	0.000
	تهتم المؤسسة بتطبيق معايير الجودة في كافة أنشطتها	0.654	0.000
	تقوم المؤسسة بتقديم منتجاتها في الوقت المناسب	0.542	0.000
	تسعى المؤسسة لتطوير منتجاتها لمواكبة التطورات الحاصلة	0.776	0.000
	تشجع المؤسسة العمال على التميز والإبداع في الأداء	0.757	0.000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.v25)

بالنظر إلى الجدول أعلاه نجد أن معاملات الارتباط بين جميع عبارات المحور الثاني الخاص بتنافسية المؤسسة جاءت قيمه مقبولة جدا، وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05)، وبذلك يعتبر هذا المحور بعباراته صادقا إلى حد ما لما وضع لقياسه.

✓ ثبات الاستبيان: اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha).

يقصد بثبات أداة الدراسة أن يعطي الاستبيان نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الأداة يعني الاستقرار في نتائج الاستبيان وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة، وقد اعتمدنا على معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha). في حساب ثبات الاستبيان:

الجدول رقم (03): نتائج معامل الثبات ألفا كرونباخ

الأبعاد / المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات ألفا كرونباخ
البعد الأول	04	0.602
البعد الثاني	04	0.797
البعد الثالث	04	0.716
البعد الرابع	04	0.783
المحور الثاني	05	0.845
معامل الثبات الكلي	21	0.929

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.v25)

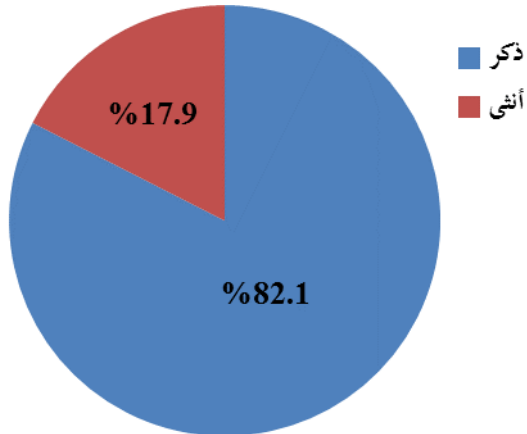
من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل ألفا كرونباخ أكبر من (0.6) بالنسبة لأبعاد ومحاور الدراسة، وكذلك بالنسبة للاستبانة ككل حيث قدر بـ 0.929، وبالتالي تتمتع أداة الدراسة بصورة عامة بمعامل ثبات عال يتيح لها تحقيق أهداف الدراسة وإمكانية ثبات النتائج التي تسفر عنها.

2.4 الخصائص العامة لعينة الدراسة:

يخص هذا الجزء من الاستبيان المعلومات والبيانات الشخصية لأفراد العينة، والمتمثلة في: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات العمل بالمؤسسة، الوظيفة الحالية، وكانت النتائج كما يلي:

• الجنس:

الشكل رقم (02): توزيع العينة حسب متغير الجنس.



من خلال الشكل نلاحظ أن نسبة الذكور بلغت 82.1%، أما نسبة الإناث فقد بلغت 17.9%، وهو ما يعكس واقع المؤسسة محل الدراسة، ونوع وطبيعة نشاطها الذي يناسب الخصائص والصفات التي يتميز بها الذكور عن الإناث.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS V.25

• العمر:

الجدول رقم (04): توزيع العينة حسب متغير العمر

النسبة المئوية	التكرارات	العمر
2.6%	01	30 سنة فأقل
64.1%	25	من 31 إلى 40 سنة
3.33%	13	من 41 إلى 50 سنة
00%	0	50 سنة فأكثر
100%	39	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS V.25

من خلال الجدول نلاحظ أن أفراد العينة من الفئة العمرية الثانية (40-31 سنة) وهي تمثل ما نسبته 1.64 بالمئة وتتكون من 25 فردا، تليها كل من الفئة الثالثة (50-41 سنة) بنسبة 33.3 بالمئة والفئة الأولى (30 سنة فأقل) بنسبة 6.2 بالمئة، وبالتالي ما يميز أفراد العينة ومن خلالهم أفراد المؤسسة أنهم من فئة الشباب.

• المؤهل العلمي:

الجدول رقم (05): توزيع العينة

حسب متغير المؤهل العلمي

النسبة المئوية	التكرارات	العمر
10.3%	04	ثانوي
5.1%	02	تقني
46.2%	18	جامعي
38.5%	15	دراسات عليا
100%	39	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS V.25

من خلال الجدول الذي يوضح توزيع النسب حسب المؤهل العلمي لأفراد العينة، نجد أن حوالي 85 بالمئة من أفراد العينة من أصحاب الشهادات والتكوين الجامعي، حيث ما نسبته 2.46 بالمئة مصنف ضمن المستوى الجامعي و5.38 بالمئة من أصحاب الدراسات العليا، وهو ما يعكس نشاط المؤسسة محل الدراسة الذي يعتمد على الجهد الفكري، ولحاجة المؤسسة إلى هذه الفئة في مختلف المستويات والمصالح الإدارية، أما بالنسبة للفئة الأولى المحددة للمستوى الثانوي فقد تكونت من 04 أفراد أي ما نسبته 10.3 بالمئة، ثم تأتي الفئة الثانية الخاصة بمستوى تقني، فقد تكونت من فردين فقط.

• سنوات العمل بالمؤسسة:

الجدول رقم (06): توزيع العينة حسب متغير سنوات العمل بالمؤسسة

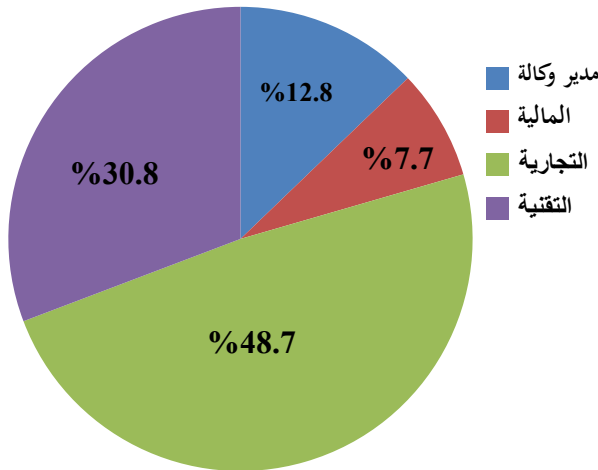
النسبة المئوية	التكرارات	العمر
7.7 %	03	5 سنوات فأقل
20.5%	08	6-10 سنوات
23.1%	09	11-15 سنة
48.7%	19	أكثر من 15 سنة
%100	39	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS V.25

من خلال الجدول نلاحظ أن أكثر من 48% من أفراد العينة لديهم خبرة في العمل تفوق 15 سنة، وحوالي 23% لديهم خبرة من 11 إلى 15 سنة، ثم 20.5% بالمئة لديهم من 6 إلى 10 سنوات عمل في المؤسسة، أما من لديهم 5 سنوات خبرة فأقل، فقد كانت نسبتهم تمثل 7.7% بالمئة، وبالتالي أفراد العينة تمتلك خبرة كبيرة جدا في العمل بالمؤسسة محل الدراسة.

• الوظيفة الحالية:

الشكل رقم (03): توزيع العينة حسب متغير الوظيفة الحالية



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS V.25

من خلال الشكل نلاحظ أن ما نسبته أكثر من 48% بالمئة من أفراد العينة يعملون في المصالح التجارية، بينما حوالي 31% بالمئة يعملون ضمن المصالح التقنية، وهي المصالح التي تحتاج إلى حسن إدارة المعرفة لتقدم أفضل ما لديها، وتحقق المؤسسة من خلالها ميزة تنافسية، بينما ما نسبته حوالي 8% بالمئة يعملون في المصالح المالية، أما مدراء الوكالات فيمثلون ما نسبته حوالي 13% بالمئة.

3.4 مناقشة نتائج الاستبيان:

1.3.4 تحليل نتائج محاور الاستبيان:

لتحويل إجابات المبحوثين إلى بيانات كمية قمنا باستخدام مقياس لكرت الخماسي (Likert Scale) باعتباره يعطي مجالات أوسع للإجابة، كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (07): أداة جمع البيانات وفق مقياس ليكرت الخماسي

الإجابات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجات	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الباحث

❖ بعدها يتم حساب المتوسط الحسابي المرجح Weighted Mean، بإتباع الخطوات التالية:

- ❖ حساب المدى والذي يساوي أكبر قيمة من هذا المقياس - أقل قيمة منه أي: $5-1=4$ ؛
- ❖ حساب طول الفئة من خلال تقسيم المدى على عدد الفئات، أي: $5/4=1.25$ ، فتكون الفئة الأولى: من 1 إلى 1.8 أي: $1.8 = 0.8+1$ وهكذا ...؛
- ❖ تحديد الاتجاه العام للإجابات، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (08): الميزان التقديري وفقا لمقياس ليكرت الخماسي

الاتجاه العام	المتوسط المرجح
غير موافق بشدة	من 1 إلى 1.8
غير موافق	من 1.81 إلى 2.6
محايد	من 2.61 إلى 3.40
موافق	من 3.41 إلى 4.20
موافق بشدة	من 4.21 إلى 5

المصدر: من إعداد الباحث

وعليه سوف يتم عرض نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل محور من محاور الدراسة، ومن ثم تحديد الاتجاه العام لأفراد العينة محل الدراسة، كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (09): عرض البيانات المتعلقة بمحاور (إدارة المعرفة / تنافسية المؤسسة) الاستبيان

الرقم	البعد/المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
1	توليد المعرفة	3.69	0.697	4	موافق
2	تخزين المعرفة	3.72	0.755	3	موافق
3	نشر المعرفة	3.90	0.628	2	موافق
4	تطبيق المعرفة	3.65	0.676	5	موافق
5	تنافسية المؤسسة	4.05	0.656	1	موافق

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS V.25

بالنظر إلى الجدول أعلاه يتضح لنا أن:

- **بُعد توليد المعرفة:** حقق متوسط حسابي قدره 3.69 وانحراف معياري قدره 0.697، وهو ما يعكس موافقة أفراد عينة الدراسة على أن المؤسسة تقوم بتوليد المعرفة من خلال إستقطاب أصحاب الكفاءات، برمجة اللقاءات والجلسات التفاعلية، الحوافز التشجيعية، وكذلك تنظيم الدورات والأيام التكوينية الهادفة إلى الإرتقاء بمستوى المعرفة.
- **بُعد تخزين المعرفة:** حقق متوسط حسابي قدره 3.72 وانحراف معياري قدره 0.755، وهو ما يعكس موافقة أفراد عينة الدراسة على أن المؤسسة تقوم بتخزين المعرفة من خلال الاهتمام بالكفاءات، الاحتفاظ بأهل الخبرة، تسجيل الاقتراحات، تخزين التجارب، حفظ المعرفة وسهولة الوصول إليها عند الحاجة .. الخ

- **بعد نشر المعرفة:** حقق متوسط حسابي قدره 3.90 وانحراف معياري قدره 0.628، وهو ما يعكس موافقة أفراد عينة الدراسة على أن المؤسسة تشجع على نشر المعرفة بين أفرادها من خلال توفير بيئة مناسبة للتواصل وتبادل المعرفة، استخدام وسائل وتقنيات مساعدة على ذلك، المعرفة متاحة عند الحاجة وفي الوقت المناسب.
- **بعد تطبيق المعرفة:** حقق متوسط حسابي قدره 3.65 وانحراف معياري قدره 0.676، وهو ما يعكس موافقة أفراد عينة الدراسة على أن المؤسسة تقوم بتطبيق المعرفة من خلال تحويل المعرفة إلى خطط عمل، المعرفة المتاحة مناسبة لحل المشكلات وأداء العمل، المؤسسة تساعد الأفراد على تطبيق المعرفة، تطبيق المعرفة يؤخذ كمعيار عند تقييم أداء العمال.
- **تنافسية المؤسسة:** حقق متوسط حسابي قدره 4.05 وانحراف معياري قدره 0.656، وهو ما يعكس موافقة أفراد عينة الدراسة على أن تنافسية المؤسسة، وذلك من خلال تقديم منتجاتها بشكل أفضل وأقل تكلفة، تطبيق معايير الجودة في كافة أنشطتها، تقديم منتجاتها في الوقت المناسب، تعمل على تطوير منتجاتها لمواكبة التطورات الحاصلة، تشجيع أفرادها على التميز والإبداع في الأداء.

2.3.4 اختبار فرضيات الدراسة:

تم صياغة أربعة (04) فرضيات لدراسة هذا الموضوع كالتالي:

- الفرضية الأولى:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتوليد المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
 - الفرضية الثانية:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتخزين المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
 - الفرضية الثالثة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنشر المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
 - الفرضية الرابعة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.
- ولاختبار صحة هذه الفرضيات تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد والذي يقيس أثر المتغيرات المستقلة (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، نشر المعرفة وتطبيق المعرفة) على المتغير التابع (تنافسية المؤسسة)، والجدول الموالي يوضح نتائج تقدير الانحدار الخطي المتعدد:

الجدول رقم (10): نتائج تقدير الانحدار المتعدد أثر إدارة لمعرفة على تنافسية مؤسسة موبيليس

قيمة R	قيمة B	T	مستوى المعنوية SIG	معامل التحديد R2
توليد المعرفة	0.271	1.987	0.055	0.996
تخزين المعرفة	-0.001	-0.005	0.996	
نشر المعرفة	0.243	1.878	0.069	
تطبيق المعرفة	0.573	3.933	0.000	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.25.

بالنظر إلى الجدول أعلاه نلاحظ أن بعد تخزين المعرفة جاءت مستوى الدلالة غير معنوية، حيث قدرت بـ 0.996 وهي أعلى من مستوى المعنوية 5%، و قدرت قيمة المعامل $B = -0.001$ أي جاءت سالبة، واختبار (t) بلغ قيمة (-0.915)، ما يعني رفض الفرضية القائلة بوجود أثر لتخزين المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة، وباستبعاد هذا البعد نلاحظ أن نتائج تقدير النموذج قد تحسنت، حيث جاءت كالتالي:

الجدول رقم (11): نتائج تقدير الانحدار المتعدد أثر إدارة لمعرفة على تنافسية مؤسسة موبيليس

معامل التحديد R2	مستوى المعنوية Sig	T	قيمة B	
0.996	0.024	2.356	0.270	توليد المعرفة
	0.061	1.933	0.243	نشر المعرفة
	0.000	4.472	0.573	تطبيق المعرفة

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.25.

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن:

- معامل التحديد يساوي 99% أي أن إدارة المعرفة المتمثلة في (توليد المعرفة، نشر المعرفة، تطبيق المعرفة) تفسر تنافسية المؤسسة بنسبة 99% وهي نسبة مقبولة جدا.
- كما يتضح من نتائج التحليل وجود أثر إيجابي ومعنوي لتوليد المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة، وذلك من خلال قيمة المعامل $B=0.27$ التي جاءت موجبة، واختبار (t) لمعامل توليد المعرفة والذي بلغت قيمته (2.356) بمستوى دلالة معنوية (0.024) وهي أقل من مستوى المعنوية 5%.
- وبناءً على نتائج التحليل الإحصائي الموضحة أعلاه يتم قبول الفرضية الأولى والتي تنص على أنه (يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتوليد المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$).
- كذلك يتضح من نتائج التحليل وجود أثر إيجابي ومعنوي لنشر المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة، وذلك من خلال قيمة المعامل $B=0.243$ التي جاءت موجبة، واختبار (t) لمعامل نشر المعرفة والذي بلغت قيمته (1.933) بمستوى دلالة معنوية (0.061) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5% لكن أقل من مستوى المعنوية 10%.
- وبناءً على نتائج التحليل الإحصائي الموضحة أعلاه يتم قبول الفرضية الثالثة والتي تنص على أنه (يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنشر المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.10)$).
- وبالنسبة لتطبيق المعرفة جاء أثرها أيضا إيجابي ومعنوي على تنافسية المؤسسة محل الدراسة، وذلك من خلال قيمة المعامل $B=0.573$ التي جاءت موجبة، واختبار (t) لمعامل تطبيق المعرفة والذي بلغت قيمته (4.472) بمستوى دلالة معنوية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية 5%.
- وبناءً على نتائج التحليل الإحصائي الموضحة أعلاه يتم قبول الفرضية الرابعة والتي تنص على أنه (يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$).

4-3-3 نتائج اختبار فيشر:

الجدول الموالي يلخص نتائج اختبار فيشر الذي يختبر الفرضية التالية:

الفرضية الخامسة:

- H_0 : لا يوجد فروق في إدارة المعرفة من حيث (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات العمل بالمؤسسة، الوظيفة الحالية).
- H_1 : يوجد فروق في إدارة المعرفة من حيث (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات العمل بالمؤسسة، الوظيفة الحالية).

الجدول رقم (12): اختبار فيشر ANOVA Test من حيث متغير الجنس

		مجموع المربعات	درجة الحرية Df	المتوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة Sig.
إدارة المعرفة	بين المجموعات	0.039	1	0.039	0.108	0.744
	داخل المجموعات	13.306	37	0.360		
	المجموع	13.345	38			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS-V.25.

الجدول رقم (13): اختبار فيشر ANOVA Test من حيث متغير العمر

		مجموع المربعات	درجة الحرية Df	المتوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة Sig.
إدارة المعرفة	بين المجموعات	2.152	2	1.076	3.460	0.0420
	داخل المجموعات	11.193	36	0.3110		
	المجموع	13.345	38			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS-V.25.

الجدول رقم (14): اختبار فيشر ANOVA Test من حيث متغير المؤهل العلمي

		مجموع المربعات	درجة الحرية Df	المتوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة Sig.
إدارة المعرفة	بين المجموعات	2.706	3	0.902	2.967	0.045
	داخل المجموعات	10.639	35	0.304		
	المجموع	13.345	38			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS-V.25.

الجدول رقم (15): اختبار فيشر ANOVA Test من حيث متغير سنوات العمل بالمؤسسة

		مجموع المربعات	درجة الحرية Df	المتوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة Sig.
إدارة المعرفة	بين المجموعات	0.6860	3	0.2290	0.6330	0.5990
	داخل المجموعات	12.659	35	0.3620		
	المجموع	13.345	38			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS-V.25.

الجدول رقم (16): اختبار فيشر ANOVA Test من حيث متغير سنوات العمل بالمؤسسة

		مجموع المربعات	درجة الحرية Df	المتوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة Sig.
إدارة المعرفة	بين المجموعات	1.984	3	0.6610	2.037	0.1270
	داخل المجموعات	11.361	35	0.3250		
	المجموع	13.345	38			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS-V.25.

وجاءت نتائج اختبار Anova للفرضية الخامسة كما يلي:

- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدارة المعرفة من حيث (الجنس، سنوات العمل بالمؤسسة، الوظيفة الحالية).
- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدارة المعرفة من حيث (العمر، المؤهل العلمي).

خاتمة:

من خلال دراسة أثر إدارة المعرفة على تنافسية المؤسسات الاقتصادية - دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس بولايات الجنوب الشرقي الجزائري، توصلنا إلى النتائج التالية:

- وجود أثر إيجابي ومعنوي لتوليد المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة، وذلك من خلال قيمة المعامل $\beta=0.27$ التي جاءت موجبة، واختبار (t) لمعامل توليد المعرفة والذي بلغت قيمته (2.356) بمستوى دلالة معنوية (0.024) وهي أقل من مستوى المعنوية 5%.
- لا يوجد أثر لتخزين المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة، حيث جاءت مستوى الدلالة غير معنوية، وقدرت بـ 0.996 وهي أعلى من مستوى المعنوية 5%، وقدرت قيمة المعامل $\beta=-0.001$ أي جاءت سالبة، واختبار (t) بلغ قيمة (-0.915).
- وجود أثر إيجابي ومعنوي لنشر المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة، وذلك من خلال قيمة المعامل $\beta=0.243$ التي جاءت موجبة، واختبار (t) لمعامل نشر المعرفة والذي بلغت قيمته (1.933) بمستوى دلالة معنوية (0.061) وهي أكبر من مستوى المعنوية 5% لكن أقل من مستوى المعنوية 10%.
- وجود أثر إيجابي ومعنوي لتطبيق المعرفة على تنافسية المؤسسة محل الدراسة، وذلك من خلال قيمة المعامل $\beta=0.573$ التي جاءت موجبة، واختبار (t) لمعامل تطبيق المعرفة والذي بلغت قيمته (4.472) بمستوى دلالة معنوية (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية 5%.
- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدارة المعرفة من حيث (الجنس، سنوات العمل بالمؤسسة، الوظيفة الحالية).
- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدارة المعرفة من حيث (العمر، المؤهل العلمي).

قائمة المراجع:

1. إبراهيم عبد الحفيظي، دراسة تنافسية الاقتصاد الجزائري في ظل العولمة الاقتصادية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2009.
2. أحمد زكرياء عظامو وسمية قداش، عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع التكنولوجي دراسة حالة مؤسسة إريس إلكترونيكس ببرج بوعرييج، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، المجلد 11(01)، جامعة ورقلة، 2022.
3. أحمد بلالي، الميزة التنافسية ونموذج الإدارة الاستراتيجية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 11، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ماي 2007.
4. باديس بوخلوه وإمباركه لنصاري، دور الإبداع الإداري في تحقيق المؤسسة ميزة تنافسية مستدامة لمؤسسة SAMSUNG، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، المجلد 9 (02)، جامعة ورقلة، 2022.
5. عمر بونار، أثر إدارة المعرفة على تمكين العاملين في الجماعات المحلية الجزائرية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، المجلد 16 (01)، جامعة ورقلة، 2020.
6. صليحة غلاب وليليا عين سوية، تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال عملية التجديد دراسة حالة مؤسسة محبوبة لإنتاج العجائن الغذائية، مجلة المعيار، المجلد 26(03)، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2022.
7. محمد عدنان وديع، القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة جسر التنمية، العدد 24، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2003.
8. هاني علي شارد، إدارة المعرفة بين النظرية والتطبيق، ط1، جسر: المجمع الثقافي المصري، القاهرة، 2017.
9. وداد بن زين واحسن طيار، إدارة المعرفة ونظام المعلومات المحاسبي في المنظمات: مدخل نظري لعلاقة التكامل، مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، جامعة الوادي، المجلد 3 (03)، 2020.
10. Huang and al, From Temporary Competitive Advantage to Sustainable Competitive. British Journal of Management, 2015.
11. Odor HO, Knowledge Management, Journal of Business & Financial Affairs, United States, V7(02), 2018.
12. Murray Jennex, What is Knowledge Management?, chapter1, San Diego State University, USA, 2007.
13. Kimiz Dalkir, Knowledge Management in Theory and Practice, Elsevier Butterworth–Heinemann, Oxford, UK, 2005.
14. Starmind, <https://www.starmind.ai/> (23/09/2022).