

قياس إدارة المعرفة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

أ. الياس بوضياف

جامعة قسنطينة 2

أ.منصف شرفي

جامعة قسنطينة 2

الملخص

نسعى من خلال هذه الدراسة بصفة أساسية إلى قياس إدارة المعرفة في المؤسسات الجزائرية، وذلك بغرض الاستفادة من هذا النموذج في تطوير الأداء التسويقي والميزة التنافسية، من حيث تحسين القيمة وتقليل التكاليف والمجهودات وذلك باستغلال التطورات التقنية والتكنولوجية المتاحة، وقد أجريت الدراسة على عينة مكونة من 20 مؤسسة بمدينة باتنة. معتمدين على أسلوب الاستبيان لجمع المعلومات وتحليلها بواسطة مجموعة من المؤشرات الإحصائية، بمساعدة البرنامج الإحصائي SPSS V₂₀ والاستعانة باختبار T لإثبات صحة الفرضيات. حيث تبين كنتيجة لهذه الدراسة وجود مؤشرات تدل على تبني المؤسسات محل الدراسة لإدارة المعرفة إدراكاً منها بنجاعته في تطوير الأداء وتحقيق التميز.

الكلمات المفتاحية : الاتصالات، الأداء، إدارة المعرفة، تكنولوجيا المعلومات، المعرفة.

Abstract

We aim through this study mainly to measure the knowledge Management 'KM' in Algerian firms, in order to develop performance and achieve competitive advantage, in terms to improve the value and reduce the costs and efforts, by using the Technical and technological developments, the study had conducted on a sample of 20 Algerian firm in BATNA city, through collect information and analyze them by a set of statistical indicators with the help of the statistical package SPSS V₂₀, and use T test to validate hypotheses, It had found as a result of this study, the firms adopt the KM model to develop their performance and achieve the excellence.

Keywords: Information technology, knowledge Management, knowledge, Performance, Telecommunication.

المقدمة

شهدت نهاية القرن العشرين توجه الكثير من المؤسسات نحو الاستثمار في حقول المعرفة فقد استحوذ على اهتمام المؤسسات والشركات وحتى الحكومات. فعلى سبيل المثال قدر المختصون في بريطانيا أن إجمالي الاستثمار الوطني في حقول المعرفة يساوي (4.5 %) من الناتج القومي الإجمالي لبريطانيا. من جانب آخر فإن مساهمة قطاع المعرفة وتكنولوجيا المعلومات تصل إلى (60 %) من إجمالي الناتج المحلي الأمريكي ويعمل في هذا القطاع (55 %) من إجمالي القوى العاملة الأمريكية.

ويقدر المختصون أن الاستثمار في حقول المعرفة والتقنيات المتعلقة بها يشكل (70 %) من إجمالي الاستثمار في الصناعات الحدمية في الولايات المتحدة الأمريكية. كل هذا الاهتمام أدى إلى ظهور مجموعة من المفاهيم والمداخل والنظم الجديدة في مجال الإدارة مثل إدارة الجودة الشاملة. ومع بداية التسعينيات من القرن الماضي، بدأت الحكومات الغربية تعطي اهتماماً كبيراً للشركات والمنظمات التي لديها مستوى أفضل من المعرفة بمعنى أنها ذات مستوى متميز ومتفوق في مجال كيفية الحصول على المعرفة والتعامل معها وتطبيقها والاستفادة منها وفي هذا الإطار، برز مفهوم "إدارة المعرفة Knowledge Management" الذي يكمن في وضع المعارف والمهارات المكتسبة في أيدي العاملين في الوقت والشكل المناسب والسهولة الممكنة للاستفادة منها في تحقيق مستويات أعلى من الانجاز.

اخور الأول : منهجية الدراسة

تهدف مضامين هذه الفقرة إلى بناء الأسلوب الذي تم بموجبه إدارة الدراسة بجزأها النظري والتطبيقي من خلال الاستفادة من خلاصات الأدبيات السابقة والمركزات النظرية والتطبيقية لمتغيراتها من خلال المنهج الوصفي التحليلي، وعليه فقد اشتملت على العناصر الآتية:

1. إشكالية الدراسة

تعد إدارة المعرفة في العصر الحديث من المداخل الرئيسية لتطوير الأداء والميزة التنافسية من خلال استغلال المعارف الصريحة والكامنة وتوجيهها التوجيه الفعال نحو تحقيق الأهداف والسيطرة على سيرورة ومجريات الأعمال، وعليه يمكن تحديد إشكالية الدراسة كما يلي:

ما مدى اهتمام المؤسسات قيد الدراسة بتبني نموذج إدارة المعرفة.

2. أهداف الدراسة

نسعى من خلال هذه الدراسة بصفة أساسية إلى قياس مدى تبني المؤسسات قيد الدراسة لإدارة المعرفة خلال قيامها بنشاطها الاقتصادي.

3. فرضية الدراسة

نحاول من خلال الدراسة إثبات الفرضية التالية:

لا تتوفر في المؤسسات قيد الدراسة مؤشرات دالة على تطبيق إدارة المعرفة

4. مجتمع وعينة الدراسة

يتضمن مجتمع الدراسة جميع المؤسسات بمدينة باتنة (الجزائر)، حيث تم توزيع استبيان الدراسة المحكم على (20) مؤسسة صالحة لأغراض التحليل الإحصائي من بين (26) استبيان موزع على (26) مؤسسة، استخدم لغرض إثبات صحة فرضيات الدراسة.

5. الأساليب والمؤشرات الإحصائية المستخدمة في الدراسة

اعتمدت الدراسة في الجانب النظري على المراجع والأدبيات العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة، بينما تم انجاز الجانب التطبيقي بالاعتماد على أسلوب الاستبيان، حيث تم تحليل البيانات بالاستعانة بمجموعة من المؤشرات الإحصائية وبمساعدة البرنامج الإحصائي (SPSS V20)، وهي مؤشرات خاصة بوصف متغيرات الدراسة وتشخيصها، بالإضافة إلى اختبار (T) لإثبات صحة الفرضيات.

المحور الثاني: الإطار النظري للدراسة

صاحب التطور المستمر في بحوث ودراسات إدارة المعرفة حصول الكثير من المؤسسات والشركات على فوائد واسعة حيث استطاعت هذه المؤسسات تحقيق المزيد من الأرباح نتيجة تبني التوجهات الحديثة والأساليب المبتكرة في إدارة المعرفة وتطبيقاتها في مبادئ أعمالها المختلفة. وجاءت الزيادات في الأرباح بسبب خفض النفقات وتعظيم الإيرادات المترتبة على إنجازات الخبرات المعرفية المتطورة ونقلها واستخدامها من قبل إدارات وأقسام الشركات والمؤسسات التي تحققت لها ميزات تنافسية من استخدام الخبرات والمهارات المعرفية المتجددة.

ومن أبرز الشركات والمؤسسات التي تمتعت بفوائد كثيرة وميزات واسعة من تطبيقات الأساليب المبتكرة لإدارة المعرفة شركة ارنست ويونغ (Ernest & Young) وشركة شيفرون (Chevron Corporate) وشركة فورد (Ford) لصناعة السيارات وشركة بكتل (Bechtel) للمقاولات وشركة النفط البريطانية (British Petrol Com: BP) ومختبرات بكمان (Buckman Labs) وشركة تكساس للأدوات (Texas Instruments) وشركة لوكهيد لصناعة الطائرات (Lockheed) وشركة نوكيا لصناعة الاتصالات (Nokia).

ونظراً للفوائد الكثيرة والتأثيرات الإيجابية الناجمة عن استخدام المفاهيم الحديثة والأساليب والإجراءات المتجددة، فقد أدى ذلك إلى تغيرات وتبديلات واسعة في توجهات التعامل مع تطبيقات إدارة المعرفة من قبل بقية المؤسسات والشركات الإنتاجية والخدمية في جميع أنحاء العالم، سعياً منها للبقاء والتقدم في أسواق المنافسة المحتدمة

ليس على الصعيد المحلي فقط وإنما أيضاً على المستويات الدولية والإقليمية. واستطاعت العديد من هذه الشركات التي تمت الإشارة إليها تحقيق إنجازات جوهرية في قدراتها وإمكاناتها التنافسية.

إن هذه الورقة تحاول وبمنهجية وموضوعية استنباطية التعرض بالبحث والتحليل لما يمكن أن تحصل عليه المؤسسات الاقتصادية التي تواكب تطور إدارة المعرفة وتقنياتها والتعامل معها كأداة فاعلة وعملية لضمان النجاح، النمو وحتى البقاء وفيما يلي أهم العناصر المتعلقة بالإطار النظري لإدارة المعرفة.

1. مفهوم إدارة المعرفة وأسباب تطورها:

أفضل من عبروا عن إدارة المعرفة هم الذين عرفوا المعرفة أولاً، فليس من المعقول أن نعرف إدارة ما لا نعرفه، وحتى نصل إلى المعرفة لابد أن نمر على مرحلتين قبلها هي¹:

- **البيانات:** هي عبارة عن مجموعة من الحقائق غير منظمة ومستقلة عن بعضها البعض على شكل أرقام أو كلمات أو إشارات.
- **المعلومات:** بيانات تمت معالجتها للحصول على ناتج مفيد أو بيانات تم تنظيمها ومعالجتها لتحقيق أقصى استفادة منها.
- **المعرفة:** هي معلومات أجريت عليها عمليات تنقية وتنسيق، وتم صياغتها في صورة تجارب وخبرات بسهل فهمها والاستفادة منها بصورة تساعد على التصرف بحكمة²، وقد عرفت كذلك بأنها القيمة المبنية على تراكم المعاني التي تبثها المعلومات في شكل تجارب وخبرات واستنتاجات يمكن الاستفادة منها³.

ويمكن تصنيف المعرفة حسب إدارتها إلى نوعين⁴:

- **المعرفة المعلنة:** وهي كل ما يمكن التعبير عنه باللغة وأشكال التعابير الرياضية والمعادلات والأدلة والكتابات المختلفة. وهذا النوع من المعرفة قابل للانتقال بسهولة بين الأفراد بشكل معلن.
- **المعرفة الضمنية:** هي المعرفة الكامنة في عقول الإنسان والمتمثلة في القيم الذاتية النابعة من التجارب الشخصية، والمعتقدات والاتجاهات المدركة، والتي تمثل مفاهيمه وخبراته المختزنة داخله والتي لا يعبر عنها صراحة ولا يتم تناقلها بين الأفراد بشكل معلن.

ويعتبر مصطلح إدارة المعرفة جديد نوعاً ما، خلافاً لمصطلح إدارة المعلومات ونظم المعلومات الإدارية التي تعتبر شائعة نسبياً، رغم تزايد الاهتمام في العقدين الأخيرين بإدارة المعرفة، فإنه لا يزال هناك جدالاً حول المفهوم الحقيقي لإدارة المعرفة،

حيث أن البعض يتصور أن إدارة المعرفة مرادف لمصطلح إدارة المعلومات، في حين يرى آخرون أنها مفهوم يتركز على الجهود الخاصة عبر الشبكات، ويرى فريق ثالث أن إدارة المعرفة هي آخر صرعات منتجي المعلومات والاستشاريين بهدف بيع حلولهم المبتكرة إلى رجال الأعمال⁵، ومن التعاريف المشهورة لإدارة المعرفة نذكر:⁶

- إدارة المعرفة هي طرق استخدام جملة الخبرات والمعارف المتوفرة في المؤسسة
- إدارة المعرفة هي التعلم لمعرفة ما نعرفه
- إدارة المعرفة هي مجموع التقنيات والأدوات والأعمال الهادفة إلى مساعدة المؤسسات لتخزين واستخدام الموارد المعرفية بشكلها الضمني والمعلن.

وهناك ثلاث عوامل أدت إلى التطور السريع لإدارة المعرفة في الآونة الأخيرة:⁷

- إن الثروة تولد من المعرفة والأصول غير الملموسة، فمثلا مايكروسوفت سنة 1996 قيمت أن 94 % قيمتها السوقية بم يعادل 119 بليون دولار تعتمد على أصولها غير الملموسة.
- أنه باكتشاف الأفراد توجد لديهم المعرفة التنظيمية والذين اعتبروا فائزين بسبب تحجيم المؤسسة، تمت إعادة توظيفهم كاستشاريين جراء الحاجة إلى معرفتهم.
- الاعتراف المتزايد بأن الابتكار الذي يتسم بدرجة مخاطرة عالية هو أساس القدرة التنافسية، وأن أساس الابتكار هو المعرفة، ولمواجهة هذه المخاطرة لابد من تطوير إدارة المعرفة من أجل الابتكار.

2. مكونات إدارة المعرفة:

يمكن تحديد أبرز عناصر إدارة المعرفة كما يلي:⁸

أ. **عمليات إدارة المعرفة:** تشير إلى مجموعة العمليات الرئيسية والأنشطة الفرعية اللازمة القيام بها لتوليد المعرفة، وتخزينها ثم توزيعها وتطبيقها.

- **توليد المعرفة:** هي خلق المعرفة واشتقاقها داخل المؤسسة، حيث تضمن المؤسسة من خلالها امتلاك المعرفة اللازمة لتحقيق أهدافها. ويتم خلق المعرفة من خلال المصادر الداخلية كالوثائق والسجلات والعاملين أو من خلال مصادر خارجية كالشراء أو الاستئجار أو الاندماج أو الانترنت.

- **تخزين المعرفة:** هي حفظ المعرفة من الضياع، وتتضمن حفظ المعلومات التي يمتلكها العاملون وذلك بالمحافظة على العاملين المميزين بالمعرفة في المؤسسة، وتحويل هذه المعرفة إلى بناء داخلي يتضمن إخراج المعرفة الضمنية من أذهانهم عن طريق التدريب والحوار وتنظيمها بشكل يكون في متناول أفراد المؤسسة، كذلك حفظ المعرفة المعلنة في المؤسسة كالوثائق والسجلات والكتيبات المتعلقة بالسياسات والإجراءات وتوثيقها باستخدام وسائط التخزين المتطورة.

- **توزيع المعرفة:** تعني تبادل الأفكار والخبرات والمهارات بين العاملين، وتتطلب أن يقوم العاملون بالاتصال مع بعضهم واستعمال ما يعرفونه لحل المشكلات بشكل مبدع، فالمعرفة حقيقة تنمو عندما يتم تقاسمها واستعمالها، وقد أصبح توزيع المعرفة أمراً أكثر سهولة باستخدام التقنيات المتطورة كالانترنت وشبكات الاتصال المتطورة.

- **تطبيق المعرفة:** الاستفادة الفعلية من المعرفة بطريقة فعالة تضمن تحقيق أهداف المؤسسة بكفاءة وفعالية، وهذا يتطلب تفويض العاملين صلاحيات واسعة وإعطائهم الحرية الكافية لتطبيق معارفهم.

ب. **تكنولوجيا إدارة المعرفة:** تعني الوسائل والأساليب والأفعال المستخدمة لتحويل المدخلات التنظيمية إلى مخرجات، وتشير إلى أبرز التطورات في تكنولوجيا الاتصال التي ساهمت في إنشاء إدارة المعرفة وتطورها مثل نظم عمل المعرفة ونظم دعم القرارات المستندة إلى المعرفة.

ج. **فريق المعرفة:** يمثل المرتكز الأساسي الذي يساعد على التقاط المعرفة وتوليدها ونشرها وتطبيقها في المؤسسة، ويتكون من صانعي المعرفة ومديريها، فصانعو المعرفة هم الباحثون والمصممون والكتاب ومحملو النظم والمبرمجون. وهم مسؤولون عن توليد المعرفة الجديدة وتطويرها وتضمينها مع المعرفة القائمة. أما مديرو المعرفة فهم مديرو المعرفة المعلنة وهم الموظفون الذين يقومون بعمليات توليد المعرفة وتصنيفها ونقلها، أما مديرو المعرفة الضمنية فهم الذين يركزون على العمليات التي تسهل التفاعل بين صناع المعرفة والخبراء.

3. أهداف إدارة المعرفة

تمثل الأهداف بجانبين أحدهما تقني والآخر بنوي:⁹

أ. الجانب التقني:

- بناء قواعد معرفية على غرار قواعد البيانات والمعلومات ولكنها تتميز بترباط معرفي ذكي يؤسسه نظام لغوي يحمل معاني ودلالات تتفق مع السياق المعرفي.

- بناء خريطة معرفية لتوجه الأفراد إلى الاستدلال السريع لأماكن الخبرة المنشودة وتقوم الخريطة المعرفية على بنية القواعد المعرفية وتضيف عليها خبرات ومهارات الأفراد وجملة العمليات الإدارية والتجارب والممارسات.
- تسهيل الولوج إلى المعرفة من خلال أنظمة وبرامج تحليلية ذكية.
- تسهيل أخذ القرار الذكي أيضاً من خلال تكنولوجيا الأنظمة الخبيرة.

ب. الجانب البنيوي:

- تهيئة البيئة المساعدة على الإبداع والابتكار.
- تأكيد المعرفة كأحد الأصول الثابتة للمؤسسة.
- توفير البيئة المناسبة للتعليم المستمر وترسيخ ثقافة تنظيمية تدعم نشر المعرفة.
- الانفتاح وتشجيع العمال على المشاركة في المعرفة وإدارتها.
- بناء الثقة بين الأفراد وتشجيع الإبداع والابتكار

4. مجالات استخدام إدارة المعرفة

تستخدم المعرفة في المجالات التنظيمية للمؤسسات، وأبرز تلك المجالات ما يلي:¹⁰

- اتخاذ القرارات في جميع المجالات: حيث تساعد إدارة المعرفة متخذي القرارات بالحصول على المعلومات المطلوبة كافة، لاتخاذ قرار معين والتي تمكن متخذ القرار من فهم جميع جوانب الموضوع وأبعاده وانعكاساته كافة.
- التخطيط الاستراتيجي: حيث أن الشخص الذي يتمتع بالمعرفة والخبرة أقدر على التخطيط من غيره، وبالتالي فإن المعرفة تفيد بشكل كبير في وضع وتطوير الخطة الاستراتيجية
- تخطيط العمليات وإعادة هندستها: أي إعادة تصميم العمليات وإجراءات العمل.
- الاتصالات: حيث تسهل عملية الاتصال لنقل المعلومات، حول قيمة المنتج.

5. الدعائم الأساسية لامتلاك إدارة المعرفة في المؤسسة الاقتصادية

إنها دعائم لا تستوجب مؤسسة معينة من حيث النمط والطابع ولكنها تحتاج لبيئة ذات صفات محددة ومهيأة، ولكنها تمتلك الفعالية أكثر ما تمتلكها في المؤسسة دون سواها. فما هي تلك الدعائم؟¹¹

- ثقافة الأفراد العاملون في المؤسسة بجميع مستوياتهم
- وجود وحدة متخصصة لإدارة المعرفة
- التقنية بمختلف أنواعها كوسيلة لتوليد وتخزين ونشر المعرفة
- مرونة الهيكل التنظيمي
- تكامل إستراتيجية المعرفة مع الإستراتيجية الشاملة للمؤسسة

6. مراحل تطبيق إدارة المعرفة في المؤسسة الاقتصادية

تمر إدارة المعرفة بعدة مراحل، ويكون التركيز في كل مرحلة على العديد من الأنشطة نذكرها فيما يلي:¹²

أ. مرحلة المبادرة: وتتركز هذه المرحلة على:

- بناء البنية التحتية لتكنولوجيا الاتصالات، بناء العلاقات الإنسانية، نظم المكافآت، إدارة الثقافة التنظيمية
- بناء قواعد البيانات والحصول على الأفكار والآراء المقترحة

ب. مرحلة النشر: يكون التركيز على:

- تبرير الأفكار، وضع إجراءات وسياسات التبرير
- استخدام تكنولوجيا المعلومات في معالجة وتحليل الأفكار لتبريرها
- مراقبة المعرفة وأدوات التحكيم
- الحصول على المعرفة التي تم تبريرها وتحكيمها

ج. مرحلة التكامل الداخلي: يكون التركيز على:

- التكامل والتمويل المعرفي طبقا لمستوى متطلبات السوق
- هيكلية المعرفة ورسم خريطتها
- استخدام محركات البحث واستراتيجياتها
- اعتماد التكنولوجيا في نظم قياس الأداء

د. مرحلة التكامل الخارجي: ويكون التركيز على:

- كفاءة إدارة المعرفة، الشبكات المتداخلة، التمويل الخارجي، إدارة التعاون
- المؤتمرات عن بعد والمؤتمرات الفيديوية، البريد الإلكتروني، نظم المشاركة بالمعرفة

7. تحديات تطبيق إدارة المعرفة في المؤسسة الاقتصادية

تواجه المؤسسات معوقات عديدة تحول دون تطبيق مفهوم إدارة المعرفة لعل من أبرزها ما يلي:¹³

- عدم دعم الإدارة العليا في المؤسسة والتزامها بتطبيق مفهوم إدارة المعرفة
- ضعف إدراك مفهوم إدارة المعرفة وأهمية دوره في المؤسسة
- الافتقار إلى التدريب المناسب في مجال إدارة المعرفة
- عدم توفر ميزانية كافية لمشروع إدارة المعرفة
- وجود ثقافة تنظيمية غير تعاونية لا تشجع على تبني مفهوم إدارة المعرفة.
- مقاومة العاملين للتغيير مما يحد من قدرة المؤسسة على تبني تطبيق مفهوم إدارة المعرفة.

المحور الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

من خلال وصف واختبار إجابات عينة الدراسة حول أبعاد إدارة المعرفة، وتنص هذه الفقرة على عرض وتحليل البيانات التي يتضمنها الاستبيان حول الأبعاد المتعلقة بإدارة المعرفة (القيادة، ثقافة الشركة، التكنولوجيا، العمليات)، إذ تم استخدام مقياس (Likert)، الذي يتوزع على خمس درجات ترتيبية لوصف واختبار المؤشرات المختلفة لإدارة المعرفة وقد تم اعتماد الوسط الحسابي الفرضي (3) كمعيار لقياس وتقييم درجة استجابات العينة بمستوى معنوية يقدر بـ 0.05

1. القيادة

يمثل البعد الأول من الأبعاد المعتمدة في تحديد إدارة المعرفة في هذه الدراسة، وقد تضمن خمس أسئلة موجهة إلى المسؤولين بهدف التعرف على مدى توافر تطبيق بعد القيادة في إدارة المعرفة في المؤسسات محل الدراسة، وكانت إجابات المسؤولين موضح في الجدول أدناه.

الجدول (1): مؤشر القيادة

One-Sample Statistics and T test

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Test Value = 3		
					t	df	Sig. (2-tailed)
X11	20	4,10	,788	,176	6,242	19	,000
X12	20	3,90	,553	,124	7,285	19	,000
X13	20	4,00	,725	,162	6,164	19	,000
X14	20	3,25	,639	,143	1,751	19	,096
X15	20	3,70	,657	,147	4,765	19	,000
X1	20	3,79	,614	,137	5,756	19	,000

المصدر: إعداد الباحث وفقاً لنتائج SPSS V 20.

من خلال الجدول (1) المتعلق بوصف واختبار المؤشرات الخاصة ببعيد القيادة **leadership** يمكننا ملاحظة الأهمية النسبية لهذا البعد من خلال المؤشرات الإحصائية الدالة على ذلك حيث أن الوسط الحسابي لجميع المؤشرات مرتفع نسبياً ويعتبر مقبول جداً كون المؤسسات تعتمد على القيادة لإدارة المعرفة والتنسيق بين الوحدات من أجل تسهيل تسيير المعارف بهدف تطوير الأداء وهو وسط حسابي يعبر عن آراء أفراد العينة المدروسة بانحراف معياري لم يتجاوز 1 لكل المؤشرات مما يدل على تجانس الإجابات والآراء حول تفعيل دور القيادة في إدارة المعرفة كون المؤشرات المكونة لهذا البعد معنوية عند متوسط افتراضي يساوي 3 وبمستوى ثقة يقدر بـ 95%. باستثناء المؤشر الرابع الذي ينص على أن للجانب المعرفي تأثير قوي على أداء المؤسسات، حيث يقاس هذا الأثر ويبلغ عنه بانتظام. فإنه غير معنوي عند هذا المتوسط وهذا المستوى.

2. ثقافة الشركة

يمثل البعد الثاني من الأبعاد المعتمدة في تحديد إدارة المعرفة في هذه الدراسة، وقد تضمن خمس أسئلة موجهة إلى المسؤولين بهدف التعرف على مدى توافر تطبيق بعد ثقافة الشركة في إدارة المعرفة في المؤسسات محل الدراسة، وكانت إجابات المسؤولين كما موضح في الجدول أدناه.

الجدول (2): مؤشر ثقافة الشركة

One-Sample Statistics and T test

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Test Value = 3		
					t	df	Sig. (2-tailed)
X21	20	4,15	,875	,196	5,877	19	,000
X22	20	4,55	,686	,153	10,100	19	,000
X23	20	3,80	,523	,117	6,839	19	,000
X24	20	4,15	,671	,150	7,667	19	,000
X25	20	4,00	,725	,162	6,164	19	,000
X2	20	4,13	,633	,142	7,979	19	,000

المصدر: إعداد الباحث وفقاً لنتائج SPSS V 20.

من خلال الجدول (2) المتعلق بوصف واختبار المؤشرات الخاصة بثقافة الشركة **cultivation** يمكننا ملاحظة الأهمية النسبية لهذا البعد من خلال المؤشرات الإحصائية الدالة على ذلك حيث أن الوسط الحسابي لجميع المؤشرات مرتفع نسبياً ويعتبر مقبول جداً كون المؤسسات تعتمد على ثقافتها لترسيخ مبادئ إدارة واستغلال المعارف المتاحة بهدف تطوير الأداء وهو وسط حسابي يعبر عن آراء أفراد العينة المدروسة بانحراف معياري لم يتجاوز 1 لكل المؤشرات مما يدل على تجانس الإجابات والآراء حول إنماء ثقافة الشركة نحو إدارة المعرفة كون المؤشرات المكونة لهذا البعد معنوية عند متوسط افتراضي يساوي 3 وبمستوى ثقة يقدر بـ 95 %.

3. التكنولوجيا

يمثل البعد الثالث من الأبعاد المعتمدة في تحديد إدارة المعرفة في هذه الدراسة، وقد تضمن خمس أسئلة موجهة إلى المسؤولين بهدف التعرف على مدى توافر تطبيق بعد التكنولوجيا في إدارة المعرفة في المؤسسات محل الدراسة، وكانت إجابات المسؤولين كما موضح في الجدول أدناه.

الجدول (3): مؤشر التكنولوجيا

One-Sample Statistics and T test

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Test Value = 3		
					t	df	Sig. (2-tailed)
X31	20	4,70	,657	,147	11,573	19	,000
X32	20	4,60	,681	,152	10,514	19	,000
X33	20	4,40	,821	,184	7,628	19	,000
X34	20	4,65	,671	,150	11,000	19	,000
X35	20	3,85	,875	,196	4,344	19	,000
X3	20	4,44	,664	,148	9,704	19	,000

المصدر: إعداد الباحث وفقاً لنتائج SPSS V 20.

من خلال الجدول (3) المتعلق بوصف واختبار المؤشرات الخاصة بالتكنولوجيا **Technology** يمكننا ملاحظة الأهمية النسبية لهذا البعد من خلال المؤشرات الإحصائية الدالة على ذلك حيث أن الوسط الحسابي لجميع المؤشرات مرتفع نسبياً ويعتبر مقبول جداً كون المؤسسات تعتمد على الإمكانيات التكنولوجية لإدارة المعارف بهدف استغلالها لتطوير الأداء وهو وسط حسابي يعبر عن آراء أفراد العينة المدروسة بانحراف معياري لم يتجاوز 1 لكل المؤشرات مما يدل على تجانس الإجابات والآراء حول الاتجاه نحو استغلال التكنولوجيا لنقل وتطوير المعرفة كون المؤشرات المكونة لهذا البعد معنوية عند متوسط افتراضي يساوي 3 وبمستوى ثقة يقدر بـ 95%.

4. العمليات

يمثل البعد الرابع من الأبعاد المعتمدة في تحديد إدارة المعرفة في هذه الدراسة، وقد تضمن خمس أسئلة موجهة إلى المسؤولين بهدف التعرف على مدى توافر تطبيق بعد العمليات في إدارة المعرفة في المؤسسات محل الدراسة، وكانت إجابات المسؤولين كما موضح في الجدول أدناه.

الجدول (4): مؤشر العمليات

One-Sample Statistics and T test

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Test Value = 3		
					t	df	Sig. (2-tailed)
X41	20	3,80	,768	,172	4,660	19	,000
X42	20	3,90	,788	,176	5,107	19	,000
X43	20	3,75	,716	,160	4,682	19	,000
X44	20	4,15	,745	,167	6,902	19	,000
X45	20	4,15	,875	,196	5,877	19	,000
X4	20	3,95	,731	,163	5,813	19	,000

المصدر: إعداد الباحث وفقاً لنتائج SPSS V 20.

من خلال الجدول (4) المتعلق بوصف واختبار المؤشرات الخاصة بالعمليات **Process** يمكننا ملاحظة الأهمية النسبية لهذا البعد من خلال المؤشرات الإحصائية الدالة على ذلك حيث أن الوسط الحسابي لجميع المؤشرات مرتفع نسبياً ويعتبر مقبول جداً كون المؤسسات تعتمد على العمليات المساعدة على إدارة المعارف واستغلالها لتطوير الأداء وهو وسط حسابي يعبر عن آراء أفراد العينة المدروسة بانحراف معياري لم يتجاوز 1 لكل المؤشرات مما يدل على تجانس الإجابات والآراء حول الاتجاه نحو العمليات المساعدة على نقل وتطوير المعرفة كون المؤشرات المكونة لهذا البعد معنوية عند متوسط افتراضي يساوي 3 وبمستوى ثقة يقدر بـ 95 %.

يتضح من الجداول الخاصة باختبار الفرضيات، أن قيم (P) أقل من مستوى المعنوية (5%) وذلك في كل المؤشرات الخاصة بأبعاد إدارة المعرفة وهذا يعني رفض فرضيات العدم (H_0) مما يستدل على توفر متطلبات تطبيق نموذج إدارة المعرفة بأبعاده الأربعة

الخلاصة

من خلال استعراض الجانب النظري، وتحليل النتائج الميدانية واختبار نموذج فرضيات البحث، توصلنا إلى النتائج الآتية :

- 1- إن مستوى امتلاك المعرفة وتنوعها صار معياراً مهماً لتحديد المركز التنافسي لمنظمات الأعمال عالمياً وفي الغالب تتغير مراكز المنظمات العالمية سنوياً تبعاً لأدائها المعرفي وتطبيقاتها المعرفية.
- 2- إن المنظمات المعرفية قد بدأت نشاطها باستثمارات بسيطة ولكنها تسلفت المراكز الأولى بسرعة بسبب أدائها وتوسع حجم رأس مالها المعرفي.

3- إن أدوات المنافسة التقليدية فقدت بريقها وانخفض مستوى فاعليتها في ظل انتشار حركة المتاجرة الإلكترونية والشبكية وتسهيلات تكنولوجيات الاتصالات والمعلومات.

4- إن منظمات الأعمال التي ستتخلف عن تطبيق إدارة المعرفة ستتحمل الكثير من التبعات السلبية فهي ستخسر قيمة رأسمالها المعرفي (قيمة ما تمتلكه من معرفة تضاف لرأسمالها)، كما أنها ستخسر فرصة استثمار رأس المال المذكور في نشاطها الاقتصادي، وبالتالي تخسر ريعه المادي كما أنها تخسر ميزة تنافسية عالية الفاعلية في ظل متغيرات السوق والتجارة الإلكترونية الشبكية وربما تخسر كادرها المعرفي بإغرائه من قبل المنافسين وهذا شيء خطير.

5- يعد إدخال تقنيات جديدة وتحديث أساليب العمل داخل المؤسسة، وتحفيز العاملين على الإطلاع وتبادل المعلومات المتعلقة بالتقنيات الحديثة لا سيما التي لها الدور في زيادة فعالية العمل، من أقوى مكونات إدارة المعرفة التي تساهم بقوة في تحسين وتعزيز قدرات الأفراد العاملين وبالتالي الزيادة من كفاءة تنفيذ التعليمات وإنجاز كافة المهام المناطة بهم بكل قناعة.

6- إن توفر وحدة إدارية تعمل على تجهيز مختلف أقسام المنظمة بالبيانات والمعلومات الحاسوبية المطلوبة وتوظيف موارد بشرية متخصصة تمتلك مهارات وتساهم في إنجاز أنشطة هذه الوحدة بكفاءة، من شأنه أن يدعم قدرة المنظمة على اتخاذ القرارات وتحديد الأهداف المناسبة.

الهوامش:

¹ سلوى محمد الشرفاء، دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة، مذكرة ماجستير غير منشورة في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2008، ص ص 33-34.

² Zimmerman K, , **Can You Measure Return on Knowledge**, KM World Magazine, Vol 12, No 4, 2003; p27.

³ Zack M, **Managing Codified Knowledge**, Sloan management Review, Vol 45, No 6, 2001, p46.

⁴ بشار يزيد الوليد، المفاهيم الإدارية الحديثة، ط1، دار الراية، عمان، 2009، ص105.

⁵ هشام الصمادي، الأثر الاقتصادي لاستخدام نظام إدارة المعرفة على الأداء، مجلة النهضة، المجلد 10، العدد 4، مصر، 2009، ص8.

⁶ Elias M. Awad & Hassan M. Ghaziri, **Knowledge Management**, Prentice Hall, 2004, p3

- ⁷ عبود نجم، قياس وتقييم إنتاجية العمل المعرفي في الشركات المتخصصة والقائمة على المعرفة، مجلة الإداري، معهد الإدارة العامة، العدد 100، الرياض، 2005، ص 80.
- ⁸ محمد عبد الفتاح حمدان وزكي رمزي مرتجي، معوقات إدارة المعرفة بالجامعات الفلسطينية بمحافظة غزة من وجهة نظر العاملين فيها، بتصرف، مجلة البحوث والدراسات التربوية الفلسطينية، العدد 19، فلسطين، 2012، ص 96.
- ⁹ عمار يكن، فجوة رقمية أم فجوة معرفية، جامعة الجنان، طرابلس، لبنان، (د ن)، ص ص 9-10.
- ¹⁰ هشام الصمادي، مرجع سابق، ص 19.
- ¹¹ الحمزة منير، واقع تفعيل إدارة المعرفة في المكتبات الجامعية: مطلب واقعي أم استباق للأحداث، مجلة رسالة المكتبة، المجلد 46، العدد 4، الأردن، 2011، ص 55.
- ¹² رزوقي نعيمة، رؤية مستقبلية لذوي اختصاص المعلومات في إدارة المعرفة، مجلة مكتبة الملك فهد، مج 9، ع 2، السعودية، 2004، ص 275.
- ¹³ أيمن عودة المعاني، الإدارة العامة الحديثة، ط 1، دار وائل، عمان، 2010، ص 216.