

تأثير نظام الاتصالات في مشاركة المنظمات بالمعرفة الموجهة

نحو الميزة التنافسية

دراسة تحليلية لآراء العاملين في عينة من المستشفيات الأهلية بالموصل*

وزيرة محمد يحيى

مدرس، المعهد التقني، الموصل

الملخص

يستهدف هذا البحث اختبار علاقة الأثر التي تبديها مشاركة المنظمات في المعرفة في تمكين المنظمات في الاستحواذ على الميزة التنافسية وذلك في إطار الدعم الذي يمكن أن تبديه نظام الاتصالات لهذه المشاركة.

وبعد أن وفرت الباحثة تعريفاً مناسباً بمتغيرات بحثها (نظام الاتصالات، المشاركة بالمعرفة والميزة التنافسية) عمدت إلى اختيار العلاقة المذكورة على مستوى الارتباط والتأثير بالإفادة من البيانات التي تم تحصيلها بواسطة استبانة أعدت لهذا الغرض ووزعت على أفراد العينة من العاملين في المستشفيات الأهلية (الزهرابي، الربيع ونيوي) البالغ عددهم (٤٥) فرداً.

لقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج التي قادتها للخروج بعدد من الاستنتاجات المؤكدة لوجهة نظر الباحثة بإمكانية الاتصالات في توفير الدعم المناسب للمشاركة بالمعرفة بما يعزز دورها في مجال تمكين المنظمات في الاستحواذ على الميزة التنافسية في مجال عملها.

وفي ضوء ما توصلت إليه قدمت الباحثة مقترحاتها التي حثت المدراء في المنظمات المبحوثة على الاهتمام بموضوعي الاتصالات والمشاركة بالمعرفة قدر تعلقه بمنظمتهم لثبوت أهميتها في تحقيق أهداف المنظمات في مجال الميزة التنافسية.

The Effect of Communication System in Organization's Participation in Direct Knowledge towards Competitive Advantage

An analysis study of the opinions of the workers in a sample of private hospitals in Mosul

Wazera Mohammed Yehya
Lect., Technical Institute, Mosul

Abstract

This research aimed at testing the effect relationship, which is shown by organizations participation in knowledge in enabling the organizations to acquire the competitive advantage within the support that may be presented by communication system to this participation.

After preparing suitable definition for the variables of her research (communication system, participating knowledge and competitive advantage) the author tested the mentioned relationship on correlation and effect levels. This is achieved by using the data obtained by the questionnaire prepared for this purpose and distributed to the members of the sample working in (AL_Zahraoy, AL_Rabeigh, and Ninauah hospitals) totaled (45) workers.

The study led to several conclusions that emphasize the researcher's point of view that communication system can support knowledge participation and that can enhance its role in enabling. The organization to equire the competitive advantage in its environment, So based on these conclusions, the researcher presented her suggestions that motivate managers in the studied organizations to pay attention to communication system and knowledge participation as their organizations concerned due to its importance in achieving organizations goals in field of competitive advantage.

□

المقدمة:

يذهب الكتاب المهتمون بالإدارة الإستراتيجية ومنهم (هل وجونز، ٢٠٠٨) إلى الاتفاق على الميزة التنافسية بوصفها باتت تعد هاجساً لكافة المنظمات للاستحواذ عليها واستدامتها لاحقاً، لكونها كما يجمع هؤلاء الكتاب سبيل المنظمات الذي لا مهرب منه للبقاء والنمو لاسيما في ظل البيئة الحاضرة شديدة الاضطراب والتعقيد.

ويذهب الكتاب المهتمون بموضوع المعرفة هذه المرة إلى التأكيد على موضوع المشاركة بالمعرفة بوصفها اسلوب من أساليب المنظمات لتعزيز تراكمها المعرفي ذي الأهمية القصوى في تحقيق أهدافها، وذلك انطلاقاً من أهمية المعرفة في حياة المستفيدين بغض النظر عن طبيعتهم أفراداً كانوا أم منظمات.

واعتماداً على ذلك تبدو ثمة علاقة مهمة بين موضوعي الميزة التنافسية وبين موضوع المشاركة بالمعرفة، ولعلها يمكن أن تتجسد في ظل النظرة إلى الميزة التنافسية بوصفها لا تخرج عن كونها مجرد هدف مرحلي على نحو لا بد من بلوغه من قبل المنظمات الرامية إلى البقاء والنمو كهدفين رئيسيين من أهدافها وفي ظل النظرة إلى المشاركة بالمعرفة بوصفها أسلوباً من أساليب أو متطلبات من المتطلبات التنظيمية المهمة ذات الأهمية في تمكين المنظمات من مواكبة نواحي التغيير المتسارعة في البيئة والتكيف معها في حياة سائر المنظمات.

أما كيف تتضح معالم هذه العلاقة أو تبني وتتعرز لاحقاً بين الموضوعين المذكورين؟

فربما تعتمد من جملة ما تعتمد عليه على نظام الاتصالات بوصفه المعني بانسيابية تدفق البيانات والمعلومات والمعرفة بين كافة أرجاء أو أطراف المنظمات من جهة وبينها وبين بيئتها من جهة أخرى، وذلك بما يساعد كل هذه الأطراف على الاستفادة منها في الوقت المناسب، تجدر الإشارة إلى أن موضوع العلاقة بين المتغيرات المبسوثة (نظام الاتصالات، المشاركة بالمعرفة، الميزة التنافسية) قد تبين في ضوء الافتراض

الذي عد الاتصالات في المنظمات المبحوثة والتي سيتم التعريف بها وبكيفية اختيارها لاحقاً بوصفها متغيراً مستقلاً ذا تأثير بمشاركة المنظمات المبحوثة في المعرفة بوصفها متغيراً وسيطاً والميزة التنافسية بوصفها متغيراً معتمداً.

تجدر الإشارة إلى ما توصلت إليه الباحثة والذي يؤكد هذه العلاقة بين المتغيرات المذكورة نظرياً وميدانياً، علماً أنه تم توثيقه بمحاور البحث التي تسلسلت على النحو الآتي:

المبحث الأول: اختص بمنهجية البحث (مشكلته، أهدافه وأهميته، فرضياته، حدوده، مجتمعه وعينته، منهجه وأساليبه في جمع البيانات ومعالجتها).

المبحث الثاني: ضم الإطار النظري له، الذي وفر بالاعتماد على آراء الكتاب وما تمخض عن ذهن الباحثة تعريفاً مناسباً بمتغيرات البحث الثلاثة: (الاتصالات والمشاركة بالمعرفة والميزة التنافسية) في جوانبهم المختلفة.

المبحث الثالث: اشتمل على الإطار الميداني للبحث بدءاً من وصف عينته وإنتهاءً بكل ما يمكن أن يقال بخصوص قبول أو رفض فرضياته.

المبحث الرابع: ضم استنتاجات البحث ومقترحاته.

المحور الأول منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

تسهيلاً لاختبار فكرة البحث كما وردت في مقدمته، تم التعبير عنها لأغراض البحث
بجملته من التساؤلات على النحو الآتي:

١. ما المقصود بنظام الاتصالات؟ وما أهميته في حياة المنظمات؟ وما دوره في مجال
تمكين المنظمات من المشاركة بالمعرفة مع الآخرين من جهة وفي مساعدتها على
الاستحواذ على الميزة التنافسية من جهة أخرى؟.

٢. ما مستوى إلمام المبحوثين بمفهوم المشاركة بالمعرفة كمدخل لتوظيفها في مجال
تعزيز التراكم المعرفي لمنظماتهم؟

٣. ما مستوى إدراك المبحوثين لما يسمى بالميزة التنافسية؟ وهل لهم معرفة بدورها في
مجال بلوغ أهداف منظماتهم في البقاء والاستمرار؟

٤. هل يوجد ثمة أي ارتباط ولاحقاً أي تأثير لنظام الاتصالات بوصفها متغيراً مستقلاً
بمشاركة المنظمات بالمعرفة بوصفها متغيراً معتمداً؟ ومن ثم..... هل يوجد ثمة أي
ارتباط ولاحقاً أي تأثير أيضاً للمشاركة المشار إليها بوصفها متغيراً مستقلاً هذه المرة
بما يسمى بميزات المنظمات التنافسية بوصفها متغيراً معتمداً؟

ثانياً: أهمية البحث وأهدافه

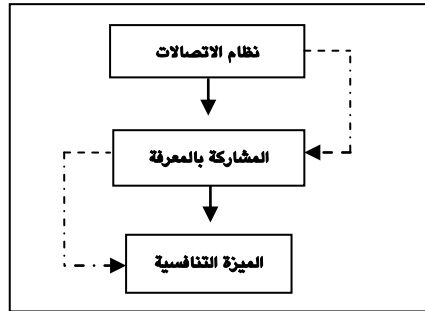
تبرز أهمية هذا البحث بالتعريف بمتغيراته الرئيسية: (نظام الاتصالات والمشاركة
بالمعرفة لاسيما المعرفة الموجهة نحو الاستحواذ على الميزة التنافسية) وأهميتها
وأبعادها، وما يتعلق بحقيقة الدور الذي تمارسه المشاركة بالمعرفة وقبلها نظام
الاتصالات في مساعدة المنظمات على الاستحواذ على الميزة التنافسية واستدامتها
لاحقاً.

لذا يمكن القول بخصوص أهدافه بوصفها ستكون نوعين: نظرية وميدانية أيضاً، وذلك على النحو الآتي:

١. التعرف على طبيعته علاقة الارتباط والاثربين متغيرات البحث.
٢. التعرف على مستوى إجابات الافراد المبحوثين حول متغيرات البحث.

ثالثاً: فرضيات البحث وانموذجه

- انطلاقاً مما جاء في مقدمة البحث ومشكلته، يمكن تحديد فرضياته كآلاتي:
١. توجد جملة من علاقات الارتباط ذات الدلالة الإحصائية بين متغيرات البحث (الاتصالات ومشاركة المنظمات بالمعرفة لاسيما المعرفة الموجهة نحو الاستحواذ على الميزة التنافسية) وذلك على النحو الذي يعرض تفاصيلها الشكل (١).



شكل (١)

الأنموذج الافتراضي للبحث

٢. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لنظام الاتصالات كما يبدو من الشكل المذكور بوصفها متغيراً مستقلاً بمشاركة المنظمات بالمعرفة بوصفها متغيراً معتمداً.
٣. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمشاركة المنظمات بالمعرفة بوصفها متغيراً مستقلاً بالميزة التنافسية بوصفها متغيراً معتمداً.

رابعاً: حدود البحث ومجتمعه وعينته

عدّت المدة من ٢٠١١/١/٢٠ ولغاية ٢٠١١/٦/٢٠ بوصفها حدود البحث الزمانية، وعدّت (مستشفيات الزهراوي والربيع ونيوى الأهلية) بوصفها حدوده المكانية، وقد تم اختيارها لجملة من الأسباب، لعل من أهمها:

١. حرص المدراء والعاملين لاسيما العاملين منهم في الوحدات الإدارية للمنظمات المبحوثة على تمييز منظماتهم مقارنة بالمنظمات الأخرى.
٢. حرص هؤلاء المدراء والعاملين المذكورين على توظيف كل ما من شأنه مساعدتهم على تمييز منظماتهم لاسيما ما يرتبط بتطوير أنظمة اتصالات منظماتهم من جهة وما يتعلق بتعزيز تراكم هذه المنظمات المعرفي بشتى الوسائل من جهة أخرى.

أما فيما يخص مجتمعه، البالغ عددهم في الإجمال (٦٦) فرداً، فتمثل كما سبقت الإشارة بالمدراء والعاملين في مجال إدارة المنظمات المبحوثة. وأما بخصوص عينته، فتم اختيارها عشوائياً من العاملين المشار إليهم، وتمثلت للوهلة الأولى بـ(٤٨) فرداً، وذلك بما يزيد عن نصف المجتمع المذكور، وهم يمثلون المدراء والعاملين ممن ورّعت عليهم استمارة الاستبانة، ثم نقص هذا العدد فأصبح (٤٥) فرداً، موزعين على وفق المنظمات المبحوثة على النحو الذي يعرض تفاصيله الجدول (١).

ويُعزى السبب الذي أدى إلى هذا النقص لعدم استلام (٣) استمارات، وذلك بواقع استمارتين في مستشفى نينوى واستمارة واحدة في مستشفى الربيع.

خامساً: منهج البحث وأسلوب تحصيل البيانات

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي في إنجاز بحثها، لاعتقادها بملاءمته في بلوغ الأهداف المرجوة منه.

جدول (١)

مجتمع البحث وعينته ونسب التمثيل

ت	المنظمة	عدد المدراء الإجمالي	عدد الاستثمارات الموزعة	عدد الاستثمارات المسترجعة	نسبة التمثيل (%)
١	الربيع	١٩	١٦	١٥	٩٤
٢	الزهرراوي	٢٤	١٦	١٦	١٠٠
٣	نينوى	٢٣	١٦	١٤	٨٨
	مجتمع البحث	٦٦	مجتمع العينة	٤٥	

وانطلاقاً من ذلك، اعتمدت على أساليب هذا المنهج في تحصيل مستلزماتها من البيانات لاسيما الاستبانة، التي أعدتها بالاعتماد على السياقات العلمية في إعداد أوراق الاستبانة، وتضمنت أربعة محاور، اختص الأول منها بالحصول على البيانات المتعلقة بأوصاف عينة البحث (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، مدة الخدمة، الدورات).

واختص المحور الثاني بالمؤشرات التي اعتنت بالمتغير المعتمد للبحث (الميزة التنافسية) وعددها (١٠) مؤشرات غطت كل ما احتاجته الباحثة بخصوص هذا المتغير. أما المحور الثالث فاشتمل على مؤشرات المتغير الوسيط (المشاركة بالمعرفة)، وبلغ عددها (١٠) مؤشرات أيضاً.

والمحور الرابع، اختص بمؤشرات متغير (الاتصالات)، وقد بلغ عددها كما في حالتي المتغيرين السابقين (١٠) مؤشرات أيضاً، وكانت بمجموعها مناسبة لعددها تعبر عن المتغير المستقل لهذا البحث.

سادساً: أساليب التحليل الإحصائي

إنجازاً للتحليلات الإحصائية اللازمة لبلوغ ما يروم البحث بلوغه، تم اعتماد جملة من الأساليب الإحصائية، وذلك في مجالين رئيسيين هما:

١. تحليل إجابات الأفراد المستبينة آراؤهم، ولأجلها تم اعتماد التكرارات النسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري
٢. اختبار فرضيات البحث، ولأجلها تم اعتماد معامل الارتباط ونموذجي الانحدار الخطي البسيط والمتعدد.

المحور الثاني

الإطار النظري

أولاً: الميزة التنافسية

(١) المفهوم والأهمية:

تعددت آراء الباحثين في تحديد مفهوم الميزة التنافسية، وذلك بحسب الزوايا التي نظروا من خلالها إلى هذه الميزة، ويعطي (Mc Gahan, 1994, 120) تعريفاً للميزة بأنها: أداء المنظمة لأنشطتها الخاصة بصورة أكثر فاعلية وكفاءة مقارنة بمنافسيها. وعرفها (Macmillan & Tampoe, 2000, 81): الوسيلة التي تساعد المنظمة على تحقيق فرصة التفوق على منافسيها.

وعلى وفق (المعاضبي، ٢٠٠٦، ٢٣) توصف الميزة بالمجالات التي تتفوق بها المنظمة على منافسيها. وقد اتفق معه في هذا الرأي (بني حمدان وإدريس، ٢٠٠٧، ٣٥٥) بوصفها توليد القيمة من قبل المنظمة باستغلال نقاط قوتها الداخلية في أداء أنشطتها بحيث لا يستطيع المنافسون تحقيقها في أداء أنشطتهم الخاصة.

وعلى الرغم من أهمية وجهات النظر المشار إليها لاسيما في ظل تحديد أهميتها بوصفها مدخل المنظمات للتفوق على المنافسين بما يجعلها قائمة للسوق وليس مجرد تابع فيه من خلال الاستثمار الأمثل لمواردها المختلفة إلا إن الباحثة تميل للانسجام مع وجهة نظر (العدواني، ٢٠٠٩، ١٠) الذي عدَّ الميزة التنافسية هدفاً تكتيكياً (أي ذو طبيعة مرحلية) يعتمد من قبل المنظمات، بغض النظر عن طبيعتها الإنتاجية أو الخدمية، كخطوة على طريق تحقيق أهدافها الإستراتيجية في البقاء والنمو.

وتنحصر الأسباب إلى دفعت الباحثة إلى هذا الانسجام مع رأي العدواني المذكور بأهداف المنظمات النهائية كما تبدو في الأطر النظرية لإدارة الإستراتيجية والتي تتحدد على الأغلب ببقاء المنظمات ونموها.

(ب) خصائص الميزة التنافسية ومميزاتها:

اعتماداً على (البكري، ٢٠٠٨، ١٩٢) و(المعاضيدي والعباسي، ٢٠٠٩، ١٢) تتحدد أهم خصائص الميزة التنافسية ومميزاتها بجملة من الخصائص على النحو الآتي:

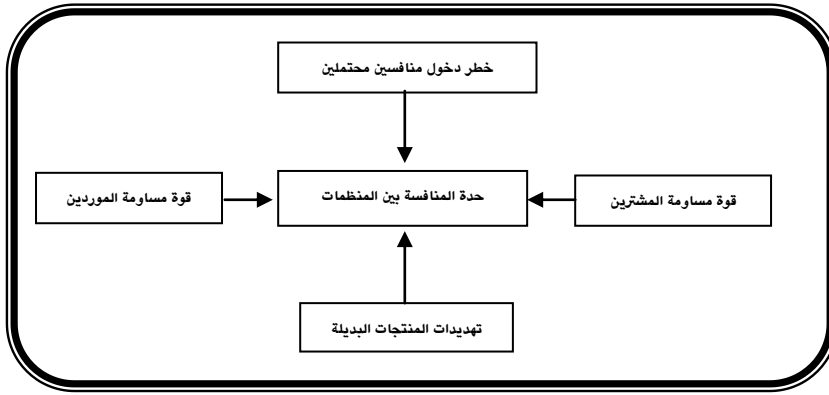
١. تتولد في داخل المنظمة عبر الاستثمار الأمثل للموارد من جهة والأخذ بالحسبان حاجات الزبائن ورغباتهم عند الإنتاج من جهة أخرى.
٢. تمثل تجسيدا لقدرة المنظمة على تحقيق السبق التنافسي مقارنة بغيرها من المنظمات.
٣. تمثل تجسيدا لقدرتها على إشباع حاجات زبائنهم بما تقدمه من السلع والخدمات ذات القيمة، وذلك بما يوفر أعلى مستوى من الرضا لديهم.
٤. توفر الأجواء لتمكين المنظمة من البيع لمدة أطول مع ضمان تحقيق الإرباح.

(ج) مصادر الميزة التنافسية:

يتفق الكتاب ولعل منهم (Pitts & Lie, 1996, 70) أو يحددون مصادر

الميزة التنافسية بمصدرين رئيسيين هما:

١. المصدر الداخلي: ويتمثل بموارد المنظمة الملموسة وغير الملموسة ومنها النظم الإدارية المستخدمة في مهام البحث والتطوير وإنتاج المعرفة والإبداع فيها.
٢. المصدر الخارجي: وهو يتأتى من خلال ما يتمخض عن تحليل متغيرات البيئة الخارجية وتوظيفه على النحو المناسب عند صياغة رؤى المنظمات وغاياتها وأهدافها، لاسيما ما يخص قوى المنافسة التي يعرضها الشكل (٢).



شكل (٢)

القوى الخمسة لبورتر

المصدر: هل، شلرلز وجونسون، جاريت (٢٠٠٨)، الإدارة الاستراتيجية-مدخل متكامل، تعريب ومراجعة: محمد سيد عبد المتعال واسماعيل علي بسيوني، ص ٢٨٨.

تجدر الإشارة إلى آراء بعض الكتاب ولعل منهم (Kay, 1993, 44) و(المعاضيدي، ٢٠٠٦، ٢٤) الذين كانوا على نحو أكثر تحديداً في حصر مصادر الميزة، لاسيما عندما حصروا بعضها فيما مفاده الآتي:

- أ. الشهرة أو السمعة.
- ب. المعمارية.
- ج. الابتكار.
- د. الموجودات الإستراتيجية.

ثانياً: المشاركة بالمعرفة

(١) المفهوم والأهمية:

يقصد بالمشاركة بالمعرفة اعتماداً على رأي (Gilbert & Gordey, 1997, 36) العملية التي يحصل فيها الأشخاص على المعرفة أو يشاركون بها. وتضم أربعة أطوار هي: البلوغ والاتصال والقبول والتطبيق.

ويشير كلاً من (Mcshane & Glinow, 2002, 27) إلى المشاركة بالمعرفة بوصفها ثمرة التدريب الفاعل وعمليات الاتصال التي تعدّ الأسرع والأكثر مرونة للانتقال داخل الحدود الداخلية للمنظمة.

ونظر (الكبيسي، ٢٠٠٢، ٧٥) إلى هذه المشاركة بوصفها تنمو وتزداد من خلال تبادل الأفكار والخبرات والمهارات بين العاملين وتزداد لدى كل منهم.

أما (مصطفى، ٢٠١٠، ٧٩) فعدّها قوى تنشأ من خلال وجود المشاركين التي يرغبون في نقل المعرفة إلى الآخرين داخل المنظمة أو خارجها وتحدث على مستوى الأفراد والأقسام والمنظمات.

وبغض النظر عما ذهبت إليه وجهات النظر المشار إليها تكمن أهمية المشاركة بالمعرفة بين الأفراد أو بين الأقسام والوحدات والمنظمات بوصفها مصدراً من مصادر توليد قدرات تنافسية للمنظمات، وذلك بما يقود إلى منافع إستراتيجية مهمة في حياة هذه المنظمات.

أما (مصطفى، ٢٠١٠، ٨٠) فأشار إليها بوصفها تتيح الفرص للأفراد والمنظمات لتحقيق السبق التنافسي الذي يساعد عن طريق دمج وتبادل المعرفة في إحداث تغيرات واسعة في المنظمة لكون المعرفة مورداً إستراتيجياً حاسماً يحمل التحدي ويسهم في تحقيق تميز المنظمة عن غيرها من المنافسين.

ويقول (Sher & Lee, 2004, 12): "إن المشاركة بالمعرفة تؤدي إلى الاستجابات السريعة ومنخفضة التكاليف لمتطلبات الزبون بوصفها تسهم في تحسين فعاليات الإبداع وفهم السوق".

وفي السياق نفسه أشارا (Chuck Law & Ngai, 2007, 65) إلى أهمية المشاركة في المعرفة بوصفها تؤدي إلى الإبداع في العمليات المختلفة وعدّها نتيجة مهمة أو عاملاً حاسماً في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة لاسيما من خلال دورها في حل المشكلات التي تواجه المنظمات بغض النظر عن طبيعتها.

كذلك نظر (Jarvenpaa & Staples, 2001, 151) إلى أهميتها بوصفها تعمل على تطوير وتحسين نظام الإنتاج بشكل تدريجي بما يعكس ارتباط الأداء طويل الأمد بالقدرة التنافسية، والذي يمكن أن يعد الأساس في اقتحام التقنيات وبالتالي الشروع في عهود مشرقة في حياة المنظمات.

(٢) العوامل المؤثرة في مشاركة المنظمات بالمعرفة:

هناك مجموعة من العوامل ذات التأثير في المشاركة في المعرفة، وقد حددها بعض الكتاب منهم (Tasi, 2002, 1801) و(الشمري، ٢٠٠٦، ٧٢) و (Lin, 2007, 5) بما يأتي:

- أ. خصائص الهيكل التنظيمي، المتمثلة بالشكلية والتعقيد والتركيز والتي لها تأثيرات مختلفة في التشارك في المعرفة.
- ب. أنظمة الحوافز بأشكالها المختلفة.
- ت. الاندماج (التكامل) الذي يعكس ميل المنظمة المطلق إلى التطلع إلى المستقبل المقترن بالتعامل والتنسيق بين وحدات المنظمة.
- ث. استراتيجية المنظمة المتعلقة بإدارة المعرفة.
- ج. الثقافة التنظيمية بغض النظر عن طبيعتها البيروقراطية والإبداعية ذات الأثر في الاندماج أو التماثل الداخلي الذي يمتلكه الأعضاء.

(٣) مستويات المشاركة في المعرفة وآليات تعزيزها وتكوينها:

- اعتماداً على آراء الكتاب ومنهم (Ipe, 2003, 128) و (Lin, 2007, 116) و(النقار، ٢٠٠٨، ٨٩) يمكن تمييز ثلاثة مستويات للمشاركة بالمعرفة هي:
- أ. المستوى الفردي، وبموجبه تبدو هذه المشاركة أمراً مهماً للمنظمة، لكنه يتطلب منها فهماً مناسباً لاحتياجات ورغبات أفرادها لكي يتمكنوا من دعم مهامها في مجال تطوير معارفها والمشاركة فيها.

ب. **المستوى الجماعي**، وهو لا يختلف في أهميته عن المستوى السابق، ولكنه يتميز بوصفه يأخذ بالحسبان مهام المشاركة بالمعرفة أو يدرسها على مستوى الجماعات من الأفراد داخل المنظمة وبما يضيف مزيداً من الإمكانيات على قدراتها في كل المجالات.

ج. **المستوى المنظمي**، ويبدو على نحو أوسع من المستوى السابق، وبموجبه تتطلع المنظمة من خلال المشاركة بالمعرفة إلى مجالات تحقيق المنافع الإستراتيجية الحالية والمستقبلية، والتي تضمن لها الترابط بين الأفراد والجماعة والمنظمة بما يخدمها في مجالاتها المختلفة، وذلك كمدخل للتفوق التنافسي.

ثالثاً: نظام الاتصالات

ضماناً لنجاح المنظمات في تحقيق أهدافها ومنها توسيع مشاركتها مع الآخرين بالمعرفة أو الاستحواذ على الميزة التنافسية بغض النظر عن طبيعتها، تبدو حاجتها ماسة لتطوير أنظمة اتصالاتها وكل ما له علاقة بهذه الاتصالات، كالبرامجيات الجماعية ومنها ما يسمى المؤتمرات الالكترونية وعلى سبيل المثال، ذلك ليس من أجل تطوير فرقها المعرفية فقط، بل من أجل تطوير نواحيها بعامة كما يشير إلى ذلك (المعاضدي وآخرون، ٢٠٠١، ١٣٦-١٥٨).

ولأهمية نظام الاتصالات في حياة المنظمات بعامة وأهداف هذا البحث أيضاً، توجز الباحثة المقصود بنظام الاتصالات وأنواعه وسبل النهوض بفاعليته على النحو الآتي:

١. مفهوم الاتصالات وعناصر نظامها:

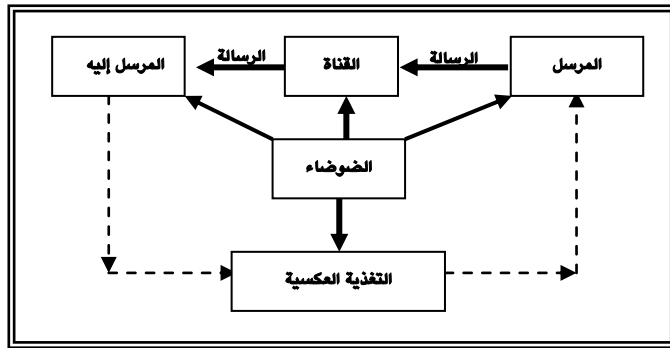
يمكن تعريف الاتصالات اعتماداً على رأي (حمود واللوزي، ٢٠٠٨، ٣٤٩) بوصفها نشاطاً إنسانياً يهدف إلى ضمان الاستقرار والالتزان للفرد والجماعة والمنظمة على حد سواء.

وعلى وفق رأي (Hicks, 1980, 319) تبدو هذه الاتصالات تبادلًا للمعلومات أو الأفكار أو المشاعر بين شخصين أو أكثر.

أو كما عرّفها (Herbert, 1981, 195) بوصفها العملية المستمرة التي يؤثر فيها الإنسان بصورة واعية أو غير واعية في معارف الآخرين من خلال مواد أو رسائل مستعملة بطرق مرمزة وتعريف.

أما من وجهة نظر الباحثة، فتراها في إطارها الشامل بوصفها جذب الانتباه للاتصالات وإدراك ماذا تعني الرسالة وفهمها ومقدار تأثيرها في الآخرين ومدى قبول الحقائق والمعلومات المنقولة لهم، وللتأكد من أن الطرف المقابل يتذكر المعلومات المنقولة له من الطرف المرسل والتي تغير في سلوكه بوصفها عنصراً أساساً من عناصر الاتصالات.

واعتماداً على ذلك يمكن تحديد أهم عناصر الاتصالات: (المعاضيدي وآخرون، ٢٠٠١، ٣٧)



شكل (٣)

نموذج عام لنظام الاتصالات

المصدر: المعاضيدي وآخرون (٢٠٠١)، تقانات المعلومات وتطبيقاتها، دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل، ص ١٣٧.

- أ. المرسل، بوصفه الكيان الذي تتوافر لديه الأفكار ويوجد ضرورة في نقلها إلى جهة ثانية.
- ب. الرسالة، وهي الفكرة التي يرمي المرسل تبليغها إلى المرسل إليه (المستقبل)، والتي يشترط كتابتها بأسلوب مفهوم (لغة مشتركة) من قبل طرفي الاتصال.
- ج. القناة، ويقصد بها الوسيلة التي تتدفق بواسطتها الرسائل بين أطراف الاتصال.
- د. المرسل إليه (المستقبل)، وهو الطرف المقابل والمعني بتسلم الرسالة وفهم فحواها وتنفيذه إذا ما تطلب الأمر ذلك.
- هـ. الضوضاء، ويقصد بأنها مؤثر يمكن أن تؤثر في كفاءة إدراك المقصود أو المدلول في الرسالة.
- و. التغذية العكسية، وتتمثل بالرسالة العكسية التي يرسلها المرسل إليه إلى المرسل لإعلامه بتلقيه رسالته وطريقة استجابته لها.

٢. أنواع الاتصالات واتجاهاتها وفعاليتها:

- يشير (المعاضيدي وآخرون، ٢٠٠١، ١٤٣) إلى إمكانية تقسيم الاتصالات اعتماداً على مفهوم لغة رسالة الاتصال إلى نوعين:
- الأول: الاتصالات اللغوية، وتتمثل بأنواع الرسائل التي تعتمد لغات التخاطب الاعتيادية (العربية، والإنكليزية، والفرنسية.... الخ) في صياغتها، وهي تقسم تبعاً لتقانات المعلومات التي تعتمد عليها إلى الأنواع الآتية:
- أ. الاتصالات المقروءة (التحريرية) التي تعتمد الورقة والقلم ونحوهما في انجاز الاتصالات.
 - ب. الاتصالات المسموعة (الشفهية)، وهي أنواع الاتصالات التي تعتمد التخاطب الشفهي أساساً في نقل مضامين رسائلها.
 - ج. الاتصالات المشاهدة، وبموجبها يمكن عدّ كل ما يبتث عبر تقانات بث المعلومات (التلفاز والسينما وتقانات العرض الأخرى) ويمكن سماعه وقراءته ومشاهدته والاتصالات من هذا النوع تعدّ مزيجاً من الاتصالات المسموعة

والمقروءة من جهة كما يمكن أن تعد مزيجاً من الاتصالات اللغوية بعامة وغير اللغوية أيضاً، وذلك انطلاقاً من إمكانات هذه التقانات في عرض المواد بأشكال شتى مقروءة ومسموعة (على وفق ما أشرنا) من جهة أو بأشكال أخرى لا تحمل صفة المقروء أو المسموع كعرض التماثيل والرسوم من جهة أخرى، إذ يمكن عد اللوحة الفنية المعروضة عن طريق التلفاز عملية اتصال يؤدي الفنان فيها دور المرسل والمشاهد دور المرسل إليه واللوحة بمثابة الرسالة، فيما يعد التلفاز بمثابة القناة.

أما الاستجابة فتتحدد عن طريق متابعة المعروض من عدمه.

– **الثاني: الاتصالات غير اللغوية**، وهي التي لا تعتمد على اللغة في صياغة مضمون رسائلها وإنما يستعين المرسل بالرموز والإشارات والحركات في التعبير عن مضمون الرسائل، مثل الإيماء، وحركة تقاطيع الوجه، وحركة اليدين أو العينين. كما يمكن عد أنواع اللوحات الفنية والتماثيل والمكتشفات الأثرية المعروضة في شاشة التلفاز مثلاً أو الموجودة في المتاحف بمثابة رسائل اتصال من هذه النوع تحكي أو تصف حضارة الشعوب القديمة (المعاضيدي، ٢٠٠٩، ١٤١).

أما بخصوص اتجاهات الاتصالات لاسيما الاتصالات المنظمية، فيمكن تصورها اعتماداً على (العدواني، ١٩٩٢، ٣٦) النحو الآتي:

١. **الاتصالات الداخلية**، وهي إما اتصالات نازلة تعنى بنقل الأوامر من الإدارة العليا إلى أرجاء المنظمة المختلفة أو اتصالات صاعدة على نحو تعنى بنقل نتائج تنفيذ الأوامر من قبل العاملين إلى المدراء، فضلاً عما يرتبط بشكواهم ومقترحاتهم وذلك عندما تتم الاتصالات بين الأفراد في المستوى الإداري نفسه.
٢. **الاتصالات الخارجية**، وهي نوعان: إما داخلة إلى المنظمة من البيئة أو خارجة من المنظمة إلى البيئة.

وفيما يخص فاعلية الاتصالات، فيمكن تعريفها اعتماداً على مفهوم الفاعلية بوصفها القدرة على تحقيق أهداف الاتصالات أو بوصفها اعتماداً على تعريف (دركر) للفاعلية القدرة على انجاز الاتصالات على نحو صحيح.

تجدر الإشارة إلى الاتصالات بوصفها محكومة بالعديد من المعوقات، ولعل منها كما يشير إلى ذلك (حمود واللوزي، ٢٠٠٨، ٣٦٥-٣٦٧) المعوقات اللغوية ومعوقات الإدراك وما يرتبط بمشكلات تقانات المعلومات، كمشكلات الخطوط الهاتفية على سبيل المثال إذا ما اعتمدت كقنوات للاتصالات، فهذه التقانات تعد اعتماداً على رأي (المعاضيدي وآخرون، ٢٠٠١، ١٤٥) سيفاً ذا حدين في الاتصالات، فهي إما أن توفر أفضل نواحي الاتصال بين المرسل والمستقبل وأما أن تؤدي إلى تدمير عملية الاتصال برمتها، وذلك فيما إذا كثرت فيها الأعطال والتوقفات.

المحور الثالث

الإطار الميداني

أولاً: وصف خصائص عينة البحث

يمكن القول اعتماداً على معطيات الجدول (٢) بنضوج عينة البحث، وذلك لأن أفرادها سواء الذكور، الذين بلغ عددهم (٤٢) فرداً، أو الإناث اللواتي بلغ عددهن (٣) نساء يعدن من ناحية العمر في قمة عطائهم، لأن معظمهم (٩٢٪) واقع في الفئات العمرية المتوسطة المحصورة بين (٣١-٥٠) عاماً مع بعض الاستثناءات التي بلغت (٨٪) فقط، وذلك بواقع (٤٪) لكل من الذين هم في عمر يقل عن الـ (٣٠) عاماً، ومن هم في عمر الـ (٥٠) عاماً فأكثر أيضاً.

جدول (٢)

أوصاف عينة البحث

الجنس											
إناث						ذكور					
%						ت		%		ت	
٧						٣		٩٣		٤٢	
العمر											
٥٠ فأكثر				٥٠-٤١		٤٠-٣١		٣٠ فأقل			
%		ت		%		ت		%		ت	
٤		٢		٥٨		٢٦		٣٤		١٥	
٤		٢		٥٨		٢٦		٣٤		١٥	
مدة الخدمة											
٢٠ أكثر من		٢٠-١٦		١٥-١١		١٠-٦		٥ فأقل			
%		%		%		%		%		%	
١١		٥		٢٩		١٣		٤٩		٢٢	
المؤهل العلمي											
دكتوراه		ماجستير		دبلوم عال		بكالوريوس		معهد فائق			
%		%		%		%		%		%	
٧		٣		٦٩		٣١		١١		٥	
الدورات											
أكثر من دورتين				دورتان		دورة واحدة		لا يوجد			
%		%		%		%		%		%	
٢٢		١٠		٤٥		٢٠		٣٣		١٥	

ولا يخفى أن هذه الاستثناءات لا تقلل من أهمية العمر في دلالاته على نضوج العينة، لسبب مفاده: أن الشباب لابد لهم من أن يعملوا بغض النظر عن طبيعته، بوصفهم المعول عليهم لاستمرار هذا العمل وديمومته، وكذلك فيما يخص الناضجين من ذوي الأعمار الطويلة لأهميتهم لأغراض نقل الخبرة للشباب من العاملين معهم.

ومما يساعد على القول بنضوج العينة أيضاً، سنوات خدمتهم في مجال العمل بالمستشفيات، فقد تبين أن لمعظمهم خدمة في هذا المجال لمدة لا تقل مدتها عن الستة أعوام (٨٩٪).

أما من قلّت خدمتهم عن المدة المشار إليها، فبلغت نسبتهم (١١٪) فقط، مما يؤشر مدى الخبرة المتراكمة لدى أفراد هذه العينة عبر الزمن.

وهكذا بالنسبة لمؤهلات أفرادها العلمية، فقد انحصرت بين شهادتي البكالوريوس بنسبة (١٣٪) والدكتوراه بنسبة مشاركة بلغت (٧٪).
أما نسب حملة شهادتي الدبلوم العالي والماجستير، فكانت نسبتهما (١١٪) و(٦٩٪) على التوالي، مما يعزز القناعة بنضوج هذه العينة.
أخيراً...يساعد على القول بنضوج أفراد هذه العينة، عدد الدورات التدريبية التي اشترك أفراد هذه العينة فيها أيضاً، والتي جاءت بنسبة (٣٣٪) لمن لديه مشاركة واحدة بمثل هذه الدورات، في مقابل (٤٥٪) لمن لديه مشاركتان في هذه الدورات، و(٢٢٪) لمن لديهم مشاركات لأكثر من دورتين.

ثانياً: وصف متغيرات البحث وتشخيصها

١. وصف متغير الميزة التنافسية وتشخيصه:

تعكس النتائج التي يعرض تفاصيلها الجدول (٣) مواقف المستبينة وآراؤهم تجاه مؤشرات متغير الميزة التنافسية.

جدول (٣)

مواقف المستبينة آراؤهم تجاه مؤشرات متغير الميزة التنافسية

المؤشر	لا اتفق تماماً		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق تماماً		الانحراف المعياري
	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	ت	٪	
X1	١	٢	٢	٤	٣	٧	٣٣	٧٤	٦	١٣	٤,٥١١
X2	-	-	٤	٩	١٢	٢٧	٢٨	٦٢	١	٢	٣,٥٧٨
X3	٢	٤	١	٢	٤	٩	٢٣	٥٢	١٥	٣٣	٤,٠٦٧
X4	١	٢	٣	٧	١	٢	٢٩	٦٥	١١	٢٤	٤,٤٢٢
X5	١	٢	٣	٧	١١	٢٤	١٧	٣٨	١٣	٢٩	٣,٨٤٤
X6	٣	٧	٨	١٨	١٣	٢٩	٢٠	٤٤	١	٢	٣,١٧٨
X7	٢	٤	٤	٩	٧	١٦	٢٩	٦٤	٣	٧	٣,٦٠٠
X8	٢	٤	٢	٤	١٥	٣٣	٢٦	٥٩	-	-	٣,٤٤٤
X9	١	٢	٢	٤	١٣	٢٩	٢٤	٥٤	٥	١١	٣,٦٦٧
X10	-	-	١٠	٢٢	٦	١٣	٢٨	٦٣	١	٢	٣,٤٤٤
المعدل	١	٢	٤	٩	٩	٢٠	٢٦	٥٨	٥	١١	٣,٧٧٦

ويمكن من خلال تفحصها القول، إن هذه المؤشرات قد استحوذت على رضاهم على نحو عام، وذلك بدلالة معدل الأوساط الحسابية لمجمل هذه المؤشرات، والذي جاء مرتفعاً بواقع (٣,٧٧٦) وبمعدل انحراف معياري مقداره (٠,٨٩٩).

كما يمكن القول بالاعتماد على النتائج نفسها أيضاً، أن المؤشر X1 (تسهم الموارد البشرية العاملة بمنظمتنا في تحقيق الخفض في كلف الإنتاج) قد استحوذ على أعلى نصيب من الرضا، لارتفاع الوسط الحسابي لمجمل الإجابات عليه، والذي جاء بواقع (٤,٥١١) وبانحراف معياري قدره (٠,٩٦٨)، وذلك بعكس المؤشر X6 (تكشف حقائق منظمتنا عن أهمية معرفتها المتاحة في مجال تفوقها على المنافسين)، الذي استحوذ كما يبدو على أقل مستوى من الرضا، بدلالة الوسط الحسابي لمجمل الإجابات عليه، والذي جاء بواقع (٣,١٧٨)، وبانحراف معياري قدره (٠,٩٨٤).

وتأتي مواقفهم من المتغير X1 لاعتقادهم بأهمية الموارد البشرية ودورها الذي لا غنى عنه في مجال تحسين المنتجات بغض النظر عن طبيعتها وتخفيض كلف إنتاجها، فيما يمكن أن تعزى مواقفهم من المؤشر X6 إلى التباين في التقدير الشخصي لمستوى معارف المنظمات المنافسة الذي تساءل عنه المؤشر المذكور.

أما بقية المؤشرات، فتراوحت مواقف المستبينة آراؤهم بخصوصهم، بدلالة الأوساط الحسابية لمجمل الإجابات عليهم، بين المؤشرين المشار إليهما.

(٢) وصف متغير المشاركة بالمعرفة وتشخيصه:

تواصلاً مع حالة الرضا، التي استحوذت عليها مؤشرات المتغير السابق، تعكس النتائج التي يعرض تفاصيلها الجدول (٤) حالة هذا الرضا، ولكن على مستوى مؤشرات متغير المشاركة بالمعرفة هذه المرة، إذ يتبين من خلال تفحص جملة النتائج المعروضة في هذا الجدول استحواذ المؤشر X19 (اعتقد بفاعلية منظمتنا فمجال توظيف المعرفة المتاحة لديها في أعمالها كافة) على المرتبة الأولى بمعدلات الرضا المشار إليها بدليل ارتفاع الوسط الحسابي لمجمل الإجابات عليه، والذي جاء بواقع (٣,٧١١) وبانحراف معياري (٠,٧٨٧)، وذلك مقابل المؤشر X20 (يعد المناخ

التنظيمي القائم في منظمنا من عوامل دعم المشاركة بالمعرفة بين وحداتها كافة) الذي كما يبدو نال على أقل مستوى من الرضا بدلالة الوسط الحسابي لمجمل الإجابات عليه، والذي جاء بواقع (٣,٢٠٠) وبانحراف معياري (٠,٨٣٩).

جدول (٤)

مواقف المستبينة آراؤهم تجاه مؤشرات متغير المشاركة بالمعرفة

المؤشر	لا اتفق تماما		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق تماما		الانحراف المعياري
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
X11	٢	٤	٩	١٣	٢٩	١٣	٢٥	٥٦	١	٢	٠,٨٦٦
X12	٢	٤	٧	١٦	٢٩	١٣	٢١	٤٧	٢	٤	٠,٩٤٩
X13	١	٢	٢	٤	٣٣	١٥	٢٢	٥٠	٥	١١	٠,٨٣٤
X14	١	٢	٣	٧	٢٤	١١	٢٨	٦٣	٢	٤	٠,٧٨٠
X15	٢	٤	١	٢	٣٦	١٦	٢٠	٤٥	٦	١٣	٠,٩١٥
X16	١	٢	٣	٧	٢٩	١٣	٢٨	٦٢	—	—	٠,٧٢٧
X17	٣	٧	٣	٧	٣٢	١٤	٢٣	٥٠	٢	٤	٠,٩٣٩
X18	—	—	٥	١١	٢٢	١٠	٢٨	٦٣	٢	٤	٠,٧٥١
X19	١	٢	٣	٧	١٦	٧	٣١	٦٨	٣	٧	٠,٧٨٧
X20	٢	٤	٦	١٣	٤٠	١٨	١٩	٤٣	—	—	٠,٨٣٩
المعدل	٢	٤	٩	١٢	٢٧	٢٥	٥٦	٢	٤	٤	٠,٨٣٩

وربما تعزى مواقف المستبينة آراؤهم من المؤشر X19 إلى دورهم في مجال نشر المعرفة في منظماتهم بوصفهم المعنيين بإدارتها.

ولكن هذا الموقف لم يمنع الغالبية منهم كما يبدو في معرض الإجابات على المؤشر X20 من الاعتراف بأهمية عوامل ربما على نحو أكثر أهمية من المشاركة بالمعرفة في مجال نقاوة المناخ التنظيمي لمنظماتهم.

أما بخصوص بقية المؤشرات الأخرى ضمن هذا المتغير، فنالت من الرضا كما حصل مع المؤشرات الأخرى للمتغير السابق ما بين مستوياته الخاصة المشار إليها بخصوص المؤشرين المذكورين أيضاً.

(٣) وصف متغير الاتصالات وتشخيصه:

تبدو حالة الرضا لدى المستبينة آراؤهم متواصلة لتشمل هذه المرة مؤشرات متغير الاتصالات التي يعرضها الجدول (٥) أيضاً، وذلك بدلالة معدل الأوساط الحسابية لمجمل مؤشرات، التي بلغت قيمته (٣,٤٧٦) وبانحراف معياري (٠,٨٩٠). أما المكانة العليا، فاختص بها المؤشر X26 (تسعى منظمنا إلى الإفادة من شبكة اتصالاتها في انجاز مختلف أنشطتها)، لارتفاع الوسط الحسابي للإجابات عليه لتصل إلى ما قيمته (٣,٧١١) وبانحراف معياري (٠,٧٨٧)، فيما كانت المكانة الدنيا من نصيب المؤشر X24 (تعد الشبكة المشار إليها متميزة في مجال ربط المنظمة مع بيئتها الخارجية أيضاً) لانخفاض قيمة وسطه مقارنة بقيم بقية أوساط المؤشرات الأخرى، والتي جاءت بواقع (٣,١٧٨) وبانحراف (٠,٩٣٦).

جدول (٥)

مواقف المستبينة آراؤهم تجاه مؤشرات متغير الاتصال

المؤشر	لا اتفق تماماً		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق تماماً		الانحراف المعياري
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
X21	٢	٤	٦	١٣	١٤	٣٢	٢٢	٤٩	١	٢	٠,٩٠٠
X22	٢	٤	٤	٩	١٤	٣٢	١٩	٤٢	٦	١٣	٠,٩٩١
X23	٢	٤	٣	٧	١٣	٢٩	٢٣	٥١	٤	٩	٠,٩١٩
X24	٣	٧	٦	١٣	١٧	٣٨	١٨	٤٠	١	٢	٠,٩٣٦
X25	٢	٤	٥	٤	٨	١٨	٣٣	٧٤			٠,٧٨٠
X26			٥	١١	٧	١٦	٢٩	٦٤	٤	٩	٠,٧٨٧
X27	١	٢	٧	١٦	١٤	٣١	٢١	٤٧	٢	٤	٠,٨٨٣
X28	١	٢	٧	١٦	١٦	٣٥	١٨	٤٠	٣	٧	٠,٩٠٥
X29			٧	١٦	١١	٢٤	٢٠	٤٤	٧	١٦	٠,٩٣٩
X30	١	٢	٥	١١	٧	١٦	٢٩	٦٤	٣	٧	٠,٨٦٠
المعدل	١	٢	٥	١١	١٢	٢٧	٢٤	٥٣	٣	٧	٠,٨٩٠

وربما تعزى مواقفهم من هذا المؤشر لاعتقاد بعضهم بوجود بعض المعوقات التي ربما تقع مهام معالجتها خارج سيطرة منظماتهم والتي ما زالت تؤثر في مجال تميز علاقات منظماتهم بالبيئة الخارجية.

ثالثاً: اختبار فرضيات البحث

(١) اختبار الفرضية الأولى:

بالاعتماد على معطيات الجدول (٦)، تقبل فرضية البحث الأولى، والتي تساءلت عن جملة علاقات الارتباط بين متغيرات البحث (الميزة التنافسية والمشاركة بالمعرفة والاتصالات) ومدى معنوياتها.

والأدلة على ذلك:

جاءت علاقة الارتباط بين متغيري الاتصالات والمشاركة بالمعرفة المبحوثة معنوية بدلالة معنوية معامل الارتباط الذي يعرضه الجدول (٦)، والبالغة قيمة (٠,٧٦٠**) عند مستوى المعنوية (٠,٠١)

وما يعزز هذه المعنوية انسجام هذه العلاقة مع المنطق، الذي يشير إلى الاتصالات بوصفها المعنوية بانسيابية تدفق المعرفة من مواقع إنتاجها إلى الجهات المستفيدة منها بغض النظر عما إذا كانوا أفراداً أم منظمات من جهة وبغض النظر عما إذا كانت لأغراض المشاركة بها من عدمه من جهة أخرى.

وما قيل بخصوص علاقة الاتصالات بالمشاركة بالمعرفة، يمكن أن يقال بالسياق نفسه بخصوص علاقة هذه الاتصالات بالميزة التنافسية أيضاً، فقد جاءت علاقة الارتباط بين هذين المتغيرين معنوية أيضاً، وذلك بدلالة معامل الارتباط البالغة قيمته كما يبدو في الجدول المذكور (٠,٨٥٥**) عند مستوى المعنوية المشار إليه.

أما بخصوص علاقة المشاركة بالمعرفة بالميزة التنافسية، فقد جاءت معنوية أيضاً، وذلك بدلالة معامل الارتباط التي يعرضه الجدول المذكور والبالغة قيمته عند مستوى المعنوية المذكور نفسه (٠,٧٥١**), مما يؤشر أهمية هذه المشاركة في تعزيز توجهات المنظمات نحو الاستحواذ على الميزة التنافسية.

جدول (٦)

نتائج علاقه الارتباط بين متغيرات البحث

المتغير المعتمد		المتغير المستقل
الميزة التنافسية	المشاركة بالمعرفة	
**٠,٨٥٥	**٠,٧٦٠	الاتصالات
**٠,٧٥١		المشاركة بالمعرفة

$P^{**} \leq 0.01$

N=45

(٢) اختبار الفرضيتين الثانية والثالثة:

بالاعتماد على معطيات الجداول (٧) و(٨) و(٩) يمكن قبول فرضيات البحث الأخرى، والتي تساءلت عن جملة علاقات الأثر بين متغيرات البحث (الميزة التنافسية والمشاركة بالمعرفة والاتصالات) ومعنويتها واتجاهاتها أيضاً.

والأدلة على ذلك، يمكن حصرها بالآتي:

يتضح من معامل التحديد (R^2) الذي يعرضه الجدول (٧) إمكانية تفسير (٥٨٪) من التباين في هذه المشاركة من خلال مؤشرات متغير الاتصالات، أما الباقي من التباين، والبالغة نسبته (٤٢٪) فتفسرها مؤشرات أو متغيرات أخرى غير مبحوثه.

جدول (٧)

نتائج علاقة اثر الاتصالات في المشاركة في المعرفة

المشاركة بالمعرفة						المتغير المستقل المتغير المعتمد
T		β	F		R ²	
ع	م		ع	م		
١,٧٦٨	**٧,٦٥٩	٠,٧٦٠	٤,٠٤٣	**٥٨,٦٦٢	٠,٥٨	الاتصالات

$P^{**} \leq 0.01$

df(1, 43)

N=45

وتدعم ذلك كما يبدو في الجدول المذكور قيمة (F) المحسوبة والبالغة (٥٨,٦٦٢)، التي جاءت على نحو أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (٤,٠٤٣) عند درجة الحرية (١, ٤٣) ومستوى المعنوية (٠,٠١)، كما وتدعم ذلك قيمة (β) أيضاً، التي تعدّ (٠,٧٦٠) من التغير في المشاركة بالمعرفة بوصفه نتيجة لتغير وحدة واحدة في متغير الاتصالات، وهي نتيجة تدعمها قيمة (t) المحسوبة أيضاً، والبالغة (٧,٦٥٩)، والتي جاءت على نحو أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (١,٦٧٨).

أما بخصوص علاقة تأثير المشاركة في المعرفة بمتغير الميزة التنافسية، فيبدو اعتماداً على قيمة (R^2) المدعومة بقيم (F) و(β) و(t) التي يعرضها الجدول (٨) هذه المرة بإمكانية تفسير (٥٦٪) من التباين في هذه الميزة من خلال مؤشرات متغير المشاركة، أما الباقي من التباين، والبالغة نسبته (٤٤٪) فتفسرها مؤشرات أو متغيرات أخرى غير مبحوثة، مما يؤكد ما سبقت الإشارة إليه حول أهمية المشاركة بالمعرفة في تعزيز توجهات المنظمات نحو الاستحواذ على الميزة التنافسية.

جدول (٨)

نتائج علاقة أثر المشاركة بالمعرفة في الميزة التنافسية

الميزة التنافسية						المتغير المستقل المتغير المعتمد
T		β	F		R ²	
ع	م		ع	م		
١,٦٧٨	** ٧,٤٥٥		٠,٧٥١	٤,٠٤٣		
						المشاركة بالمعرفة

$$P^{**} \leq 0.01$$

$$df(1, 43)$$

$$N=45$$

المحور الرابع الاستنتاجات والمقترحات

أولاً: الاستنتاجات

- من خلال ما ورد في الإطار الميداني للبحث يمكن الخروج بالعديد من الاستنتاجات، منها:
- أ. ثبوت ارتباط الميزة التنافسية للمنظمات المبحوثة إيجابياً باتصالات هذه المنظمات وما يرتبط بمشاركاتها بالمعرفة.
 - ب. ثبوت تأثير الميزة التنافسية للمنظمات المبحوثة إيجابياً بما يتمخض عن اتصالات هذه المنظمات وما يرتبط بمشاركاتها بالمعرفة.
 - ج. ثبوت تعاضد تأثير مشاركة المنظمات المبحوثة بالميزة التنافسية.

ثانياً: المقترحات

- اعتماداً على الاستنتاجات السابقة، يمكن تقديم العديد من المقترحات، من أهمها:
- أ. حث الإدارات في منظمات بلدنا المختلفة على الاهتمام بمخرجاتها وصولاً للارتقاء بها إلى مستوى التميز ذي الأهمية في الإشارة إليها بوصفها من المنظمات ذات المزايا التنافسية.
 - ب. مساعدة هذه المنظمات في الوصول إلى المقام أو المستوى المشار إليه، لا بد من الاهتمام بموضوع المشاركة بالمعرفة الاهتمام المناسب، وذلك بوصفه سبيلاً ثبتت جدواه في هذا البحث المتواضع للاستحواذ على الميزة التنافسية من قبل المنظمات الساعية نحوها.
 - ج. من الضروري اهتمام المنظمات بالاتصالات أيضاً، وذلك ليس لكونها مجرد أحد السبل الموصلة للاستحواذ على الميزة التنافسية من قبل المنظمات المهمة بها فقط، بل لثبوت تعزيزها لدور المشاركة بالمعرفة في الاستحواذ على هذا الميزة أيضاً.

المصادر

المصادر العربية:

أولاً: الرسائل والاطاريح الجامعية

١. الشمري، سجي عبد الجبار (٢٠٠٦)، إدارة المعرفة ودورها في عملية التنشيط الاستراتيجي، رسالة ماجستير في الإدارة العامة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق.

٢. العدوانى، عبد الستار (١٩٩٢)، دور نظام الاتصالات في عمليات صنع القرارات- دراسة تشخيصية في هيئة المعاهد الفنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الموصل.

٣. الكبيسي، صلاح الدين عواد (٢٠٠٢)، إدارة المعرفة وأثرها في الإبداع التنظيمي- دراسة استطلاعية مقارنة لعينة من شركات القطاع الصناعي المختلط، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد.

٤. النقار، عبد الله حكمت (٢٠٠٨)، تفوق المنظمات في إطار الربط بين رأس المال الاجتماعي ونظم إدارة المعرفة-دراسة تطبيقية لآراء القيادات العليا في وزارة الكهرباء، أطروحة دكتوراه فلسفة في الإدارة العامة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق.

٥. مصطفى، إيمان بشير محمد (٢٠١٠)، متطلبات خفة الحركة الاستراتيجية في إطار الربط بين أدوات تقاسم المعرفة وإبعاد التعلم الإستراتيجي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.

ثانياً: المجلات والدوريات

١. العدوانى، عبد الستار محمد علي (٢٠١٠)، "أثر قدرات تقنيات المعلومات في عمليات إدارة المعرفة الموجهة نحوالميزة التنافسية-دراسة لآراء عينة من العاملين في عدد من منظمات تجارة الأدوية مداخل الأدوية في الموصل"، بحث مقبول للنشر في المجلة العربية للإدارة، القاهرة.

٢. المعاضيدي، معن وعد الله (٢٠٠٦)، "إسهامات نظرية الإستراتيجية القائمة على الموارد في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة نظرية تحليلية"، مجلة بحوث مستقبلية، العدد ١٥، كلية الحداثة الجامعة، الموصل، العراق.
٣. المعاضيدي، معن وعد الله والعباس، حسن صبحي حسن (٢٠٠٩)، "تحقيق المزايا التنافسية واستدامتها باستخدام بعض المؤشرات المادية-دراسة تطبيقية في سوق العراق للأوراق المالية"، مجلة تنمية الرافيدين، العدد ٩٥، المجلد ٣١، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.

ثالثاً: الكتب

١. البكري، ثامر (٢٠٠٨)، استراتيجيات التسويق، دار اليازوري، عمان، الأردن.
٢. بني حمدان، خالد محمد وإدريس، وائل حمد (٢٠٠٧)، الإستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي منهج معاصر، دار اليازوري، عمان، الأردن.
٣. حمود، خضير كاظم واللوزي، موسى (٢٠٠٨)، مبادئ إدارة الأعمال، دار إثناء للنشر، عمان.
٤. المعاضيدي، عادل والعدواني، عبدالستار والراوي، باسل (٢٠٠١)، تقانات المعلومات وتطبيقاتها، دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل.
٥. هل، شارلز وجونز، جاريث (٢٠٠٨)، الإدارة الاستراتيجية: مدخل متكامل، تعريب ومراجعة: محمد سيد احمد عبد المتعال واسماعيل احمد بسيوني، دار المريخ للنشر والتوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية.

المصادر الاجنبية:

1. Researches

1. Chuck, C. H. Law & Eric, W. T. Ngai (2007), "An Empirical Study of The Effects of Knowledge Sharing and Learning Behaviors on Firm Performance Expert System with Applications", WWW.ELSEVIMER.CO

2. Gilbert, N. & Gordey, Hayes, M. (1997), "**The Process of Knowledge Transfer to Achieve Successful Tech**", Logical Innovation Technovation 16 (6) 15.
3. Ipe, M. (2003), "**Knowledge Sharing in Organizations**", Aconceptual Framework Human Resource OF Development Review 2 (4). □
4. Jarvenpaa, S. L. & Staples, D. S. (2001), "**Exploring Perceptions of Organizational Ownership of Information and Expertise**", Journal of Management Information. □
5. Lin, Wen Bao (2007), "**The Exploration Factors of Affecting Knowledge Sharing-The Case of The Tiwan**", Shigh-Tech Lndustry, Expert System with Application, Vol (34) No. (64).
6. Oscar King & Glory (2008), "**Knowledge Sharing with in Organization**", Ln; Schwartz ,David Encyclopedia of Knowledge Management, Bar _Llan University, Israel
7. Tsai, W. (2002), "**Social Structure of Competition within A Multiunit Organization; Coordination Competition and Intra Organization Knowledge**", Sharing Organization, Science 13 (2).

2. Books

1. MC Sahane, Steven L. & Glinow, Mary Ann (2002), "**Organizational Behavior**", International Edition, Mc Graw Hill Companies Inc, U.S.A. □
2. Macmillan, H. & Tampoe, M. (2000), "**Strategic Management Process content and implementations**", Oxford Press.
3. ME Gahan, A. (1994), "**Strategy and Business Performance**", California Management Review 4 (3) spring. □
4. Sher, P. J. & Lee V. C. (2004), "**Information Technology as a Facilitator for Enhancing Dynamic Capabilities Through Knowledge Management Information & Management** 41.

5. D. Herbert & Theodor, T. (1981), **Dimension of Organizational Behavior**, MacMillan, 2nd ed., New York
 6. Hielcs, Herbert G. & C. Ray Gullette (1980), **Organization theory and Behavior**, Mc Graw-Hill.□
 7. Pitts R. A. & Lei (1996), **Strategic Management Bwlding and Sustaining Competitive Advantages**, West Pub Co., New York.
 8. Kay. J. (1993), **Foundations of corporate success: How Business dd value**, oxford University Press in Miller, R. (1995) Management Accounting, Vol 73, issue 4, APRIL
-