



علاقة إدارة المعرفة في تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات اليمنية - دراسة ميدانية في شركات الاتصالات اليمنية-المراكز الرئيسية بصنعاء

سالم عبد الله محمد الصراري¹، ارفق محمد مسعد شرهان²

¹قسم المحاسبة-كلية العلوم الإدارية والحاسبات برداع-جامعة البيضاء-اليمن

²قسم إدارة الأعمال-كلية العلوم الإدارية والحاسبات برداع-جامعة البيضاء-اليمن

²كلية العلوم الإدارية والإنسانية-جامعة السعيدة-اليمن

Mob: +967-777402010

E-mail: Salem0650024@gmil.com¹

arfaksharhan2022@gmil.com²

Article Info:

Article Types:

Research article

Received

08 June 2024

Revised

18 August 2024

Accepted

28 August 2024

Corresponding Author:

سالم عبد الله محمد الصراري

Email: Salem0650024@gmil.com

Telephone: +967-772393940

Conflict of interest: Nil

To cite this article:

الصراري سالم واخرون. علاقة إدارة المعرفة في تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات اليمنية - دراسة ميدانية في شركات الاتصالات اليمنية-المراكز الرئيسية بصنعاء. مجلة السعيدة للعلوم الهندسية والتقنية والإدارية. SJETAS. 2024; 2(1): 30-40.

المخلص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى اهتمام شركات الاتصالات في الجمهورية اليمنية بممارسة إدارة المعرفة وتطبيق الإدارة الإلكترونية، وتحليل علاقات إدارة المعرفة بجميع أبعادها وتطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الهاتف النقال. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وقد وزعت الاستبانة على عينة يبلغ عدد أفرادها (56) شخص من العاملين في شركات الاتصالات في المراكز الرئيسية-صنعاء. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من الاستنتاجات أهمها وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين عمليات إدارة المعرفة (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، مشاركة المعرفة، تطبيق المعرفة) وتطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات اليمنية -محافظة ذمار.

الكلمات المفتاحية: إدارة المعرفة-الإدارة الإلكترونية.

The relationship of knowledge management in the application of electronic management in Yemeni telecommunications companies
A field study in Yemeni telecommunications companies - the main centers in Sana'a

Salem Abdullah Mohammed Al-Sarari,¹ Erfak
Mohammed, Musaed Sharhan²

¹Department of Accounting -College of Administrative Sciences and Computers in Rada-Albaydha University-Yemen

²Department of Business Administration, College of Administrative Sciences and Computers, Rada'a - Albaydha University-Yemen

²College of Administrative and Human Sciences - Al-Saeed a University - Yemen

Abstract

This study aims to identify the level of interest of telecommunications companies in the Republic of Yemen in practicing knowledge management and applying electronic management, and analyzing the relationships of knowledge management in all its dimensions and applying electronic management in mobile phone companies. The study relied on the descriptive analytical approach, and the questionnaire was distributed to a sample of (56) people working in

telecommunications companies in the main centers - Sana'a. The study reached a number of conclusions, the most important of which is the existence of a positive, statistically significant relationship between knowledge management processes (knowledge generation, knowledge storage, knowledge sharing, and knowledge application) and the application of electronic management in Yemeni telecommunications companies - Dhamar Governorate.

Keywords: knowledge-management-electronic-management.

المبحث الأول: الإطار العام للدراسة

المقدمة:

إن إدارة المعرفة هي نتاج التطورات الفكرية المعاصرة على مفهوم الإدارة في الوقت الراهن وفي ظرف قياسي تمثل النسب الأكبر في أصول المؤسسات، ويُقصد بها المعرفة المتراكمة في عقول البشر والناجمة عن الممارسة الفعلية للعمل، خاصة في ظل البيئة التنافسية المرتكزة على التحديث المستمر للمعلومات والمعارف، أصبحت الأصول الفكرية واحدة من المرتكزات الرئيسية بالنسبة للمؤسسات، حيث تسعى إلى الاستثمار فيها، ونقلها، ومحاكاة أفضل النماذج، وتطبيقها، على النحو الذي يحقق لها قيمة مضافة ويمنحها القدرة على أن تجاري ما يحدث في البيئة.

هذا وتعد إدارة المعرفة مقارنة متعددة الاختصاصات تعالج المعرفة في كافة مراحلها بدءاً من نشأتها وتطورها واستخدامها، وصولاً إلى نشرها، وتجدر الإشارة إلى أنه مع نهاية عقد الثمانينيات من القرن العشرين برزت أولى الدراسات المتعلقة بإدارة المعرفة إلا أن فترة التسعينيات عرفت تنوعاً في المساهمات جراء إصدار العديد من البحوث النظرية حول جوانب عديدة من هذا الموضوع.

وترتبط إدارة المعرفة بأبعاد متعددة ومجالات وأوجه مختلفة منها ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات الذكية ونظم المعلومات الشبكية وأخرى ترتبط بأصول المعرفة ورأس المال الفكري، بالإضافة إلى سرعة التغيير النوعي في بيئة الأعمال والاتجاه المستمر نحو التشبيك والتعاقد في اقتصاد المعرفة، هذه الأبعاد والمجالات المتنوعة والمتعددة جعلت من إدارة المعرفة حقلاً معرفياً متخصصاً يتجاوز حدود الارتباط بمرادف معرفي وتطبيقي منفرد لتكنولوجيا المعلومات مهما تعاضم تأثير هذه التكنولوجيا وتساعد أثرها الجوهرية في مجمل النشاط الإنساني. لذا فإن الإدارة الإلكترونية تسهم بشكل كبير في تيسير كافة الأعمال الإدارية بأقل جهد وكلفة ووقت وذات جودة عالية، تجمع بين الإدارة والتقنيات الحديثة من أجل تحقيق أهداف الشركات. وعلى أساس ذلك فإن الدراسة الحالية تدرس علاقة إدارة المعرفة وتطبيق الإدارة الإلكترونية بمختلف وظائفها في شركات الاتصالات اليمنية.

أولاً: مشكلة الدراسة:

أخذت إدارة المعرفة والإدارة الإلكترونية حيزاً مهماً من تفكير الباحثين وجهودهم في السنوات الأخيرة، وتوسعت أفاقها في مختلف أنحاء العالم، إلا أن هناك جدل واسع حول طبيعة عمل شركات الاتصالات في اليمن الذي يتسم بالتجدد والتغيير الدائم، فإن إدارة المعرفة والإدارة الإلكترونية تشكل أهمية لهذه المنظمات وبالتالي تسعى الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين إدارة المعرفة والإدارة الإلكترونية، وبناءً على ما سبق يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤلات الآتية:

1. ما إدارة المعرفة وما الإدارة الإلكترونية؟
 2. هل هناك علاقة بين إدارة المعرفة وتطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات اليمنية
- ثانياً: أهمية الدراسة: تتبلور أهمية الدراسة في بعض النقاط أهمها ما يلي:
1. أنها تدرس موضوع مهم يسهم في تحسين وتطوير عمل شركات الاتصالات وهو إدارة المعرفة وعلاقتها بتطبيق الإدارة الإلكترونية ندره الكتابات العربية لمفهوم إدارة المعرفة والإدارة الإلكترونية.
 2. قد تسهم نتائج هذه الدراسة في توضيح أهمية إدارة المعرفة في زيادة قدرة شركات الاتصالات على الاستفادة من المعرفة الموجودة لديها سوى كانت ضمنية أو ظاهرة للوصول إلى التميز والنجاح وتحقيق في خفض التكاليف وتسهيل إجراءات العمل ودعم وظائف وعملات وقرارات هذه الشركات.
 3. ستسهم نتائج هذه الدراسة في تقديم دليلاً متواضعاً لشركات (You، سبأفون، يمن موبايل، واي، ومؤسسات الاتصالات).
- الاتصالات اليمنية في توضيح مدى العلاقة لإدارة المعرفة في تطبيق مجالات الإدارة الإلكترونية في مختلف شركات الاتصالات اليمنية لما لها من جدوى في تعزيز مكانتها السوقية.

ثالثاً: أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

1. التعرف على المفاهيم الأساسية المرتبطة بإدارة المعرفة والإدارة الإلكترونية.
2. تحديد طبيعة العلاقة بين إدارة المعرفة وتطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات اليمنية.

رابعاً: فرضيات الدراسة:

- الفرضية الأولى: يؤثر توليد المعرفة إيجاباً في تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات اليمنية
- الفرضية الثانية: يؤثر خزن المعرفة إيجاباً في تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات اليمنية
- الفرضية الثالثة: تؤثر مشاركة المعرفة إيجاباً في تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات اليمنية

الفرضية الرابعة: يؤثر تطبيق المعرفة إيجاباً في تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات اليمنية
خامساً: الدراسات السابقة

1-مراجعة الدراسات السابقة: سنستعرض عدداً من الدراسات العربية التي تناولت موضوع الدراسة:

جدول (1): يوضح ملخص الدراسات السابقة

الباحث	عنوان الدراسة	الهدف الأساسي للدراسة	منهج الدراسة	أهم الاستنتاجات
حنيفة (2021)	إدارة المعرفة وأثرها في تحقيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة	بيان أثر إدارة المعرفة في تحقيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في شركات الاتصالات الأردنية.	استخدام المنهج الوصفي وكانت حجم العينة 320 من مدراء شركات الاتصالات	وجود أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة المعرفة في تحقيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة بنسبة منخفضة من التباين.
العبار، والزليتي، (2020)	أثر تطبيق إدارة المعرفة على الأداء المؤسسي	التعرف على أثر تطبيق إدارة المعرفة (اكتساب المعرفة، توثيق المعرفة، نقل المعرفة، تطبيق المعرفة) على الأداء المؤسسي	استخدام المنهج الوصفي واستخدام أداة الاستبيان لحجم عينة 110 مدير من الإدارات العليا	أن مستوى تطبيق إدارة المعرفة ودرجة الأداء المؤسسي قد كانا مرتفعين وكذلك وجود أثر إيجابي لتطبيق إدارة المعرفة بجميع أبعادها في الأداء المؤسسي.
خداوج، وشوقي (2023)	تطبيق إدارة المعرفة وتأثيرها في تحقيق التميز التنظيمي	هدفت هذه الدراسة إلى تحديد تأثير إدارة المعرفة في تحقيق التميز التنظيمي في كلية العلوم الاقتصادية بجامعة المدينة	استخدام المنهج الوصفي، وتم استخدام عينة قصدية بلغ 30 استاذ عضو هيئة تدريس	توصلت إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لإدارة المعرفة في تحقيق التميز التنظيمي بجميع أبعادها.
الشلال، عبد القادر (2024)	تأثير عمليات إدارة المعرفة على اليقظة الاستراتيجية	هدفت التعرف على تأثير عمليات إدارة المعرفة على اليقظة الاستراتيجية وتحديد مستواها والعلاقة بينهما	اعتمدت المنهج الوصفي وبلغ عدد العينة 120 عضو هيئة تدريس	اشارة الدراسة إلى ان كل ابعاد عمليات إدارة المعرفة تؤثر إيجاباً في اليقظة الاستراتيجية
عبير (2022)	إدارة المعرفة وأثرها على المرونة الاستراتيجية	التعرف على أثر ممارسة إدارة المعرفة (خلق، واكتساب، ومشاركة، وتدوين، وتطبيق المعرفة) على مستوى المرونة الاستراتيجية	استخدام المنهج الوصفي واستخدام أداة الاستبيان لعينة حصرية بلغت 270 من قادة ومديري الجامعات المصرية	وجود تأثيرات ايجابية ذات دلالة إحصائية لممارسات إدارة المعرفة بجميع أبعادها على مستوى المرونة الاستراتيجية في الجامعات المصرية
قلايبي، والأمين (2024)	دور الإدارة الإلكترونية كأحد عناصر إدارة المعرفة في تطوير الأداء الوظيفي	التعرف على دور الإدارة الإلكترونية كأحد عناصر إدارة المعرفة في تطوير الأداء الوظيفي في بلدية المدينة	استخدم المنهج الوصفي وبلغت حجم العينة 61 موظفاً في بلدية المدينة	توصلت الدراسة إلى ان ابعاد الإدارة الإلكترونية يؤثر إيجاباً في تطوير الأداء الوظيفي في بلدية المدينة

ما يميز الدراسة الحالية: في انها سوف تدرس العلاقة بين إدارة المعرفة وتطبيق الإدارة الإلكترونية (دراسة تطبيقية في شركات الاتصالات اليمنية – المركز الرئيسي صنعاء)، وقياس تأثير إدارة المعرفة في تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات اليمنية، والذي اغفلت دراسة هذه العلاقة الدراسات السابقة الذي تم عرضها في الجدول السابق لذا فأنها فجوة تتطلب الدراسة والبحث.

المبحث الثاني: الإطار النظري للدراسة

أولاً: مفهوم إدارة المعرفة

إن إدارة المعرفة تتضمن اكتساب المعرفة وتخزين معرفة العامل ومن ثم جعل هذه المعلومات قابلة للتداول من قبل غيرها من العمال ضمن الشركة ويتم تحقيق هذا غالباً باستخدام عديد التقنيات المختلفة مثل تقنية الإنترنت وتقنية قواعد البيانات (الطيبي، 2010:87). كما أن إدارة المعرفة بشكل عام تعمل على تنظيم المعرفة وجعلها في متناول المستخدمين عند الحاجة إليها في الوقت والمكان المناسب (الطاهر، 2012:23). وتحقق أفضل العائدات لشركات من خلال مصادر المعرفة. كما ان إدارة المعرفة يتم من خلالها معرفة امتلاك الأفراد من معارف كاملة في عقولهم وأذهانهم أو جمع وإيجاد المعرفة الظاهرة في السجلات والوثائق وتنظيمها بطريقة تسهل استخدامها والمشاركة فيها بين منسوبي الشركات ونجاح العمل بأفضل وسيلة وبأقل التكاليف الممكنة (الأكليبي، 2008:26). ومن خلال ما سبق نجد ان إدارة المعرفة تسعى لإيجاد طرق الابداع ونشر المعرفة، والاستفادة منها ايضاً في نقل خصائصها إلى العاملين في شركات الاتصالات في أداء أعمالهم باستخدام الإمكانيات الحديثة وتقنية المعلومات بأكثر قدر ممكن بالشكل الذي يضمن لها البقاء والاستمرار.

ثانياً: أهمية إدارة المعرفة: يمكن توضيح أهمية إدارة المعرفة على النحو الآتي:

1. تُعد من أكثر الموجودات قيمة في شركات القرن الحادي والعشرين وتحقيق من جهود عمال المعرفة وإنتاجيتهم.
2. تُعد إدارة المعرفة إدارة فاعلة للاستثمار في رأسمالها الفكري من خلال جعل الوصول إلى المعرفة المتولدة عنها بالنسبة للأشخاص الآخرين المحتاجين إليها عملية سهلة وممكنة.

3. تعتبر المحرك الأساسي للنمو الاقتصادي والمحفز للتقدم التكنولوجي، وزيادة الإنتاجية، فالمعرفة الجديدة تولد الإبداعات ومن ثم يتم تحويلها إلى منتجات وعمليات وحتى إلى منظمات جديدة (سعود، وآخرون، 2011:41).
4. يمكن للمؤسسات أن تستفيد من المعرفة ذاتها كسلعة نهائية، عبر بيعها والمتاجرة بها واستخدامها لتعديل منتج معين أو إيجاد منتج جديد (الطاهر، 2012: 26، 27).
5. توفير فرصة الحصول على الميزة التنافسية الدائمة للمنظمات عبر مساهمتها في تمكين المؤسسة من تبني المزيد من الإبداعات المتمثلة في طرح سلع جديدة وخدمات جديدة.
6. زيادة حدة المنافسة وسرعة ازدياد الابتكارات والاكتشافات الجديدة أدت إلى وجود ما يسمى حديثاً بإدارة المعرفة.
7. إدارة المعرفة تحافظ على الزبائن ذوي الولاء وتسهم في إنشاء الأسواق الجديدة.
8. إدارة المعرفة تجذب الزبائن الجدد لأن قاعدة المعرفة أساس الوعي بحاجات الزبائن وتطلعاتهم (الجانب، 2009:72).
- ثالثاً: أبعاد إدارة المعرفة:** سيتم عرض وتوضيح الأبعاد التي تم استخدامها في الدراسة على النحو الآتي:
1. **توليد المعرفة:** تتطلب إيجاد معرفة جديدة في المؤسسات عبر أنشطة مختلفة ومتعددة مثل التطوير والبحث والاستشارة والتعلم والتصميمات (عبود، 2007: 43). وهنا تعمل شركات الاتصالات على توفير ابعاد المعرفة من مختلف مصادرها سواء أكانت داخلية أو خارجية من جانب، واستخلاص المعلومات والأفكار من البيئة الداخلية والخارجية والحصول على المعرفة من جانب آخر.
2. **خزن المعرفة:** تتضمن كل العمليات المتعلقة بحفظ المعرفة والسماح لها بالبقاء وعدم الضياع في شركات الاتصالات حال تكوينها أي ضمان ديمومتها بشكل طبيعي في أوقات معينة (أبو قحف، 2003:27).
3. **نشر المعرفة:** أي توزيع المعرفة على مستويات شركات الاتصالات وطاقتها الإداري ككل للاستفادة منها واستثمارها في تحقيق مستوى تقديم الخدمات بجودة عالية.
- لذا يجب على كل فرد داخل شركات الاتصالات ان يدرك للآخرين ما يقوم به بحيث يكون نشر خبرة أي شخص للجميع بطريقة سهلة ومناولة للجميع، كما يمكن تداولها وفق عمليات التشارك والتوزيع أي تحويل المعارف من الفرد إلى الجميع.
4. **تطبيق المعرفة:** أي جعل تطبيق المعرفة أكثر ملائمة للاستخدام في جميع أنشطة شركات الاتصالات وجعلها أكثر ارتباطاً بمختلف المهام الإدارية التي تقوم بها (العلي وآخرون، 2006:41).

المبحث الثالث: الإدارة الإلكترونية

أولاً: مفهوم الإدارة الإلكترونية:

تعرف الإدارة الإلكترونية بأنها فلسفة إدارية تروم في تحويل الإدارة التقليدية وتيسير كافة الأعمال الإدارية بصورة إلكترونية مستندة على تقنيات المعلومات الحديثة وعلى شبكات الإنترنت، لإنجاز كافة الأعمال بأقل جهد وكلفة ووقت وذات جودة عالية، كما تمثل العلم الذي جمع بين الإدارة والتقنيات الحديثة والهندسة الإلكترونية من أجل تحقيق أهداف الشركات. (الحاكم، الفليت، 2020:143)؛ بينما عرفها (الحمادي، 2019:95) بأنها مزيج من تقنية المعلومات والاتصالات والعمليات الإدارية في الشركات بهدف تحسين أداءها وتعزيز مركزها التنافسي. كما عرفت أيضاً بأنها الإدارة القائمة على استخدام التقنية الحديثة والمتمثلة في استخدام الحاسب الآلي والشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) في أداء الأعمال الإدارية المختلفة لتحسين مستوى الأداء المؤسسي ورفع كفاءتها وتعزيز فعاليتها في تحقيق الأهداف المرجوة منها. (البكري، 2021:198)

ومن التعريفات السابقة نجد أن الإدارة الإلكترونية الذي يتم من خلالها استخدام التقنيات الحديثة والإفادة منها في جميع الوظائف الإدارية في شركات الاتصالات واستخدام هذه التقنيات على اختلافها بحيث يصبح العمل الإداري أكثر فعالية يسهم في تحقيق مستوى عالي من جودة الخدمات المقدمة.

ثانياً: خصائص الإدارة الإلكترونية: يمكن استعراض بعض خصائص الإدارة الإلكترونية في النقاط الآتية:

1. **السرعة والوضوح:** في ظل الإدارة الإلكترونية لن تجد تلك الأوراق التي يحتاج إنجازها إلى وقت طويل، ويمكن نسخها لأكثر من نسخة، وحفظها وإرسالها إلى جهة، وتظل الإدارة التقليدية عجزة عن ذلك، لذا من خلال تطبيق الإدارة الإلكترونية تتجاوز الشركة أي إشكاليات تواجهها كما انها تضمن سرعة إنجاز المعاملات الفائقة وإرسالها واستقبالها.
2. **عدم التقيد بالزمان والمكان:** الإدارة الإلكترونية لا تتقيد في عملها بزمان معين، فهي متاحة عبر الإنترنت، كما أنها ليست بحاجة إلى مبانٍ ضخمة لاستيعاب موظفيها ومكاتبها والملفات والأوراق، وإنما مكان صغير محدود يكفي لاستيعاب بعض أجهزة الحاسوب ومتعلقاتها (ياسين، 2010:50)
3. **إدارة المعلومات:** تقوم الإدارة الإلكترونية على إدارة المعلومات التي تحتفظ بها في دوائرها حسب برامج معينة، ومن تلك البرامج ما يتيح للمراجع إنجاز معاملاته المختلفة، وفي ظل الإدارة الإلكترونية تتحول إلى معلومات تحتفظ بها الإدارة على شبكتها الإلكترونية.

4. المرونة: لديها المرونة الكافية وذلك من خلال الاستجابة السريعة للأحداث والتجاوب معها، متجاوزة بذلك حدود الزمان والمكان وصعوبة الاتصال، ما يعين الإدارة على تقديم كثير من الخدمات التي لم تكن متاحة أبداً بفعل تلك العوائق في ظل الإدارات التقليدية. (السلمي، 2008:32).

5. الرقابة المباشرة والصادقة: تستطيع شركات الاتصالات ان تتابع مواقع عملها المختلفة عبر الشاشات والكاميرات الرقمية المتوفرة في جميع إداراتها، منافذها وأجهزتها التي يتعامل معها الجمهور.

6. السرية والخصوصية: توفر الإدارة الإلكترونية السرية والخصوصية للمعلومات المهمة بما تملكه تلك الإدارة من برامج تمكّنها من حجب المعلومات والبيانات المهمة، وعدم إتاحتها إلا لذوي الصلاحية الذين يملكون كلمة المرور للنفذ إلى تلك المعلومات، إذ أن قدرتها على الإخفاء والسرية أعلى، ولديها أنظمة منع الاختراق، ما يجعل الوصول إلى أسرارها وملفاتها المحجوبة أمراً بالغ الصعوبة (ياسين، 2010:51)

ثالثاً: متطلبات عمل الإدارة الإلكترونية: أهم متطلبات عمل الإدارة الإلكترونية على النحو الآتي:

التكنولوجيا الرقمية: ترتبط الإدارة الإلكترونية وأنشطة الأعمال الإلكترونية بجميع أنماط التكنولوجيا الرقمية من وسائط وشبكات وأدوات، وليس كما يُشاع من ارتباط الإدارة الإلكترونية بشبكة الإنترنت والويب فقط.

العمليات الإلكترونية: تتولد العمليات الإلكترونية من تحويل الارتباطات المادية والمهام الجزئية المجمعة في بنية العمليات العادية إلى سلسلة قيمة من الأنشطة الرقمية المصممة على أساس تدفق جديد للمعلومات والعمليات من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتقنيات شبكة الإنترنت، وتظهر العمليات الإلكترونية كنتاج لجهود إعادة تصميم العمليات الإدارية من جديد باستخدام أدوات ونظم تكنولوجيا المعلومات. (ياسين، 2017: 229)

الاستراتيجية الإلكترونية: تعطي الاستراتيجية الإلكترونية أنشطة التحليل الاستراتيجي لبيئة الأعمال، التصميم والاختيار الاستراتيجي وتطبيق استراتيجية الأعمال الإلكترونية، كما تتضمن تحديد مصادر التميز عن المنافسين المرتبطة بخيارات مختلفة تُبنى على أساسها سلاسل القيمة، من بين هذه الخيارات تطبيق استراتيجية استبدال لجميع قنوات توزيع الخدمات التقليدية مثلاً بخدمات إلكترونية كاملة أو استراتيجية الاستكمال أي بناء قنوات خدمات إلكترونية جديدة مكملة لقنوات التوزيع التقليدية بسبب ضعف استخدام الإنترنت من قبل الزبائن. (ياسين، 2017: 230)

الهيكل الإلكتروني: لا تستطيع الإدارة الإلكترونية العمل على هيكل تنظيمي هرمي متعدد المستويات والمهام المستقلة عن بعضها، أو حتى المترابطة في تكوين عمودي الاتصالات مغلق وذو بعد واحد، فلكل إدارة بنيانها وأدواتها ووسائلها المناسبة في العمل وإنجاز الأهداف المنشودة.

القيادة الإلكترونية: تطوير قيادة إدارية تتعامل بكفاءة وفاعلية مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يعتبر أحد أهم المسائل المهمة التي انبثقت حديثاً عن حقل إدارة المعرفة والإدارة الإلكترونية (السلمي، 2008:34). لذا فالإدارة الإلكترونية تتطلب وجود بنية تنظيمية حديثة ومرنة تحتوي على بنية شبكية تستند إلى قاعدة تقنية ومعلوماتية متطورة. والمبادرة والريادة في الأداء وإنجاز الأعمال بكفاءة وفاعلية.

المبحث الرابع الدراسة الميدانية: يحتوي هذا المبحث الآتية:

أولاً: إجراءات الدراسة: وفيما يأتي توضيح لهذه الإجراءات:

1-منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي الإحصائي لتشخيص المشكلة ووصفها موضوعياً من خلال آراء واتجاهات عينة الدراسة نحو العلاقة بين إدارة المعرفة وتطبيق الإدارة الإلكترونية، وقد اعتمدت الدراسة على مصادر البيانات من خلال الاستبانة كإداة لقياس متغيرات الدراسة.

2- مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة: إن المجتمع المستهدف يتمثل في العاملين في شركات الاتصالات في اليمن.

عينة الدراسة: تم اختيار عينة عشوائية من العاملين في شركات الاتصالات-المراكز الرئيسية بالعاصمة صنعاء؛ وعُيّنَت العينة المستهدفة بـ: شركة **You**، سبأ فون، يمن موبايل، ومؤسسة الاتصالات، واي.

3-أداة الدراسة: حتى يسهل جمع البيانات المطلوبة للدراسة، أُعدت استبانة، تتعلق فقراتها بـ (العلاقة بين إدارة المعرفة وتطبيق الإدارة الإلكترونية كانت استبانة الموزعة مقسمة على قسمين، كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (2) مكونات استبانة الموزعة

الأول: يشمل على البيانات الخاصة بأفراد عينة الدراسة البيانات الشخصية	
المؤهل العلمي، المركز الوظيفي، سنوات الخبرة، نوع الشركة	
عدد الفقرات	الثاني: متغيرات الدراسة
7	الأول: توليد المعرفة
4	الثاني: خزن المعرفة
7	الثالث: مشاركة وتوزيع المعرفة
5	الرابع: تطبيق المعرفة
المحور الأول: المتغير المستقل: إدارة المعرفة، عدد فقراته (23) فقرة.	

7	الأول: توفر التقانات	المحور الثاني: المتغير التابع: واقع تطبيق الإدارة الإلكترونية، عدد فقراته (18) فقرة
7	الثاني: توفر أنظمة الإدارة عن بعد	
4	الثالث: توفر الأنظمة وممارس العمل المتواصل	
41	إجمالي فقرات متغيرات الدراسة	

الجدول: من إعداد الباحثان استناداً إلى استمارة الاستبانة

4-صدق وثبات الاستبانة: يبين الجدول رقم (3) أن جميع قيم معاملات الارتباط في الأبعاد الفرعية للاستبانة والمعدل الكلي لفقراته دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.01$ بين درجة كل بُعد فرعي والدرجة الكلية للمحور بموجب الاختبار الموضوع لذلك؛ حيث إن القيمة الاحتمالية لكل بُعد أقل من 1%؛ وبذلك تُعدُّ جميع الأبعاد الفرعية للاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول رقم (3) معاملات الارتباط بين درجة كل بُعد فرعي والدرجة الكلية لكل محور

Cronbach's Alpha	N of items	القيمة الاحتمالية (Sig)	معامل بيرسون للارتباط	متغيرات الدراسة
.901	23	0.000	.906**	المتغير المستقل الأول: إدارة المعرفة
.904	7	0.000	.730**	المتغير الأول: توليد المعرفة
.906	4	0.000	.868**	المتغير الثاني: خزن المعرفة
.904	7	0.000	.844**	المتغير الثالث: مشاركة وتوزيع المعرفة
.910	5	0.000	.528**	المتغير الرابع: تطبيق المعرفة
.917	18	0.000	.837**	المتغير التابع: واقع تطبيق الإدارة الإلكترونية
.928	7	0.000	.871**	المتغير الأول: توفر التقانات
.920	7	0.000	.716**	المتغير الثاني: توفر أنظمة الإدارة عن بعد
.919	4	0.000	.872**	المتغير الثالث: توفر الأنظمة وممارس العمل المتواصل
.918	9			اجمالي المتغيرات

الجدول: من إعداد الباحثان استناداً إلى مخرجات (spss).
**.Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

يتضح من الجدول رقم (3)، أن جميع قيم معامل الثبات ألفا كرونباخ لجميع المتغيرات (الأبعاد) مرتفعة جداً جميعها فوق نسبة (90%)، وهذا يعني أن المقياس المستخدم لأداة هذه الدراسة يتمتع بدرجة عالية من الثبات. وهذا يشير إلى موضوعية العبارات وقدرتها على التعبير عن المتغيرات التي تقيسها بوضوح، إضافة إلى استخدام الاستبانة بكل ثقة، وبذلك فإنه سيتوصل إلى النتائج نفسها إذا أعيد تطبيق الدراسة على العينة نفسها.

ثانياً: عرض نتائج التحليل الوصفي للدراسة ومناقشتها: يمكن توصيف خصائص عينة الدراسة الميدانية من مجموعة من المتغيرات الشخصية (النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، المركز الوظيفي، سنوات الخبرة، نوع الشركة) وقد جُمعت البيانات التي توضح معلومات أفراد عينة الدراسة، ومن واقع البيانات التي حُصل عليها.

1. وصف عينة الدراسة وفق متغير النوع الاجتماعي: الجدول الآتي يوضح ذلك.

جدول رقم (4) توزيع عينة الدراسة على وفق متغير النوع الاجتماعي

النسبة المئوية	العدد	البيان	المؤهل
37.0%	20	ماجستير	المؤهل
55.6%	30	بكالوريوس	
7.4%	4	دبلوم بعد الثانوية	
61.1%	33	رئيس قسم	المركز الوظيفي
16.7%	9	مدير إدارة	
3.7%	2	نائب مدير عام	
1.9%	1	مدير عام	
16.7%	9	اخرى	
46.3%	25	5 إلى 10 سنوات	سنوات الخبرة
53.7%	29	من 10 سنوات فأكثر	
20.4%	11	You	نوع الشركة
16.7%	9	سبأ فون	
53.7%	29	المؤسسة العامة للاتصالات وفرع يمن موبايل	
9.3%	5	واي	
100%	54	اجمالي العينة	

الجدول: من إعداد الباحثان استناداً إلى مخرجات (spss)

يلاحظ من البيانات في الجدول رقم (4) أن أعلى نسبة من أفراد العينة المبحوثة كانت لمن يحملون شهادة البكالوريوس، التي بلغت (55.6%) من إجمالي مفردات العينة، وتحتل المرتبة الثانية من يحملون مؤهل الماجستير، بنسبة بلغت (37%)، من أفراد العينة (العاملين في شركات الاتصالات اليمنية) المبحوثة. ومن النتائج السابقة نجد أن هناك تركزاً في المستوى العلمي (البكالوريوس) للعاملين في قطاع الاتصالات-المراكز الرئيسية-صنعاء، وهذا يدل أن أفراد العينة واعية في إدارتها لهذه القطاعات كما أن أفراد العينة من حيث المراكز الوظيفية في مجالات أعمالهم في شركات الاتصالات، وقد توزعت بين الفئات المختلفة؛ حيث أتت نسبة الأفراد العاملين الذين لديهم وظيفة رئيس قسم في المرتبة الأولى بنسبة (61.1%)، من إجمالي العينة المستهدفة، وبالمقابل نجد أن نسبة الأفراد العاملين الذين لديهم وظيفة مدير إدارة في المرتبة الثانية، بنسبة بلغت (16.7%) من إجمالي عينة الدراسة، وأيضاً هي للمراكز الوظيفية الأخرى، فيما حلت ثالثاً نسبة الأفراد العاملين الذين لديهم وظيفة نائب مدير عام؛ حيث بلغت (3.7%)، من إجمالي العينة المستهدفة. أما بالنسبة للعينة المستهدفة من قطاع شركات الاتصالات والتي أتت أخيراً فهي نسبة أفراد العينة الذين لديهم وظيفة مدير عام؛ حيث بلغت (1.9%). لذا نجد فإن أفراد العينة يسهمون في إعطاء وصف دقيق لإجاباتهم؛ لما لديهم من مناصب إدارية مختلفة وجيدة في مجال العمل بالمقابل نجد أن أفراد العينة يتمتعون بخبرة عملية عالية في مجالات أعمالهم في شركات الاتصالات، وقد توزعت بين الفئات المختلفة؛ حيث أتت نسبة الأفراد الذين تتراوح مدة الخدمة لديهم في الشركة من 10 سنوات فأكثر في المرتبة الأولى بنسبة (53.7%)، من إجمالي العينة المستهدفة، وبالمقابل نجد أن نسبة الأفراد الذين تتراوح مدة خدمتهم في العمل من 5 إلى 10 سنوات في المرتبة الثانية، بنسبة بلغت (46.3%) من إجمالي عينة الدراسة؛ حيث أتت شركة الاتصالات اليمن موبايل والمؤسسة العامة للاتصالات في المرتبة الأولى بنسبة (53.7%)، من إجمالي العينة المستهدفة، وبالمقابل حلت ثانياً، شركة الاتصالات You بنسبة بلغت (20.4%) من إجمالي عينة الدراسة. وحلت ثالثاً شركة الاتصالات سبأ فون بنسبة بلغت (16.7%) من إجمالي العينة، وحلت أخيراً شركة الاتصالات وأي بنسبة بلغت (9.3%) من إجمالي العينة

2- عرض إجابات أفراد العينة لفقرات الاستبانة وتحليلها: أجرى الباحثان عدداً من الاختبارات الإحصائية على بيانات الدراسة؛ بغية تحليل إجابات مفردات العينة ووصفها وتفسيرها، بعد جمع الاستبانات التي وُزعت على أفراد العينة، وأدخلت البيانات إلى الحاسوب لاستخدام برنامج الحزمة الإحصائية (Spss). وحُسيبت التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات الاستبانة، وأيضاً أُعتمدت درجة الموافقة، لكل فقرة من فقرات الاستبانة، وذلك حتى يُجاب عن تساؤلات الدراسة، ولتحقيق هدف الدراسة الأساسي.

جدول رقم (5) نتائج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ودرجة الموافقة (الجميع المتغيرات)

درجة الموافقة	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	متغيرات الدراسة	
مرتفعة	79.6	0.84	3.98	الأول: توليد المعرفة	المحور الأول
مرتفعة	78.6	0.86	3.93	الثاني: خزن المعرفة	
مرتفعة	81.7	0.80	4.09	الثالث: مشاركة وتوزيع المعرفة	
مرتفعة	82.2	0.72	4.11	الرابع: تطبيق المعرفة	
مرتفعة	76.8	0.86	3.84	الأول: توفر التقانات	المحور الثاني المتغير التابع
مرتفعة	75.8	0.80	3.79	الثاني: توفر أنظمة الإدارة عن بعد	
مرتفعة	79.4	0.80	3.97	الثالث: توفر الأنظمة وممارس العمل المتواصل	
الجدول: من إعداد الباحثان استناداً إلى مخرجات (spss)					

يتبين من الجدول رقم (5) أن جميع متوسطات الإحصاءات الوصفية لفقرات متغيرات الدراسة، تشير إلى درجة عالية من الموافقة؛ حيث تقع ما بين (3.41 – 4.20)، وهو المستوى المرتفع بحسب مقياس ليكرت الخماسي، وهذا يدل على موافقة أفراد عينة الدراسة على فقرات استبانة بدرجة مرتفعة. وبذلك نجد أن قيم المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن محاور الاستبيان متحدة الآراء أي لا توجد اختلافات في وجهات نظر أفراد العينة تجاه العلاقة بين إدارة المعرفة وتطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات. وسوف يركز مبحث اختبارات الفروض على دراسة تأثير إدارة المعرفة وتطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات.

3- اختبار صحة الفرضيات

الفرضية الأولى: يؤثر توليد المعرفة إيجاباً في تطبيق الإدارة الإلكترونية

$$Y_i = B_0 a + B_1 T + u_{t...}(2)$$

$$Y_i = B_0 3.004 + B_1 .217 + u_{t...}(2)$$

استُخدم اختبار تحليل الانحدار البسيط لمعرفة وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمتغير توليد المعرفة، على تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات، عند مستوى معنوية 5%.

جدول رقم (6) نتائج اختبار الفرضية الأولى

معاملات الانحدار			تحليل التباين		ملخص النموذج		المتغير التابع	
Sig	T	β	المتغير المستقل	Sig	F	R^{-2}		R^2
.000	7.770	3.004	الثابت	.028	5.118	0.072	0.090	تطبيق الإدارة الإلكترونية
.028	2.262	.217	T	قيمة F الجدولية = 3.15 قيمة T الجدولية = 2.000			حجم العينة 54	

الجدول: من إعداد الباحثان استناداً إلى مخرجات (spss)

يبين الجدول رقم (6) أن معامل الارتباط بلغ (9%)، تقريباً الذي يدل على العلاقة الموجبة بين المتغير المستقل الأول (توليد المعرفة) والمتغير التابع (تطبيق الإدارة الإلكترونية)، كما أن قيمة معامل التحديد بلغت (0.072)؛ مما يشير إلى أن (7.2%) من التباين في تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات، الذي يمكن تفسيره بالتباين في توليد المعرفة، بشرط ثبات جميع المتغيرات الأخرى، بالإضافة إلى حد الخطأ. ومن جانب آخر، تشير نتائج الجدول رقم (5)، إلى أن هناك أثراً للمتغير المستقل الأول (توليد المعرفة) على المتغير التابع (تطبيق الإدارة الإلكترونية) في شركات الاتصالات، ذا دلالة إحصائية معنوية؛ إذ أن قيمة اختبار F المحسوبة بلغت (5.118)، وتعدُّ هذه القيمة أكبر من قيمة هذا الاختبار الجدولية، كما أنها تتسم بمعنوية كلية ملائمة على وفق إحصائية هذا الاختبار عند مستوى معنوية 5%. مما يعني إمكانية الاعتماد على نموذج الانحدار الكلي، وكذلك إمكانية تعميم نتائج العينة على المجتمع. بالمقابل يشير معامل الانحدار إلى أن قيمة β للمتغير المستقل الأول قد بلغت (0.217)، وبلغت قيمة اختبار T المحسوبة (T=2.262)، وهي أكبر من قيمة هذا الاختبار الجدولية، وبمستوى معنوية (Sig=0.028)، وهي أقل من مستوى 5%، وهذا يدل على معنوية معامل الانحدار لهذا المتغير. وطالما أن معامل الانحدار لمتغير توليد المعرفة، إشارته موجبة، دلَّ ذلك على وجود تأثير موجب في الاتجاه نفسه لهذا المتغير على تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات في اليمن.

بناءً على ما سبق من تحليل لا نستطيع قبول الفرضية الصفرية، التي تنص على أنه لا توجد علاقة أثر بين المتغير المستقل والمتغير التابع. لذا نقبل الفرضية البديلة التي تدل على وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية لتوليد المعرفة على تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات في المراكز الرئيسية-صنعا.

الفرضية الفرعية الثانية: يؤثر خزن المعرفة إيجاباً في تطبيق الإدارة الإلكترونية

$$Y_i = B_0 a + B_1 Z + u_t \dots (3)$$

$$Y_i = B_0 3.030 + B_1 .213 + u_t \dots (3)$$

استُخدم اختبار تحليل الانحدار البسيط لمعرفة وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمتغير خزن المعرفة على تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات في اليمن، عند مستوى معنوية 5%.

جدول رقم (7) نتائج اختبار الفرضية الثانية

معاملات الانحدار			تحليل التباين		ملخص النموذج		المتغير التابع	
Sig	T	β	المتغير المستقل	Sig	F	R^{-2}		R^2
.000	8.492	3.031	الثابت	.021	5.664	0.081	0.098	تطبيق الإدارة الإلكترونية
.021	2.380	.213	Z	قيمة F الجدولية = 3.15 قيمة T الجدولية = 2.000			حجم العينة 54	

الجدول: من إعداد الباحثان استناداً إلى مخرجات (spss)

يبين الجدول رقم (7) أن معامل الارتباط بلغ (10%)، تقريباً الذي يدل على العلاقة الموجبة بين المتغير المستقل الثاني (خزن المعرفة) والمتغير التابع (تطبيق الإدارة الإلكترونية)، كما أن قيمة معامل التحديد بلغت (0.081)؛ مما يشير إلى أن (8%) من التباين في تطبيق الإدارة الإلكترونية، الذي يمكن تفسيره بالتباين في خزن المعرفة، بشرط ثبات جميع المتغيرات الأخرى، بالإضافة إلى حد الخطأ. ومن جانب آخر، تشير نتائج الجدول رقم (6)، إلى أن هناك أثراً للمتغير المستقل الثاني (خزن المعرفة) على المتغير التابع (تطبيق الإدارة الإلكترونية) في شركات الاتصالات، ذا دلالة إحصائية معنوية؛ إذ إن قيمة اختبار F المحسوبة بلغت (5.664)، وتعدُّ هذه القيمة أكبر من قيمة هذا الاختبار الجدولية، كما أنها تتسم بمعنوية كلية ملائمة على وفق إحصائية هذا الاختبار عند مستوى معنوية 5%. مما يعني إمكانية الاعتماد على أنموذج الانحدار الكلي، وكذلك إمكانية تعميم نتائج العينة على المجتمع. بالمقابل يشير معامل الانحدار إلى أن قيمة β للمتغير المستقل الثاني قد بلغت (0.213)، وبلغت قيمة اختبار T المحسوبة (T=2.380)، وهي أكبر من قيمة هذا الاختبار الجدولية، وبمستوى معنوية (Sig=0.021)، وهي أقل من مستوى 5%، وهذا يدل على معنوية معامل الانحدار لهذا المتغير. وطالما أن معامل الانحدار لمتغير خزن المعرفة، إشارته موجبة، دلَّ ذلك على وجود تأثير موجب في الاتجاه نفسه لهذا المتغير في

تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات اليمنية. بناءً على ما سبق من تحليل لا نستطيع قبول الفرضية العدمية، التي تنص على أنه لا توجد علاقة أثر بين المتغير المستقل والمتغير التابع. لذا نقبل الفرضية البديلة التي تدل على وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية للمتغير خزن المعرفة في تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات المراكز الرئيسية-صنعااء-اليمن. الفرضية الفرعية الثالثة: يؤثر مشاركة وتوزيع المعرفة إيجاباً في تطبيق الإدارة الإلكترونية

$$Y_i = B_0 a + B_1 M + u_{t...}(4)$$

$$Y_i = B_0 2.735 + B_1 .277 + u_{t...}(4)$$

استُخدم اختبار تحليل الانحدار البسيط لمعرفة وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمتغير مشاركة وتوزيع المعرفة على تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات عند مستوى معنوية 5%.

جدول رقم (8) نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

معاملات الانحدار				تحليل التباين		ملخص النموذج		المتغير التابع
Sig	T	β	المتغير المستقل	Sig	F	R^{-2}	R^2	
.000	5.921	2.735	الثابت	.017	6.116	0.088	0.105	تطبيق الإدارة الإلكترونية
.017	2.473	.277	M	قيمة F الجدولية = 3.15 قيمة T الجدولية = 2.000				حجم العينة 54

الجدول: من إعداد الباحثان استناداً إلى مخرجات (spss)

يبين الجدول (8) أن معامل الارتباط بلغ (10.5%)، الذي يدل على العلاقة الموجبة بين المتغير المستقل الثالث (مشاركة وتوزيع المعرفة) والمتغير التابع (تطبيق الإدارة الإلكترونية)، كما أن قيمة معامل التحديد بلغت (0.088)؛ مما يشير إلى أن (9%) تقريباً من التباين في تطبيق الإدارة الإلكترونية، يمكن تفسيره بالتباين في مشاركة وتوزيع المعرفة في شركات الاتصالات، بشرط ثبات جميع المتغيرات الأخرى، بالإضافة إلى حد الخطأ.

ومن جانب آخر، تشير نتائج الجدول رقم (7)، إلى أن هناك أثراً للمتغير المستقل الثالث (مشاركة وتوزيع المعرفة) على المتغير التابع (تطبيق الإدارة الإلكترونية) في شركات الاتصالات، ذا دلالة إحصائية معنوية، إذ إن قيمة اختبار F المحسوبة بلغت (6.116)، وتُعد هذه القيمة أكبر من قيمة هذا الاختبار الجدولية، كما أنها تتسم بمعنوية كلية ملائمة على وفق إحصائية هذا الاختبار عند مستوى معنوية 5%. مما يعني إمكانية الاعتماد على نموذج الانحدار الكلي، وكذلك إمكانية تعميم نتائج العينة على المجتمع. بالمقابل يشير معامل الانحدار إلى أن قيمة β للمتغير المستقل الثالث قد بلغت (.277)، وبلغت قيمة اختبار T المحسوبة (T=2.473)، وهي أكبر من قيمة هذا الاختبار الجدولية، وبمستوى معنوية (Sig=0.017)، وهي أقل من مستوى 5%، وهذا يدل على معنوية معامل الانحدار لهذا المتغير. وطالما أن معامل الانحدار لمتغير مشاركة وتوزيع المعرفة إشارته موجبة، دلّ ذلك على وجود تأثير موجب في الاتجاه نفسه لهذا المتغير على تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات المراكز الرئيسية-صنعااء-اليمن.

بناءً على ما سبق من تحليل لا نستطيع قبول الفرضية العدمية، التي تنص على أنه لا توجد علاقة أثر بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

لذا نقبل الفرضية البديلة التي تدل على وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية للمتغير مشاركة وتوزيع المعرفة على تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات المراكز الرئيسية-صنعااء. الفرضية الفرعية الرابعة: يؤثر تطبيق المعرفة إيجاباً في تطبيق الإدارة الإلكترونية

$$Y_i = B_0 a + B_1 H + u_{t...}(5)$$

$$Y_i = B_0 2.450 + B_1 .345 + u_{t...}(5)$$

استُخدم اختبار تحليل الانحدار البسيط لمعرفة وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمتغير تطبيق المعرفة على تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات، عند مستوى معنوية 5%.

جدول رقم (9) نتائج اختبار الفرضية الرابعة

معاملات الانحدار				تحليل التباين		ملخص النموذج		المتغير التابع
Sig	T	β	المتغير المستقل	Sig	F	R^{-2}	R^2	
.000	4.827	2.450	الثابت	0.007	7.917	0.115	0.132	تطبيق الإدارة الإلكترونية
.007	2.814	.345	H	قيمة F الجدولية = 3.15 قيمة T الجدولية = 2.000				حجم العينة 54

الجدول: من إعداد الباحثان استناداً إلى مخرجات (spss)

يبين الجدول (9) أن معامل الارتباط بلغ (13.2%)، الذي يدل على العلاقة الموجبة بين المتغير المستقل الرابع (تطبيق المعرفة) والمتغير التابع (تطبيق الإدارة الإلكترونية)، كما أن قيمة معامل التحديد بلغت (0.282)، مما يشير إلى أن (28.2%) من التباين في تطبيق الإدارة الإلكترونية، الذي يمكن تفسيره بالتباين في استخدام كفاية استخدام الأصول، بشرط

ثبات جميع المتغيرات الأخرى، بالإضافة إلى حد الخطأ. ومن جانب آخر، تشير نتائج الجدول رقم (8)، إلى أن هناك أثرًا للمتغير المستقل الرابع (تطبيق المعرفة) على المتغير التابع (تطبيق الإدارة الإلكترونية)، ذا دلالة إحصائية معنوية، إذ إن قيمة اختبار F المحسوبة بلغت (7.917)، وتعدُّ هذه القيمة أكبر من قيمة هذا الاختبار الجدولية، كما أنها تتسم بمعنوية كلية ملائمة على وفق إحصائية هذا الاختبار عند مستوى معنوية 5%. مما يعني إمكانية الاعتماد على نموذج الانحدار الكلي، وكذلك إمكانية تعميم نتائج العينة على المجتمع. بالمقابل يشير معامل الانحدار إلى أن قيمة β للمتغير المستقل الرابع قد بلغت (0.345)، وبلغت قيمة اختبار T المحسوبة ($T=2.814$)، وهي أكبر من قيمة هذا الاختبار الجدولية، وبمستوى معنوية ($Sig=0.007$)، وهي أقل من مستوى 5%، وهذا يدل على معنوية معامل الانحدار لهذا المتغير. وطالما أن معامل الانحدار لهذا المتغير إشارته موجبة، دلَّ ذلك على وجود تأثير موجب في الاتجاه نفسه لهذا المتغير في تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات. بناءً على ما سبق من تحليل لا نستطيع قبول الفرضية العدمية، التي تنص على أنه لا توجد علاقة أثر بين المتغير المستقل والمتغير التابع. لذا نقبل الفرضية البديلة التي تدل على وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية للمتغير تطبيق المعرفة على تطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات-المراكز الرئيسية-صنعا.

الاستنتاجات والتوصيات

1-الاستنتاجات:

(1) نستنتج أن إدارة المعرفة تساهم في إزالة القيود وإعادة الهيكلة التي تساعد في التطوير والتغيير لمواكبة متطلبات البيئة الاقتصادية وتزيد من عوائد الشركة ورضا العاملين وولائهم وتحسين الموقف التنافسي من خلال التركيز على الموجودات غير الملموسة التي يصعب قياسها وتظهر نتائجها على المدى الطويل.

(2) نجد من الدراسة أن تطبيق الإدارة الإلكترونية يتطلب بنية تنظيمية حديثة تحتوي على بنية شبكية عالية المستوى تستند إلى تقنيات ومعلوماتية متطورة تساهم في الريادة وإنجاز الأعمال بكفاءة وفعالية.

(2) تبين من نتائج الدراسة أن مؤسسات الاتصالات اليمنية تهتم باستقطاب خبراء في مجال المعرفة المرتبطة بأنشطتها حتى تتمكن بالاستفادة من نقل الخبرة في نشر وتطبيق المعرفة.

(3) تبين من خلال اختبارات فرضيات الدراسة وجود علاقة إيجابية ذات دلالات إحصائية بين عمليات إدارة المعرفة (توليد المعرفة، خزن المعرفة، مشاركة المعرفة، تطبيق المعرفة) وتطبيق الإدارة الإلكترونية في شركات الاتصالات اليمنية

2-التوصيات: من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة نوصي بالتالي:

(1) نوصي شركات الاتصالات اليمنية باستخدام أساليب التحفيز المختلفة للمحافظة على الأفراد ذوي الخبرة والموهوبين ضمن طاقمها استناداً لنتائج الدراسة التي أجريت، وأن تكون أكثر مرونة في منح الصلاحيات للعاملين لتطبيق أفكارهم ومعارفهم باعتبارهم رأس مال فكري مهم للمنظمات.

(2) نوصي الشركات بتدريب مختصين وفنيين من أجل تقديم الدعم الفني في أي وقت يتطلب منهم العمل، وتطوير برامج وأنظمة تسهل عملية التبادل الإلكتروني للوثائق عبر شبكات الحاسوب بينها وبين الزبائن.

(3) نوصي شركات الاتصالات اليمنية بضرورة تحسين نظام الربط بشبكة الحاسوب بين العاملين والوحدات الإدارية كما نشجع على إجراء المزيد من البحوث حول هذا الموضوع لمختلف المؤسسات التي تسعى للتحوّل للإدارة الإلكترونية وتطبيقها بهدف مواكبة التطورات من ما يعود على المؤسسات بتحقيق أهدافها.

(4) يجب على شركات الاتصالات اليمنية مواكبة التغيرات والاستفادة منها، والمحافظة على الزبائن والحصة السوقية لها وذلك من خلال ربط إدارة المعرفة في تطبيق الإدارة الإلكترونية والاستفادة من المزايا التي يوفرها التحول إلى الإدارة الإلكترونية من توفير في الوقت والجهد والتكلفة بالإضافة إلى السرعة في تلبية الاحتياجات الإدارية والوظيفية.

قائمة المراجع والمصادر

الكتب العربية:

أبو قحف، عبد السلام، (2003)، أساسيات التنظيم والإدارة، الدار الجامعية الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر.

سعود، ناصر محمد، والمعاني، أحمد إسماعيل، والصالح، أسماء رشاد، (2011)، مفهوم إدارة المعرفة، دار الطبع والنشر، الأردن.

السملي، علاء عبد الرزاق، والسليطي، خالد إبراهيم، (2008)، الإدارة الإلكترونية، دار وائل، عمان.

طالب، علاء مرجان، والجاني، أميرة، (2009)، أهمية إدارة المعرفة، ط1، دار الطبع: الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

الطاهر، أسهمان ماجد، (2012)، أهمية إدارة المعرفة وعملياتها، دار وائل للنشر والتوزيع.

الطيبي، خضر مصباح إسماعيل، (2010)، أهداف إدارة المعرفة، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع.

عبد الستار العلي وآخرون (2006) المدخل إلى إدارة المعرفة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن

علي ذيب الاكلمي (2008) إدارة المعرفة في المكتبات ومركز المعلومات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الاردن

نجم عبود (2007) إدارة المعرفة: المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، دار وائل للنشر، الأردن
 ياسين، سعد غالب (2010) الإدارة الإلكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية، معهد الإدارة العامة، مركز البحوث، الرياض
 ياسين، سعد غالب، (2017) الإدارة الإلكترونية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
ابحاث المجالات المنشورة:

بشير محمد العبار، ناصر عبدالعاطي الزليتن، (2020) أثر تطبيق إدارة المعرفة على الأداء المؤسسي-دراسة تطبيقية على صندوق الضمان الاجتماعي بمدينة بنغازي، مجلة الدراسات الاقتصادية، المجلد 3، العدد 1
 البكري، مصطفى، (2021) الإدارة الإلكترونية وأثرها على أداء الموارد البشرية، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية، المجلد(13)، العدد(4).
 الحاكم، علي عبدالله، والفليت، خلود، (2020) أثر عمليات المعرفة على الإدارة الإلكترونية، مجلة المنتبي للعلوم الإدارية، المجلد(10)، العدد(1).

حذيفة هيثم أحمد، القواسمة، فريد محمد(2021) إدارة المعرفة وأثرها في تحقيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة-دراسة تحليلية على عينة من العاملين في شركات الاتصالات الأردنية، مجلة جامعة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 17، العدد 54

الحمداني، أحمد سرحان، (2019)، فاعلية الإدارة الإلكترونية، مجلة جامعة تكريت للحقوق، مجلد(3)، العدد(2)
 خداج ربيح، شوقي قبطان(2023) تطبيق إدارة المعرفة وتأثيرها في تحقيق التميز التنظيمي-دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية بجامعة المدينة، مجلة ابحاث اقتصادية معاصرة، المجلد 6، العدد 1
 الشلاش، بكر عبدالقادر(2024) تأثير عمليات إدارة المعرفة على اليقظة الاستراتيجية، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الانسانية، المجلد 21، العدد 2
 عبير عباس عبدالحميد(2022)إدارة المعرفة وأثرها على المرونة الاستراتيجية مجلة الدراسات التجارية المعاصرة المجلد8 العدد13

قلابي محمد، بالقاضي الأمين(2024) دور الإدارة الإلكترونية كأحد عناصر إدارة المعرفة في تطوير الأداء الوظيفي-دراسة ميدانية ببلدية المدينة، مجلة الدراسات القانونية، المجلد 10، العدد 1