



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث
العلمي
جامعة القادسية
كلية الإدارة والاقتصاد
قسم إدارة الأعمال

التأثير المشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر في تحسين القابليات التنافسية للمنظمة

دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الأوسط

رسالة ماجستير مقدمة الى

مجلس كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة القادسية

وهي جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في علوم إدارة الأعمال

تقدمت بها الطالبة

سحر جبار رحمن

بإشراف

الأستاذ المساعد الدكتور

سناء جواد كاظم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ قَالُوا سُبْحَنَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا
إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ﴾

صدق الله العلي العظيم

سورة البقرة

﴿آية 32﴾

الأمل

أهدي ثمرة جهدي هذه الى نبع الطيب أمي الحبيبة ، الى من ساندني في وقت
ضعفي وغمرني بعطفه وحنانه بلا حدود الطيب الحنون والذي الى من استمد
منه القوة والمثابرة **اولادي واخوتي** الى من فارقتي جسدا لكنه بقي حاضرا

معي في كل تفاصيل حياتي **جدي. جلتني.. ابي. زوجي** **رحمهم الله**

أهدي ثمرة جهدي هذه لكل من ساندني في أصعب ظروفي
أهدي ثمرة جهدي هذه لكل من دعا الله لي بالنوفيق واسأل الله له بمثل ما
دعا لي وأكث.

أهدي ثمرة جهدي هذه للجميع أساتذتي الأفاضل الذين ساهموا في وصولي إلى
هذه المرتبة العلمية.

شكر الجميع

والحمد لله أولاً وأخيراً...

شكر وعرفان

إن الحمد والعرفان من ثمار النعمة وحسن الفضيلة وطيب المنبت، الحمد للمولى والبدء باسمه، وهو المعين الحميد.

أقدم بالشكر والتقدير والعرفان بالي رئيس واعضاء لجنة المناقشة لفضلهم بقبول مناقشة رسالتي ولتعبدهم عناء السفر، والشكر موصول الى جامعة القادسية / كلية الادارة والاقتصاد، رئاسة وعمادة وأساتذة وإداريين.

كما أقدم بالشكر الجزيل الى الاسناذ المشرف الاسناذ المساعد الدكتور **س. جواد كاظم** على قبوله تأطير رسالتي، وعلى مرحابة صدره وطول صبره، وعلى ما أحاطني به من توجيهات وملاحظات قيمة انارت لنا سبل انماها.

وإيماناً بفضل الاعتراف بالجميل وتقدير الشكر والامشان لأصحاب المعروف فإنني أقدم بالشكر الجزيل والثناء العظيم لكل من ساعدني في انما من حلة الدراسة وأخص بالذكر: رئيس قسم ادارة الاعمال، وعميد كلية الادارة والاقتصاد، وأساتذتي الافاضل في قسم ادارة الاعمال (حفظهم الله جميعاً). أسأل الله أن يجزيهم عني خير الجزاء.

كما أقدم شكري الجزيل لأفراد عائلتي جميعاً على تشجيعهم ومساعدتهم لي حتى أتممت رسالتي كما أقدم بالشكر الجزيل لكافة زملائي الطلبة في قسم ادارة الاعمال \ الدراسات العليا الاعزاء خلال من حلة انما الدراسة.

المستخلص

هدفت الدراسة الحالية الى الكشف عن دور التأثير المشترك للبيانات الضخمة المتمثلة بـ (حجم البيانات، وسرعة البيانات، وقيمة البيانات، وتنوع البيانات، ومصداقية البيانات) والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر بأبعادها (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة) في القابليات التنافسية المتمثلة بـ (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية)، اذ تحاول الدراسة معالجة مشكلة واقعية تنعكس في دور التأثير المشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر لدى شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط في القابليات المستدامة، اذ قام الباحث بتوزيع (350) استمارة استبيان بشكل عشوائي على عينة من العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط، وكان عدد الاستمارات الصالحة للتحليل (328) أي بنسبة استجابة مقدارها (94%)، وتم تحليلها باستخدام البرنامج الاحصائية المتقدم (SPSS.V.28 & AMOS.V.26)، وتعد الدراسة الحالية رائدة في متغيراتها، اذ انها تتناول متغيرات مهمة من شأنها ان تسلط الضوء على كيفية استخدام التأثير المشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في تحسين القابليات التنافسية للمنظمة، وقد لخصت الدراسة مجموعة من الاستنتاجات ابرزها تمثل في تركيز ادارة الشركة على توجيه العاملين للالتزام بفحص البيانات بشكل مستمر للتخلص من البيانات الجيدة وغير الجيدة، ما ادى الى تعزيز ادراك الشركة المدروسة لأهمية النظر الى استخدام البيانات الضخمة في تطوير عملياتها الداخلية.

الكلمات المفتاحية: البيانات الضخمة، الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر، القابليات التنافسية.

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتويات
	الآية القرآنية
أ	الاهداء
ب	شكر وامتنان
ت	المستخلص
ث	قائمة المحتويات
ج - ح	قائمة الجداول
خ	قائمة الأشكال
د	قائمة الملاحق
2-1	المقدمة
32-4	الفصل الأول: - بعض الجهود المعرفية السابقة والمنهجية العلمية للدراسة
14-4	المبحث الأول: بعض الجهود المعرفية السابقة
32-15	المبحث الثاني: المنهجية العلمية للدراسة
87-33	الفصل الثاني: -الاطار النظري للدراسة
49-34	المبحث الاول: البيانات الضخمة
61-50	المبحث الثاني: الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر
81-62	المبحث الثالث: القابليات التنافسية
87-82	المبحث الرابع: العلاقة الترابطية بين متغيرات الدراسة
149-88	الفصل الثالث: -الجانب الميداني للدراسة
102-89	المبحث الاول: فحص اداة قياس الدراسة واختبار البيانات
128-103	المبحث الثاني: الوصف الاحصائي: عرض نتائج الدراسات وتحليلها وتفسيرها
149-129	المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة
154-150	الفصل الرابع: -الاستنتاجات والتوصيات
152-151	المبحث الأول: الاستنتاجات
154-153	المبحث الثاني: التوصيات
184-155	المصادر والمراجع
a	ملخص الرسالة باللغة الإنجليزية

قائمة الجداول

ت	الجدول	الصفحة
1	دراسات سابقة تتعلق بالبيانات الضخمة	4
2	دراسات سابقة تتعلق بالتشارك المعرفي الاخضر	8
3	دراسات سابقة تتعلق بالقابليات التنافسية	10
4	التعاريف الاجرائية لمتغيرات وابعاد الدراسة	24
5	متغيرات الدراسة ومقاييسها	28
6	خصائص عينة الدراسة	30
7	مفهوم البيانات الضخمة بحسب آراء الباحثين	36
8	عوامل ومخاطر البيانات الضخمة	44
9	مفهوم التشارك المعرفي بحسب آراء الباحثين	51
10	مفهوم التشارك المعرفي الاخضر بحسب آراء الباحثين	54
11	مفهوم القابليات التنافسية بحسب آراء الباحثين	64
12	ترميز وتوصيف المتغيرات قيد الدراسة	89
13	فحص البيانات المفقودة	90
14	اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة	91
15	التقديرات الاحصائية لمتغير البيانات الضخمة	95
16	التقديرات الاحصائية لمتغير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر	97
17	التقديرات الاحصائية لمتغير القابليات التنافسية	99
18	اختبار ثبات الاستبانة	102
19	مستوى توافر متغيرات الدراسة	104
20	عرض وتحليل وتفسير بُعد حجم البيانات	105
21	عرض وتحليل وتفسير بُعد سرعة البيانات	107
22	عرض وتحليل وتفسير بُعد قيمة البيانات	109

110	عرض وتحليل وتفسير بُعد تنوع البيانات	23
112	عرض وتحليل وتفسير بُعد مصداقية البيانات	24
113	عرض وتحليل وتفسير متغير البيانات الضخمة	25
115	عرض وتحليل وتفسير بُعد القضاء على التلوث	26
116	عرض وتحليل وتفسير بُعد حماية البيئة المعرفية	27
118	عرض وتحليل وتفسير بُعد التنمية المستدامة	28
119	عرض وتحليل وتفسير متغير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر	29
121	عرض وتحليل وتفسير بُعد القابليات الابداعية	30
122	عرض وتحليل وتفسير بُعد القابليات التسويقية	31
124	عرض وتحليل وتفسير بُعد القابليات المالية	32
125	عرض وتحليل وتفسير بُعد القابليات الادارية	33
127	عرض وتحليل وتفسير بُعد القابليات البشرية	34
128	عرض وتحليل وتفسير متغير القابليات التنافسية	35
129	معيار نوع وقوة الارتباط بين المتغيرات الداخلة في التحليل	36
130	مصفوفة العلاقة بين البيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر	37
133	مصفوفة العلاقة بين البيانات الضخمة والقابليات التنافسية	38
136	مصفوفة العلاقة بين الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر والقابليات التنافسية	39
140	نتائج تحليل تأثير البيانات الضخمة في القابليات التنافسية	40
143	نتائج تحليل تأثير ابعاد البيانات الضخمة في القابليات التنافسية	41
144	نتائج تحليل تأثير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في القابليات التنافسية	42
147	نتائج تحليل تأثير ابعاد الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر	43

	في القابليات التنافسية	
149	نتائج تحليل التأثير المشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في القابليات التنافسية	44

قائمة الاشكال

ت	الأشكال	الصفحة
1	الانموذج الفرضي للدراسة	20
2	انواع البيانات الضخمة	41
3	ابعاد البيانات الضخمة	46
4	التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة	92
5	الانموذج البنائي المعدل لمتغير البيانات الضخمة	94
6	الانموذج البنائي لمتغير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر	96
7	الانموذج البنائي لمتغير القابليات التنافسية	100
8	اهمية ثبات ومصادقية اداة القياس	102
9	توزيع اهمية وصف بُعد حجم البيانات	106
10	عرض وتحليل وتفسير بُعد سرعة البيانات	108
11	توزيع اهمية وصف بُعد قيمة البيانات	109
12	توزيع اهمية وصف بُعد تنوع البيانات	111
13	توزيع اهمية وصف بُعد مصداقية البيانات	112
14	توزيع اهمية وصف متغير البيانات الضخمة	114
15	توزيع اهمية وصف بُعد القضاء على التلوث	115
16	توزيع اهمية وصف بُعد حماية البيئة المعرفية	117
17	توزيع اهمية وصف بُعد التنمية المستدامة	118
18	توزيع اهمية وصف متغير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر	120
19	توزيع اهمية وصف بُعد القابليات الابداعية	121
20	توزيع اهمية وصف بُعد القابليات التسويقية	123
21	توزيع اهمية وصف بُعد القابليات المالية	124
22	توزيع اهمية وصف بُعد القابليات الادارية	126

127	توزيع اهمية وصف بُعد القابليات البشرية	23
128	توزيع اهمية وصف متغير القابليات التنافسية	24
139	الانموذج القياسي لتأثير البيانات الضخمة في القابليات التنافسية	25
142	الانموذج القياسي لتأثير ابعاد البيانات الضخمة في القابليات التنافسية	26
144	الانموذج القياسي لتأثير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في القابليات التنافسية	27
146	الانموذج القياسي لتأثير ابعاد الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في القابليات التنافسية	28
148	الانموذج القياسي التأثير المشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر	29

قائمة الملاحق

ت	الملحق
1	اسماء السادة المحكمين
2	استمارة التحكيم
3	استمارة الاستبيان
4	تسهيل مهمة

المقدمة

لعل النمو المتسارع في انتاج البيانات من حيث الحجم والسرعة والقيمة والتنوع والمصدقية، جعل مصطلح البيانات الضخمة حديث الساعة لدى معظم الجهات والمنظمات الاقليمية والمحلية والدولية في تتبع المنهجيات والاجراءات التي يمكن تبنيها للاستفادة منها في استخدام البيانات الضخمة في جميع مجالات الحياة، وخاصة في تحسين القابليات التنافسية، الامر الذي ادى الى شيوع الممارسات المستدامة من اجل الحد من القضايا التي يمكن ان تعارض اهداف المنظمة في تحقيق النجاح والتميز التنافسية، ما دعا الى تسخير الابداعات في مجالات ادارة البيانات الضخمة وجمعها وتحليلها بسرعة، بالتشارك مع الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر ومساعدة اصحاب المصلحة في اكتساب المعرفة بشكل افضل لتحسين قابلياتهم التنافسية.

ان التوجه نحو الزبون يمثل فلسفة ادارية حديثة تسود على عمل المنظمات بمختلف انواعها وتؤثر على مجمل العمليات التي تقوم بها، مما يجعل هذا الامر الزبون العامل المحدد والاساس لنجاح المنظمة بشكل اساس وخاصة قطاع الخدمات، اذ ان فجوة وفلسفة وجود هذه المنظمات هو في الاساس خدمة المجتمع وتحقيق آماله وطموحاته، لذلك فان خدمة الزبون وفهم متطلباته وحاجاته تحل المرتبة الاولى في اولويات عمل المنظمات، مما يوجه هذه المنظمات الى استخدام البيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر من اجل تحسين قابلياتها التنافسية. اذ تُعد البيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر احد مقومات الادارة الحديثة، بوصفها تساعد على خلق التميز التنافسي في العصر الحديث.

تُعد البيانات التي يتم معالجتها بادوات ادارة قواعد البيانات الضخمة او بالطرائق المعتادة بوصفها محركات البحث والحواشيب هي بيانات مهيكلة ومنظمة وغالبا ما تكون من عدة انواع وحجمها يقاس بوحدات مختلفة، ما دفع الحاجة الى استثمار الممارسات المستدامة للتشارك

المعرفي الاخضر من اجل تحسين الاستيعاب على التعامل مع مجموعة البيانات ذات الاحجام الكبيرة وتوجيهها بشكل يمثل افادة تعود على شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط بوصفها عينة للدراسة الحالية.

وتأسيسا لما تقدم يمكن تحقيق هدف الدراسة الحالية من خلال استعراض متغيرات الدراسة على اساس اربعة فصول رئيسية، تضمن **الفصل الاول** مبحثين، فالمبحث الاول يتضمن المنهجية العلمية للدراسة، والمبحث الثاني قدم بعض الجهود المعرفية السابقة، بينما تضمن **الفصل الثاني** الفلسفة الفكرية لمتغيرات الدراسة وبواقع اربعة مباحث، ضمن المبحث الاول البيانات الضخمة، ويوضح المبحث الثاني الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر، وتناول المبحث الثالث القابليات التنافسية، خُصص المبحث الرابع لبيان العلاقة الترابطية بين متغيرات الدراسة.

اما الفصل الثالث فقد تطرق الى الاطار التطبيقي للدراسة وبواقع ثلاث مباحث، تناول المبحث الاول فحص اداة قياس الدراسة واختبار البيانات، وتناول المبحث الثاني الوصف الاحصائي: عرض نتائج الدراسة وتحليلها وتفسيرها، وخصص المبحث الثالث لاختبار فرضيات الدراسة، واخيرا تناول الفصل الرابع مبحثين، ضم المبحث الاول الاستنتاجات، وبين المبحث الثاني التوصيات الخاصة بالدراسة.

الفصل الأول

بعض الجهود المعرفية السابقة والمنهجية العلمية
للدراسته

المبحث الأول: بعض الجهود المعرفية السابقة

المبحث الثاني: المنهجية العلمية للدراسته

المبحث الأول

بعض الجهود المعرفية السابقة

توطئة

يهدف هذا المبحث الى عرض مجموعة من الجهود المعرفية التي تناولت متغيرات الدراسة (البيانات الضخمة، والتشارك المعرفي الاخضر، والقابليات التنافسية) بغية بناء تصور واضح تجاه هذه المتغيرات والمضامين التي سوف يتم التركيز عليها، فضلا عن بيان الطرائق والاساليب التي سوف يتم التركيز عليها في الجانب التطبيقي للدراسة، ويمكن استعراض هذه الجهود في الاتي:

أولاً: -دراسات سابقة تتعلق بالبيانات الضخمة

الجدول (1) دراسات سابقة تتعلق بالبيانات الضخمة

الدراسات العربية	
الدراسة 1	الشرائية، 2021
عنوان الدراسة	اثر البيانات الضخمة على الاستشراف الاستراتيجي: الابداع المفتوح متغير وسيط: دراسة ميدانية في قطاع الصناعات العلاجية واللوازم الطبية في عمان
هدف الدراسة	توضيح اثر البيانات الضخمة على الاستشراف الاستراتيجي: الابداع المفتوح كمتغير وسيط
نوع الدراسة	دراسة ميدانية
عينة الدراسة	العاملين في منظمات قطاع الصناعة العلاجية واللوازم الطبية في مدينة عمان، وبواقع (121) شركة، وبعينة مقدارها (259) عامل.
نتائج الدراسة	ان مستوى أن مستوى البيانات الضخمة كان متوسط، ومستوى الاستشراف الإستراتيجي متوسط، ومستوى الإبداع المفتوح متوسط.
الدراسة 2	عثمان، 2022
عنوان الدراسة	اثر استخدام تحليلات البيانات الضخمة على تحسين الافصاح عن التنمية المستدامة مع دراسة ميدانية على المنظمات الصناعية المقيدة بالبورصة المصرية
هدف الدراسة	دراسة اثر استخدام تحليلات البيانات الضخمة على تحسين الافصاح عن التنمية المستدامة

دراسة ميدانية	نوع الدراسة
العاملين في المنظمات الصناعية العاملة في بورصة مصر من معدي التقارير والبالغ عددهم (128) فرد، ومستخدمي التقارير والبالغ عددهم (125) فرد.	عينة الدراسة
وجود اثر لاستخدام تحليلات البيانات الضخمة على تحسين الافصاح عن التنمية المستدامة.	نتائج الدراسة
عبد الحميد وبكر، 2023	الدراسة 3
اثر تبني البلوكشين في ظل البيانات الضخمة على تقرير مراقب الحسابات الخارجي	عنوان الدراسة
التعرف على اثر تبني البلوكشين في ظل البيانات الضخمة على تقرير مراقب الحسابات الخارجي	هدف الدراسة
دراسة ميدانية	نوع الدراسة
تمثلت عينة الدراسة في مراقبي ومراجعي الحسابات الخارجية والمحاسبين في المصارف التجارية المصرية والبالغ عددهم (206) عامل.	عينة الدراسة
يوجد علاقة ارتباط وتأثير ذات دلالة احصائية معنوية بين تطبيق البلوك شين في ظل البيانات الضخمة وبين تقرير مراقب الحسابات الخارجية	نتائج الدراسة
ابراهيم، 2023	الدراسة 4
الدور التفاعلي لاستخدام تحليلات البيانات الضخمة والافصاح المحاسبي عن المعلومات المستقبلية على الربحية في البنوك السعودية	عنوان الدراسة
قياس اثر الدور التفاعلي لاستخدام تحليلات البيانات الضخمة والافصاح المحاسبي عن المعلومات المستقبلية على الربحية في البنوك السعودية	هدف الدراسة
دراسة تحليلية	نوع الدراسة
التقارير السنوية الخاصة بالبنوك السعودية محل الدراسة خلال الفترة الزمنية (2007-2021) والتي بلغت 8 بنوك	عينة الدراسة
ان استخدام تحليلات البيانات الضخمة له تأثير ايجابي ومعنوي على الربحية في المصارف السعودية.	نتائج الدراسة

الدراسات الاجنبية	
Ferraris, et al. 2018	الدراسة 5
Big data analytics capabilities and knowledge management: impact on firm performance تحليل البيانات الضخمة وإدارة المعرفة: التأثير على اداء الشركة	عنوان الدراسة
التعرف على تحليلات البيانات الضخمة وامكانية تحليل البيانات وتصنيفها الى معلومات مفيدة للمنظمات وتحويلها الى معرفة ذات صلة بالبيانات الضخمة واتخاذ قرارات فاعلة وبالتالي تحسين اداء المنظمة.	هدف الدراسة
دراسة تطبيقية	نوع الدراسة
تمثلت عينة الدراسة في (88) شركة ايطالية صغيرة ومتوسطة الحجم	عينة الدراسة
أن المنظمات التي طورت قدرات تحليل البيانات الضخمة أكثر من غيرها ، سواء من الناحية التكنولوجية أو الإدارية ، زادت من أدائها ، وأن تحليل البيانات الضخمة قادر على تغيير الطريقة التي تتنافس بها المنظمات من خلال فهم ومعالجة واستثمار كميات هائلة من البيانات القادمة من مصادر وعمليات داخلية وخارجية مختلفة	نتائج الدراسة
Dubey et al.,2019	الدراسة 6
Big data and predictive analytics and manufacturing performance: integrating institutional theory, resource-based view and big data culture البيانات الضخمة والتحليلات التنبؤية وأداء التصنيع: دمج النظرية المؤسسية والرؤية المستندة على الموارد وثقافة البيانات الضخمة	عنوان الدراسة
الكشف عن طبيعة العلاقة بين البيانات الضخمة والتحليلات التنبؤية وأداء التصنيع من خلال دمج النظرية المؤسسية والرؤية المستندة على الموارد وثقافة البيانات الضخمة	هدف الدراسة
دراسة استقصائية	نوع الدراسة
تمثلت عينة الدراسة في استقصاء (195) مدير شركة تصنيع في الهند	عينة الدراسة
هناك دور للضغوطات الخارجية في اختيار الموارد في ظل التأثير التفاعلي للبيانات الضخمة باستخدام التحليلات لتنبؤية واداء التصنيع.	نتائج الدراسة

Nazir et al.,2020	الدراسة 7
A comprehensive analysis of healthcare big data management, analytics and scientific programming تحليل شامل لإدارة البيانات الضخمة للرعاية الصحية والتحليلات والبرمجة العلمية	عنوان الدراسة
الكشف عن دور البيانات الضخمة في الرعاية الصحية والتحليلات والبرمجة العلمية	هدف الدراسة
دراسة تجريبية	نوع الدراسة
تم اختيار (127) مقالة لأغراض المقارنة وتحليلها من أجل إدارة البيانات الضخمة	عينة الدراسة
سيساعد تحليل البيانات الضخمة الأطباء والممارسين على اتخاذ أفضل القرارات بشكل أكثر واقعية.	نتائج الدراسة
Ghasemaghaei,2021	الدراسة 8
Understanding the impact of big data on firm performance: The necessity of conceptually differentiating among big data characteristics فهم تأثير البيانات الضخمة على أداء الشركة: ضرورة التمييز المفاهيمي بين خصائص البيانات الضخمة	عنوان الدراسة
الكشف عن آثار البيانات الضخمة (حجم البيانات، وسرعة البيانات، وتنوع البيانات، وقيمة البيانات، ومصادقية البيانات) في أداء الشركة (فاعلية وكفاءة الابداع).	هدف الدراسة
المديرين في منظمات الاتصال في كندا وعددهم (239) مدير	نوع الدراسة
دراسة استكشافية	عينة الدراسة
أن حجم البيانات لا يلعب دوراً حاسماً في تعزيز أداء الشركة في الابتكار برؤى جديدة في الأدبيات من خلال تناقض الاعتقاد السائد بأن البيانات الضخمة هي بيانات أفضل. كما تكشف النتائج أن سرعة البيانات تلعب دوراً أكثر أهمية في تحسين الأداء الابداعي لدى المنظمات مقارنة بخصائص البيانات الضخمة الأخرى.	نتائج الدراسة

ثانياً: -دراسات سابقة تتعلق بالتشارك المعرفي الاخضر

الجدول (2) دراسات سابقة تتعلق بالتشارك المعرفي الاخضر

الدراسة 1	Chang& Hung,2021
عنوان الدراسة	How to shape the employees' organization sustainable green knowledge sharing: Cross-level effect of green organizational identity effect on green management behavior and performance of members كيفية بناء الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر للعاملين في المنظمة: التأثير عبر المستويات لتأثير الهوية التنظيمية الخضراء على سلوك الإدارة الخضراء وأداء الأعضاء
هدف الدراسة	التعرف على الية بناء الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر للعاملين في المنظمة: التأثير عبر المستويات لتأثير الهوية التنظيمية الخضراء على سلوك الإدارة الخضراء وأداء الأعضاء
نوع الدراسة	دراسة تطبيقية
عينة الدراسة	تمثلت عينة الدراسة في (73) مدير، و(583) مروض، في المنظمات الصغيرة والمتوسطة في تايوان.
نتائج الدراسة	أن تحديد المجموعة الخضراء على مستوى الفريق يؤثر على أعضاء المنظمة من حيث الملكية النفسية للمنتجات الخضراء و الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر
الدراسة 2	Rubel et al.,2021
عنوان الدراسة	The influence of green HRM practices on green service behaviors: the mediating effect of green knowledge sharing تأثير ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء على سلوكيات الخدمة الخضراء: التأثير الوسيط للتشارك المعرفي الاخضر
هدف الدراسة	التعرف على تأثير ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء في سلوكيات الخدمة الخضراء من خلال الدور الوسيط للتشارك المعرفي الاخضر
نوع الدراسة	دراسة تحليلية

العاملين في القطاع المصرفي ببنغلاديش والبالغ عددهم (365) عامل	عينة الدراسة
ان ممارسات ادارة الموارد البشرية الخضراء تؤثر على سلوكيات الخدمة الخضراء من خلال التشارك المعرفي الاخضر	نتائج الدراسة
Ahmed et al.,2021	الدراسة 3
The Influence of Green Human Capital and Green Abilities on Employee Green Behavior with Moderating Role of Green Knowledge Sharing: a Conceptual Study تأثير رأس المال البشري الأخضر والقابليات الخضراء على السلوك الأخضر للموظفين من خلال الدور الوسيط للتشارك المعرفي الاخضر: دراسة مفاهيمية	عنوان الدراسة
التعرف على اثر رأس المال البشري الأخضر والقدرات الخضراء على السلوك الأخضر للموظفين من خلال الدور الوسيط للتشارك المعرفي الاخضر	هدف الدراسة
دراسة مفاهيمية	نوع الدراسة
دراسة مفاهيمية	عينة الدراسة
يمكن بناء القابليات الخضراء من خلال التدريب الأخضر الفعال وتطوير نهج المنبه، ويمكن اكتساب رأس المال البشري الأخضر من خلال إجراءات التوظيف والاختيار الخضراء الفعالة. ومن المتوقع أن يساهم التشارك المعرفي الاخضر في تعزيز العلاقة بين رأس المال البشري الأخضر والقابليات الخضراء لتفسير السلوك الأخضر للموظف.	نتائج الدراسة
Biwott,2022	الدراسة 4
Emotional Intelligence As A Driving Engine For Green Knowledge-Sharing Behaviour Among Academic Staff In Kenyan Universities الذكاء العاطفي كمحرك قيادي لسلوك التشارك المعرفي الاخضر بين أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الكينية	عنوان الدراسة
التعرف على دور الذكاء العاطفي كمحرك قيادي لسلوك التشارك المعرفي الاخضر بين أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الكينية	هدف الدراسة

دراسة تطبيقية	نوع الدراسة
أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الكينية والبالغ عددهم (376) تدريسي.	عينة الدراسة
ان الذكاء العاطفي يساهم في تحسين سلوكيات التشارك المعرفي الاخضر لاعضاء هيئة التدريس في الجامعات الكينية	نتائج الدراسة

ثالثاً: - دراسات سابقة تتعلق بالقابليات التنافسية

الجدول (3) دراسات سابقة تتعلق بالقابليات التنافسية

الدراسات العربية	
الدراسة 1	سليم، 2022
عنوان الدراسة	تأثير الرقابة الاستراتيجية على القابلية التنافسية
هدف الدراسة	تحديد تأثير الرقابة الاستراتيجية على القابليات التنافسية لمنظمات القطاع الخاص الصناعي بمدينة العاشر من رمضان
نوع الدراسة	دراسة ميدانية
عينة الدراسة	تمثلت عينة الدراسة في (250) مدير في منظمات القطاع الخاص الصناعي بمدينة العاشر من رمضان
نتائج الدراسة	وجود تأثير إيجابي معنوي للرقابة الاستراتيجية على القابليات التنافسية حيث تشير النتائج إلى أن الرقابة الاستراتيجية تفسر حوالي (76.1%) من التباين في القابليات التنافسية للمنظمات محل الدراسة.
الدراسة 2	النحاس، 2022
عنوان الدراسة	أثر تطوير المنتجات الصناعية على القابلية التنافسية للصناعات التكميلية بالعاشر من رمضان
هدف الدراسة	قياس أثر تطوير المنتجات الصناعية على القابلية التنافسية للصناعات التكميلية بالعاشر من رمضان
نوع الدراسة	دراسة ميدانية
عينة الدراسة	تكونت العينة من (195) من العاملين بهذه المصانع.
نتائج الدراسة	أن الاتجاه العام موافقة نحو جميع المتغيرات المتمثلة في (العمليات

التشغيلية، جودة المنتج، التكلفة)، حيث أن المنظمات تضع في اعتبارها الحفاظ على العمليات التشغيلية من خلال تنفيذ إستراتيجيات وسياسات واضحة وموثقة لتحسين العمليات التشغيلية، كما تحرص على تطوير المنتجات لتفوق توقعات العملاء، وتغيير مواصفات المنتجات وتحديثها بما يتواءم مع متطلبات العملاء وأذواقهم، وتعمل باستمرار على فعالية وأمان منتجاتها بما يتفق مع المواصفات المطلوبة، بالإضافة إلى التنافس على تخفيض تكاليف المنتجات والوصول لاقل معدلات الهدر.	
آدم وحسن، 2022	الدراسة 3
اثر التسعير في المزيج التسويقي على زيادة القابليات التنافسية للمنشآت الصناعية في السودان	عنوان الدراسة
الكشف عن اثر التسعير في المزيج التسويقي على زيادة القابليات التنافسية للمنشآت الصناعية في السودان	هدف الدراسة
دراسة حالة	نوع الدراسة
شملت عينة الدراسة العاملين في مصانع الزيوت في السودان وعددهم (135) عامل.	عينة الدراسة
توجد علاقة ضعيفة بين مستوى ملائمة الأسعار وزيادة القابليات التنافسية.	نتائج الدراسة
صيام، 2023	الدراسة 4
أثر الرقابة التنظيمية على القابليات التنافسية للمنظمة	عنوان الدراسة
التعرف على أثر الرقابة التنظيمية في القابليات التنافسية للمنظمة	هدف الدراسة
دراسة تطبيقية	نوع الدراسة
تمثلت عينة الدراسة في (305) مدير لدى مصانع المنطقة الصناعية بدمياط الجديدة	عينة الدراسة
أن الأبعاد الثلاث للرقابة التنظيمية (رقابة الاستشعار، رقابة اتخاذ القرار، رقابة التطبيق) أثرت بشكل إيجابي على القابلية التنافسية	نتائج الدراسة

للمنظمة	
الدراسات الاجنبية	
Al-jawazneh& Al-Awawdeh,2016	الدراسة 5
The Mediating Role of Corporate Characteristics on the Relationship between the Strategic Learning and the Competitive Capabilities of the Telecommunications Companies in Jordan الدور الوسيط لخصائص المنظمات في العلاقة بين التعلم الاستراتيجي والقابليات التنافسية لمنظمات الاتصالات في الأردن	عنوان الدراسة
التعرف على الدور الوسيط لخصائص المنظمات في العلاقة بين التعلم الاستراتيجي والقابليات التنافسية لمنظمات الاتصالات في الأردن	هدف الدراسة
دراسة استكشافية	نوع الدراسة
الزبائن المتعاملين مع منظمات الاتصالات الكبرى في الاردن وبواقع (278) زبون.	عينة الدراسة
ان للتعلم الاستراتيجية تأثير ايجابي في القابليات التنافسية من خلال الدور الوسيط لخصائص المنظمات.	نتائج الدراسة
Ahmed et al.,2019	الدراسة 6
Developing model to analyze factors affecting firms' agility and competitive capability: A case of a volatile market تطوير نموذج لتحليل العوامل التي تؤثر على مرونة المنظمات وقابلياتها التنافسية: حالة من السوق المتقلبة	عنوان الدراسة
تطوير نموذج لتحليل العوامل التي تؤثر على مرونة المنظمات وقابلياتها التنافسية	هدف الدراسة
دراسة حالة	نوع الدراسة
شملت عينة الدراسة (217) عامل في الصناعات الخدمية في باكستان.	عينة الدراسة
ان العلاقة بين مرونة المنظمات وقابلياتها التنافسية ساهم في تطوير	نتائج الدراسة

رؤى مهمة في سياق القابليات الديناميكية التي تعمل بصدد المنظمات.	
الدراسة 7	Akkaya& Mert,2022
عنوان الدراسة	Organizational Agility, Competitive Capabilities, and the Performance of Health Care Organizations During the Covid-19 Pandemic خفة الحركة التنظيمية والقابليات التنافسية وأداء منظمات الرعاية الصحية أثناء جائحة كوفيد -19
هدف الدراسة	دراسة العلاقة بين خفة الحركة التنظيمية والقابليات التنافسية وأداء منظمات الرعاية الصحية أثناء جائحة كوفيد -19
نوع الدراسة	دراسة تطبيقية
عينة الدراسة	شملت عينة الدراسة (220) مدير للمنظمات الصحية في تركيا
نتائج الدراسة	وجود علاقة ايجابية بين خفة الحركة التنظيمية والقابليات التنافسية وأداء منظمات الرعاية الصحية أثناء جائحة كوفيد -19.
الدراسة 8	Al-Zaidi et al.,2022
عنوان الدراسة	Internet of Things in Enhancing Competitive Capabilities: An Exploratory Study إنترنت الأشياء في تعزيز القابليات التنافسية: دراسة استكشافية
هدف الدراسة	التعرف على دور إنترنت الأشياء في تعزيز القابليات التنافسية
نوع الدراسة	دراسة استكشافية
عينة الدراسة	تمثلت عينة الدراسة في (31) شركة نقل بري سلمي عاملة في معرب ابراهيم الخليل الدولي في العراق.
نتائج الدراسة	ن لإنترنت الأشياء دور كبير في تحقيق القابليات التنافسية لمنظمات النقل والتي أثبتتها نتيجة الاتفاق الإجمالي الذي يصل إلى 71%.

❖ مجالات الافادة من الدراسات السابقة

يمكن ابراز مجمل نقاط الافادة في النقاط التالية:-

(1) الاسهام اغناء الجانب النظري لمتغيرات الدراسة التي تتعلق البيانات الضخمة والقابليات

التنافسية والتشارك المعرفي الاخضر.

- (2) الاسهام بمساعدة الباحث في تحديد المؤشرات المناسبة لإغناء الجانب التطبيقي للدراسة.
- (3) تحديد المقاييس المناسبة لقياس متغيرات الدراسة
- (4) الاستفادة من المصادر والمجلات المتوفرة داخل البحوث التي تم استخدامها.
- (5) ساعدت الدراسات السابقة الباحث في اعداد المخطط الفرضي للدراسة وتحديد اهداف وفرضيات العلاقة بين متغيرات الدراسة
- (6) التعرف على المشكلات والمعوقات والقضايا التي اثارها الدراسات السابقة، وتحديد اهم النتائج من اجل معالجة القضايا والمشكلات التي تخص البيانات الضخمة والقابليات التنافسية والتشارك المعرفي الاخضر.

❖ يمكن ايجاز اهم ما تتميز به الدراسة الحالية في الاتي:-

- (1) تمثل حلقة ربط بين البيانات الضخمة والقابليات التنافسية والتشارك المعرفي الاخضر
- (2) اختلاف المقاييس المستخدمة مقارنة بالدراسات السابقة
- (3) توسعت الدراسة الحالية في قياس علاقة الانحدار البسيط والمتعدد.
- (4) قدمت الدراسة مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات المهمة، التي سوف تسهم في دعم العينة المبحوثة.
- (5) هدفت الدراسة الحالية الى دراسة العلاقة بين البيانات الضخمة والقابليات التنافسية والتشارك المعرفي الاخضر.

المبحث الثاني

المنهجية العلمية للدراسة

توطئة

تهتم هذا الدراسة في عرض مشكلة واهداف واهمية الدراسة، اذ يتطلب التمهيد لهذه الدراسة تبيان المشكلة التي تحاول الدراسة وضع مجموعة من الحلول لمعالجتها، وذلك من خلال الوقوف على نقاط الضعف والتهديدات التي تفق دون تطور محاور المنظمة المدروسة، ويمكن تبيان ذلك وفق الاتي:

اولا: مشكلة الدراسة

يشهد قطاع الخدمات منافسة شديدة بين المنظمات العالمية فيه والتي لم تعد قاصرة على المنظمات المحلية فحسب بل أصبحت تتجه أنظار المنظمات العالمية نحو العمل في العراق والدخول في منافسة مع المنظمات الوطنية التي تملكها الدولة، وفي ظل هذه المنافسة الشركة التي يشهدها قطاع الخدمات العراق، أصبح من الضروري لشركة الماستر كارد أن تعطى أولوية كبيرة للمفاهيم للقابليات التنافسية وتحسينها.

اذ ان نجاح المنظمات على اختلاف أنشطتها يكون من نتاج جهود العاملين نتيجة العمل الدؤوب الذي يقدمونه لانهم شركاء في تحقيق النجاح ودعم منظماتهم، وهذا يتطلب وجود عاملين قادرين على تولى إدارة المنظمات والقيام بأدوار محفزة على العمل بكفاءة وفاعلية، واصبحت البيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر هي الفلسفة التي تعبر عن الممارسات والأدوار التي يقوم بها المديرين والمؤوسين، بوصفها تعبر عن ما لدى هؤلاء المديرين من قابليات تنافسية تمكنهم من وضع رؤية واضحة المعالم لإدارة المنظمة، ويتم ذلك من خلال البيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر، ومن هذا المنطلق تبرز

مشكلة الدراسة والتي تنعكس في تساؤل جوهري "ما هو التأثير المشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في تحسين القابليات التنافسية للمنظمة؟".

وللاجابة على جوهر التساؤل الرئيسي يتطلب الامر الاجابة على التساؤلات الفرعية الآتية:

1. ما مستوى البيانات الضخمة (حجم البيانات، وسرعة البيانات، وتنوع البيانات، وقيمة

البيانات، ومصداقية البيانات) لدى العينة المدروسة؟، وما مستوى الممارسات المستدامة للتشارك

المعرفي الاخضر (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، التنمية المستدامة)؟

2. ما مستوى القابليات التنافسية داخل العينة المدروسة في مجال (القابليات الابداعية،

والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية)؟

3. كيف تساهم البيانات الضخمة و الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في

تحسين القابليات التنافسية؟

4. هل هناك تباين واختلاف بين العينة المدروسة من حيث مستوى البيانات الضخمة (حجم

البيانات، وسرعة البيانات، وتنوع البيانات، وقيمة البيانات، ومصداقية البيانات)، والممارسات

المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، التنمية

المستدامة)؟

ثانيا: اهداف الدراسة

الى جانب الاسهام الذي تقدمه الدراسة الحالية نحو بيان الطريقة التي يمكن من خلالها استخدام

البيانات الضخمة (حجم البيانات، وسرعة البيانات، وتنوع البيانات، وقيمة البيانات، ومصداقية

البيانات)، والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر (القضاء على التلوث، وحماية البيئة

المعرفية، التنمية المستدامة) من اجل تحسين القابليات التنافسية (القابليات الابداعية، والقابليات

التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية)، فانها تسعى الى تحقيق جملة من الاهداف المهمة وهي:

1. التعرف على مستوى البيانات الضخمة (حجم البيانات، وسرعة البيانات، وتنوع البيانات، وقيمة البيانات، ومصادقية البيانات) لدى العينة المدروسة، فضلا عن تحديد مستوى الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، التنمية المستدامة).

2. الكشف عن مستوى القابليات التنافسية داخل العينة المدروسة في مجال (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

3. تحديد مدى مساهمة البيانات الضخمة و الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في تحسين القابليات التنافسية.

4. بيان مدى تباين واختلاف بين العينة المدروسة من حيث مستوى البيانات الضخمة (حجم البيانات، وسرعة البيانات، وتنوع البيانات، وقيمة البيانات، ومصادقية البيانات)، والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، التنمية المستدامة).

5. قياس قوة علاقة الارتباط والتأثير المشترك بين البيانات الضخمة، والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر، والقابليات التنافسية.

ثالثاً:- اهمية الدراسة (النظرية، والعلمية)

1. الاهمية النظرية

تكمن الاهمية النظرية الخاصة بالدراسة في تعريف العينة المدروسة بضرورة واهمية البيانات الضخمة، والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر، والقابليات التنافسية داخل العينة، الامر الذي يساهم في تعزيز وتحسين مكانة وسمعة هذه العينة من خلال تحسين قابلياتها

التنافسية فيما يتعلق في مجال (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

2. الاهمية العلمية

تتبع الاهمية العلمية الخاصة بالدراسة من خلال تسليط الضوء على اهمية البيانات الضخمة، والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر، والقابليات التنافسية بالنسبة للعينة، أي بعبارة اخرى تبرز الاهمية العلمية للدراسة في الاتي:

أ) توفر الدراسة تصور واضح ودقيق حول اهمية البيانات الضخمة، والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر بالنسبة للعينة الامر الذي يساهم في تحسين القابليات التنافسية لاطول فترة ممكنة.

ب) سد الفجوة المعرفية في الدراسات العربية والمحلية فيما يتعلق بالتأثير المشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في تحسين القابليات التنافسية للمنظمة، فلم تتناول دراسة عربية ومحلية حتى الآن (على حدود علم الباحث) العلاقة بينهما.

ت) توصيف الواقع الفعلي للدور الذي تلعبه بالتأثير المشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في تحسين القابليات التنافسية للمنظمة، وفهم طبيعة التأثير فيما بينهم على أداء المنظمة.

ث) أن الدراسة الحالية تساهم في وضع الأسس الصحيحة لفهم الأبعاد والانعكاسات العملية لممارسات عينة الدراسة على اعتبارهم رموز تشكل أساساً لوجود كوادر متخصصة معاصرة قادرة على استثمار البيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في تحسين القابليات التنافسية وعلى جميع المستويات داخل المنظمات.

رابعاً: - المخطط الفرضي للدراسة

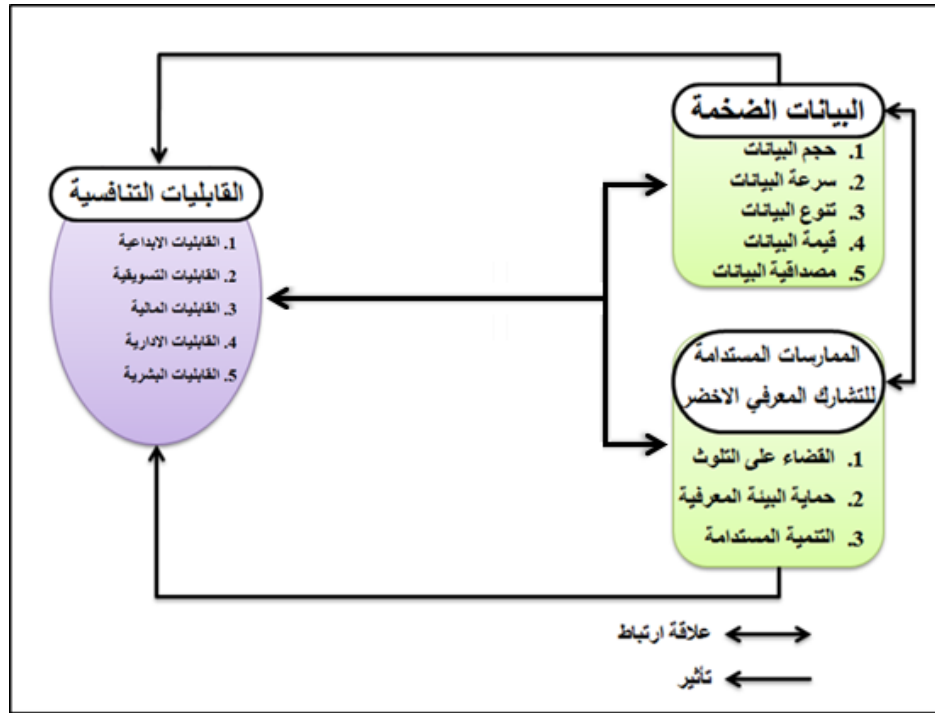
بعد التطرق الى مشكلة واهداف واهمية الدراسة وفي ضوء ما تم ايضاحه تجاه النتائج التي توصلت اليها الدراسات السابقة، تم اعداد المخطط الفرضي الخاص بالدراسة، انظر الشكل (1)، والذي يسهم في بيان طبيعة ونوع العلاقة بين المتغيرات الداخلة في الدراسة، كما يلي:

1. المتغيرات المستقلة:

أ. **البيانات الضخمة:** وقد قيس هذا المتغير من خلال خمسة ابعاد هي (حجم البيانات، وسرعة البيانات، وتنوع البيانات، وقيمة البيانات، ومصادقية البيانات) بالاعتماد على مقياس (Ghasemaghaei,2021).

ب. **الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر:** وقد قيس هذا المتغير من خلال خمسة ابعاد هي (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة) بالاعتماد على مقياس (Chang& Hung,2021).

2. **المتغير التابع:** وضم القابليات التنافسية، وقد قيس هذا المتغير من خلال اربعة ابعاد (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية) بالاعتماد على مقياس (Giménez et al.,2019)



الشكل (1) الانموذج الفرضي للدراسة

المصدر: اعداد الباحث

خامساً: فروض الدراسة

الفرضية الرئيسة الاولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين البيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر، ولهذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية الاتية:

الفرضية الفرعية الاولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين حجم البيانات والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر بأبعادها (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة).

الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين سرعة البيانات والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر بأبعادها (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة).

الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين تنوع البيانات والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر بأبعادها (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة).

الفرضية الفرعية الرابعة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين قيمة البيانات والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر بأبعادها (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة).

الفرضية الفرعية الخامسة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين مصداقية البيانات والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر بأبعادها (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة).

الفرضية الرئيسية الثانية: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين البيانات الضخمة والقابليات التنافسية، ولهذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية الفرعية الاولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين حجم البيانات والقابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين سرعة البيانات والقابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين تنوع البيانات والقابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

الفرضية الفرعية الرابعة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين قيمة البيانات والقابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

الفرضية الفرعية الخامسة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين مصداقية البيانات والقابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

الفرضية الرئيسية الثالثة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر والقابليات التنافسية، ولهذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية الفرعية الاولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين القضاء على التلوث والقابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين حماية البيئة المعرفية والقابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين التنمية المستدامة والقابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

الفرضية الرئيسية الرابعة: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للبيانات الضخمة في القابليات التنافسية، ولهذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية لحجم البيانات في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية لسرعة البيانات في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية لقيمة البيانات في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية لتنوع البيانات في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

الفرضية الفرعية الخامسة: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية لمصادقية البيانات في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

الفرضية الرئيسية الخامسة: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في القابليات التنافسية، ولهذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية الاتية:

الفرضية الفرعية الاولى: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية للقضاء على التلوث في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية لحماية البيئة المعرفية في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية للتنمية المستدامة في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

الفرضية الرئيسية السادسة: يوجد تأثير مشترك ذو دلالة معنوية للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في القابليات التنافسية.

سادساً: - التعاريف الاجرائية

يمكن صياغة التعاريف الاجرائية للدراسة في الجدول (4)

الجدول (4) التعاريف الاجرائية لمتغيرات وابعاد الدراسة

ت	المتغير	التعريف
1	البيانات الضخمة	توليفة كبيرة من البيانات المهيكلة وغير المهيكلة وشبه المهيكلة التي يمكن تحويلها الى معرفة يمكن استثمارها في تحسين اداء المنظمة من خلال النقاط ومشاركة وتخزين وتطبيق المعرفة

حجم البيانات	كمية البيانات التي تديرها المنظمة واستثمارها بشكل يخدم متطلبات ورغبات الزبائن لديها
سرعة البيانات	مدى قابلية المنظمة على تحليل وتفسير اكبر كمية من البيانات وادارتها بشكل يولد اليات وافكار جديدة لاتخاذ القرارات بسرعة
تنوع البيانات	مختلف انواع البيانات المهيكله ونصف مهيكله وغير المهيكله التي تديرها المنظمة من اجل الخروج ببيانات خام تحسن من قابلية المنظمة على التنبؤ واليات الزبائن وادواقهم والتعامل معها
قيمة البيانات	جوهر البيانات التي يمكن ان تعود بالفائدة على المنظمة وتحسين من قدرتها على التنبؤ وتشخيص الفوائد التي تحقق اهداف المنظمة في خدمة الزبون
مصادقية البيانات	مدى دقة وقابلية المنظمة في الحصول على البيانات من مصدرها الاولي واستثمارها لتطوير تقنياتها وعملياتها الداخلية.
2	الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر
القضاء على التلوث	توليفة لنقل وتبادل المعرفة الخضراء بين العاملين في المنظمة بهدف تحسين امكانيات المنظمة في استثمار الموارد واكتشاف اليات جديدة لتطوير منتجاتها مجموع الاليات والممارسات التي تستخدمها المنظمة من

اجل زيادة وتحسين المنظمة لمستوى الوعي البيئي لد العاملين من اجل بناء سلوكيات الاداء لديهم.		
ثقافة الشركة ونظام الحوافز والعلاقات الشخصية، التي سوف تعمل ضمن بيئة التشارك الجيدة على تعزيز نجاح أنشطة التشارك إلى حد معين.	حماية البيئة المعرفية	
مجموع الممارسات التي تحقق التوازن بين الاهداف البيئية والاقتصادية والاجتماعية	التنمية المستدامة	
توليفة من القابليات والأسبقيات الهادفة الى تحسين قابلية المنظمة على صياغة استراتيجياتها باستخدام التكلفة والجودة والمرونة والوقت من أجل تحسين عملياتها الداخلية وتحقيق الاداء والنجاح التنظيمي	القابليات التنافسية	3
القابلية على استشعار التغيرات في الهياكل الاجتماعية والثقافية في العمليات الابداعية	القابليات الابداعية	
القابليات التنظيمية التي تدعم استشعار السوق وربط الزبائن	القابليات التسويقية	
قابلية العامل على اتخاذ قرارات مالية سليمة تجاه الرفاهية المالية لتحقيق الميزة التنافسية	القابليات المالية	
مدى قابلية المنظمة على بناء وخلق ميزة تنافسية من خلال	القابليات الادارية	

استثمار الموارد والقابليات والمعرفة ودمجها وتنسيقها من خلال عمليات مختلفة لتحقيق الاهداف الاستراتيجية.		
محصلة المعرفة والمهارات والخبرات والقدرات التي يستثمرها العاملين من اجل تحسين كفاءة اداء المنظمة	القابليات البشرية	

سابعاً: - نطاق الدراسة

1- الحدود البشرية: تمثلت الحدود البشرية في عينة من العاملين بشركات الماستر كارد في محافظات الفرات الاوسط.

2- الحدود المكانية: تمثلت الحدود المكانية في شركات الماستر كارد في محافظات الفرات الاوسط (الديوانية، والمنتى، والنجف الاشرف، وبابل، وكربلاء المقدسة).

3- الحدود الزمانية: امتدت الدراسة من بداية شهر 2022/11 وحتى اواخر شهر 2023/3

ثامناً: - منهج الدراسة

يتبع الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من اجل استعراض النتائج التي تم التوصل اليها، وبالتالي يتضمن هذا المنهج دراسة وجهات النظر المختلفة حول موضوعات الدراسة.

تاسعاً: - طرائق جمع البيانات

• أدوات الجانب النظري: -

من اجل اغناء الجانب النظري للدراسة تم الاعتماد على الكتب، والمجلات العربية والاجنبية، والدوريات، فضلا الشبكة العالمية للمعلومات (الأنترنت).

• أدوات الجانب الميداني: -

تتمحور هذه الفقرة حول الأدوات التي تم تبويبها في الجانب الميداني من أجل جمع البيانات الخاصة في العينة المدروسة، واحد هذه الأدوات هي الاستبانة إذ تمثل أداة قياس الاستبانة من أجل الكشف عن آراء العينة المدروسة وجمع البيانات والمعلومات الضرورية، انظر الملحق (1)، وتضمن الاستبانة ثلاث محاور يمكن بيانها في الجدول (5).

الجدول (5) متغيرات الدراسة ومقاييسها

المتغيرات	الأبعاد	الفقرات	المصادر
البيانات الضخمة	حجم البيانات	4	Ghasemaghaei, 2021
	سرعة البيانات	4	
	قيمة البيانات	4	
	تنوع البيانات	3	
	مصادقية البيانات	3	
الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر	القضاء على التلوث	5	Chang & Hung, 2021
	حماية البيئة المعرفية	5	
	التنمية المستدامة	5	
القابليات التنافسية	القابليات الابداعية	3	Giménez et al., 2019
	القابليات التسويقية	4	
	القابليات المالية	6	
	القابليات الادارية	3	
	القابليات البشرية	4	

عاشراً: - مجتمع وعينة الدراسة

1. وصف مجتمع الدراسة

شركة ماستركارد (منمقة باسم MasterCard من 1979 إلى 2016 ، Mastercard من 2016 إلى 2019)، هي شركة أمريكية خاصة بنظام الدفع عن طريق بطاقة الائتمان وثاني أكبر شركة لمعالجة المدفوعات في جميع أنحاء العالم. يقع مقرها في نيويورك، تم تداول ماستركارد علناً منذ عام 2006.

يتمثل نشاطها الرئيسي في جميع أنحاء العالم في معالجة المدفوعات بين بنوك التجار والمصارف المصدرة للبطاقات أو الاتحادات الائتمانية للمشتريين الذين يستخدمون بطاقات الخصم والائتمان والبطاقات المدفوعة مسبقاً التي تحمل علامة ماستركارد لإجراء عمليات الشراء. كما تمنح ماستركارد الدولية تراخيص للبنوك في كل أنحاء العالم لإصدار بطاقات لهم. يقع مقر عمليات الشركة العالمية في أوفالون، ميسوري، الولايات المتحدة، إحدى بلدية مقاطعة سانت تشارلز بولاية ميسوري. ماستركارد العالمية هي شركة مساهمة عامة منذ عام 2006. قبل طرحها العام الأولي، كانت ماستر كارد ورلدوايد عبارة عن تعاونية مملوكة لأكثر من 25000 منظمة مالية تصدر بطاقتها ذات العلامات التجارية.

تم إنشاء ماستر كارد، المعروفة أصلاً باسم "Interbank" من عام 1966 إلى عام 1969 و "Master Charge" من عام 1969 إلى 1979، بواسطة تحالف من عدة جمعيات بطاقات مصرفية إقليمية لمنافسة شركة فيزا المحدودة وبطقتها فيزا الصادرة عن بنك أمريكا، والذي أصبحت فيما بعد بطاقة ائتمان فيزا.

2. وصف العينة المدروسة

تمثلت عينة الدراسة في العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الأوسط في محافظات الفرات الأوسط في (الديوانية ، النجف، المثنى، بابل، كربلاء) والبالغ عددهم

(2000) عامل فوفقا لمعادلة (Kergcie & Morgan, 1970:607) فان عدد العاملين المقترح توزع الاستبيانات عليهم (322.353) أي ما يعادل (322)، وعليه فقد تم توزيع (350) استمارة استبيان موزعة على خمسة محافظات وتم استرجاع (341) استمارة استبيان، وبعدد استمارات تالفة مساوية لـ (13)، مما يدل على ان عدد الاستمارات الصالحة للتحليل حصيلتها (328) وبما يعادل (93.71%) والجدول (6) يوضح خصائص عينة الدراسة.

الجدول (6) خصائص عينة الدراسة

ت	المتغيرات	عدد العاملين في شركة الماستر كارد		
		النسبة	التكرار	الفئة المستهدفة
1	النوع الاجتماعي	63%	206	ذكور
		37%	122	اناث
		100%	328	المجموع
2	الفئة العمرية	3%	11	30 سنة فأقل
		55%	179	31 - 40 سنة
		25%	83	41 - 50 سنة
		10%	34	51 - 60 سنة
		6%	21	61 سنة فأكثر
		100%	328	المجموع
3	التحصيل العلمي	19%	61	اعدادية فأقل
		70%	229	بكالوريوس
		8%	25	ماجستير
		4%	13	دكتوراه
		100%	328	المجموع

عدد سنوات الخدمة في الشركة	5 سنوات فأقل	48	15%
	6-10 سنوات	54	16%
	11-15 سنوات	146	45%
	16-20 سنوات	73	22%
	21 سنة فأكثر	7	2%
	المجموع	328	100%
عدد الدورات المشاركون بها	داخل البلد	59	18%
	خارج البلد	269	82%
	المجموع	328	100%

أ. النوع الاجتماعي: يستعرض الجدول (6) ان الفئة المستهدفة الاكثر من مجموع العاملين عينة الدراسة هم من فئة الذكور بتكرار قدره (206) وبشدة اجابة قدرها (63%)، من جانب اخر تمثلت شدة اجابة الاناث (37%) بتكرار بلغ (12) ما يعني ان الشركة تحرص على استثمار طاقات الذكور في تحسين امكانياتها في ادارة بياناتها ومعالجتها قدر الامكان.

ب. الفئة العمرية: تبين نتائج الجدول ان اعلى فئة تمثل في فئة (31-41 سنة) بشدة اجابة (55%) وبحصيلة تكرارات مساوية (179)، ما يعني اهتمام الشركة بهذه الفئة لكون عملياتها الداخلي تتطلب جهود مضاعفة للحرص على ادارة بياناتها الضخمة وتلبية متطلبات الزبائن.

ت. التحصيل العلمي: يلاحظ من نتائج الجدول (6) ان الفئة المستهدفة للشهادة الاكثر للعاملين في منظمات الماستر كارد بلغ (229) وهم من حملة شهادة البكالوريوس بشدة اجابة مساوية لـ (70%)، وهذ يدل على اهتمام الشركة باستقطاب عاملين ذو وعي ودراية في عمليات الشركة ولديهم القابلية على تعلم واكتساب الخبرات والمهارات الضرورية في اداء اعمالها.

ث. عدد سنوات الخدمة في الشركة: يلحظ من نتائج الجدول ان الفئة المستهدفة لسنوات الخبرة الاكثر للعاملين في منظمات الماستر كارد بلغ (146) وهم من حملة شهادة البكالوريوس

بشدة اجابة مساوية لـ (45%)، ما يعني ان العاملين في الشركة لديهم قابلية على معالجة الازمات في حالة مواجهة الشركة لاي مشكلة.

ج. عدد الدورات المشارك بها العاملين: تبين نتائج الجدول ان الفئة المستهدفة لعدد الدورات المشارك بها العاملين لدى الشركة ان اغلبهم لديهم مشاركات خارج البلد وبواقع معدل تكراري (269) ما يعني اهتمام الشركة بتطوير قابليات العاملين لديها من خلال حرصها على مشاركتهم في الدورات التدريبية الهادفة الى تحسين امكانياتهم في العمل.

احدى عشر: -أساليب تحليل البيانات

اعتمد الباحث على تدرج ليكرت الخماسي من اجل توزيع نقاط القوى على اداة الاستبانة، فضلا عن استخدام الحزمة الاحصائية الخاصة في برنامج (SPSS.V.27)، و (AMOS.V.26) من اجل استخراج النتائج المرجوه، وعليه فان هذه الاساليب تمثلت في:

- 1) تحليل التوزيع الطبيعي للبيانات: اذ تم اعتماد اختبار (كلمونجروف - سمنروف) في اختبار طبيعة البيانات الداخلة في التحليل.
- 2) التحليل العاملي التوكيد: الغرض منه بيان مقدار تفسير الفقرة من البُعد.
- 3) كرونباخ الفا: لقياس ثبات اداة القياس.
- 4) الوسط الحسابي: قياس مقدار تمحور الفقرات حول وسطها الحسابي.
- 5) الانحراف المعياري: قياس مقدار انحراف البيانات عن وسطها الحسابي.
- 6) الاهمية النسبية: لقياس مقدار توافر فقرات وابعاد ومتغيرات الدراسة لدى العينة المدروسة.
- 7) معامل الارتباط بيرسون: - لقياس طبيعة ونوع علاقة الارتباط بين متغيرات الدراسة.
- 8) معادلة الانحدار الخطي البسيط المتعدد: - لقياس مستوى ونوع طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة وفقا للحزمة الاحصائية (AMOS.V.26).

الفصل الثاني

الاطار النظري للدراسة

المبحث الاول: البيانات الضخمة

المبحث الثاني: الممارسات المستدامة للمشاركة المعرفية في الاختصاص

المبحث الثالث: القابليات الشافسية

المبحث الرابع: العلاقة الترابطية بين متغيرات الدراسة

المبحث الاول

البيانات الضخمة

توطئة

حظيت البيانات الضخمة في الاواني الاخيرة باهتمام العديد من المنظمات من اجل تطوير القابلية على تحليل البيانات من اجل تحسين ادائها وربما تمارس قدرات تحليل البيانات الضخمة من دور فاعل في توفير معلومات اكثر دقة موائمة مما يجعل منظمات الاعمال اكثر قابلية على اكتشاف العديد من الفرص الجديدة، وبما تمثله من مصدرا قيما للمعلومات لتحسين العمليات والانشطة التسويقية التي من دورها تطوير وابتكار منتجات وخدمات جديدة.

اولا: مفهوم البيانات الضخمة

لم يكن أساس البيانات الضخمة (Big Data) في عام 2008 مع افتتاحية Chris Anderson ولم يكن أيضاً من اختراع جوجل عام 1998 ولا من تأسيس apple عام 1976، بل أن ظهور البيانات الضخمة بدء من الخمسينيات بالقرن الماضي عند ظهور ما يسمى بالثورة الكمية، بحيث كانت أول محاولات لربط مجموعات كبيرة نسبياً من البيانات عن طريق القوة الحاسوبية للحاسوب (Barnes, 2013:297 ; الشرايعة، 2021: 20).

بدأت أحجام البيانات في تزايد مستمر، ويعد تحليل هذه الكمية الكبيرة من البيانات أمراً قد يفوق استيعاب العاملين، مما استدعى الثورة التكنولوجية لإنتاج مجموعة من الأدوات التكنولوجية التي تقلل من الجهد، والوقت في تحليل البيانات، وأصبحنا نعيش اليوم في زمن البيانات الضخمة، التي أصبحت تحتل أهمية بالغة في الكثير من المجالات، وأوضحت محاولات الافادة من تحليلاتها، وادارتها عاملاً مهماً في المنظمات ومراكز البحث الخاصة بها (خليل، 2020: 15)،

ولعل من أهم الأسباب التي أدت إلى ظهور وانتشار مصطلح البيانات الضخمة تعود إلى (Vasarhelyi & Krahel, 2012:3):

1. وجود بعض المجالات العلمية التي تتطلب بيانات ضخمة لتحليلها مثل علم الطقس وعلم الجينات و علم الجينوم والمحاكاة الفيزيائية المعقدة والبحوث البيولوجية والبيئية.
 2. ظهور الشبكات الاجتماعية التي ترسل كم ضخمة من البيانات على مدار الساعة ومختلف الهيئات.
 3. انخفاض تكاليف تخزين هذه البيانات.
 4. القوانين التي تحتم ضرورة بقاء هذه البيانات في قواعد البيانات.
 5. ظهور تكنولوجيا إنترنت الأشياء الذي يتيح لجميع الأجهزة التواصل مع بعضها والتربط بتكنولوجيا الانترنت وإنتاج بيانات جديدة.
- كما وتعد البيانات الضخمة (Big Data) أرصدة من البيانات تمتاز بالحجم الكبير، والسرعة والتنوع، ولا تعني قياس مجموعات البيانات فقط، ولكن أيضاً عمليات إدارة البيانات الكبيرة، فهي تتطلب طرائق جديدة للتعامل مع عمليات جمعها وتخزينها، والإشراف عليها، والتقاطها الأمر الذي يتطلب أشكالاً، وأنواعاً مبتكرة لمعالجة هذه البيانات، والقابلية على التكيف والتعامل معها، لأن استيعاب إدارة البيانات الضخمة تفوق استيعاب المستخدمين، واستيعاب البرمجيات وبرامج الحاسوب في تحليلها، وتحويلها إلى معلومات، لكي يتمكن مستخدموها من تحسين الرؤية، واتخاذ القرارات المناسبة (Le-Hong & Laney, 2013:46).

يشير مصطلح البيانات الضخمة Big Data إلى الحجم الكبير من البيانات الذي يولد من مصادر مختلفة مثل التسوق والاستهلاك الإلكتروني والاستخدام اليومي للاتصالات والخدمات المباشرة عبر الانترنت والأجهزة الإلكترونية وبطاقات الائتمان والخصم المصرفي، فضلاً عن

البيانات التي تنتشرها الجهات الحكومية نتيجة واجباتها القانونية أو كجزء من مشاريع البيانات المفتوحة (اليحياتية، 2018: 11)، فالبيانات الضخمة تُعد مفهوماً يقود منظمات الأعمال نحو الكثير من التحديات. يمكن للمفهوم أن يأخذ تفسيرات مختلفة، وعلى الرغم من أنها حظيت باهتمام واسع في السنوات الأخيرة، إلا أنه لا يوجد تعريف محدد عنها (مصطفى، 2023: 1221)، والجدول (7) يوضح حصيلة ما تسير الحصول عليه للمجموعة من آراء الباحثين تجاه مفهوم البيانات الضخمة.

الجدول (7) مفهوم البيانات الضخمة بحسب آراء الباحثين

ت	الباحث	المفهوم
1	Katal et al., 2013:404	كمية كبيرة من البيانات التي تتطلب تكنولوجيا وبيانات جديدة بحيث يصبح من الممكن استخلاص القيمة منها من خلال عملية الالتقاط والتحليل.
2	Bifet & Morales, 2014:1199	مجموعات بيانات يتجاوز حجمها قابلية أدوات البرمجيات النموذجية على الالتقاط والتخزين والإدارة والتحليل، نتيجة لتعقيد الوقت والذاكرة.
3	Pence, 2014:159	كمية المعلومات الضمنية والمتنوعة والمعقدة والسريعة التي يجب تحليلها وتسليمها في الوقت المحدد.
4	Pence & Williams, 2016:504	مجموعة من المرتكزات ذات الحجم والتنوع والسرعة والصدق والقيمة الخاصة بالبيانات التي تتم معالجتها

5	ISO,2017:xx	مجموعة من البيانات التي لها خصائص متفردة مثل الحجم ، السرعة ، التنوع ، الصدق ، القيمة ، التي لا يمكن معالجتها بكفاءة استخدام التكنولوجيا التقليدية لتحقيق الاستفادة منها وتقسّم البيانات الضخمة إلى البيانات المهيكلة أو المنظمة و البيانات غير المهيكلة أو غير المنظمة ، البيانات شبه المهيكلة أو شبه المنظمة
6	De Mauro et al.,2018:756	أصول معلومات تتميز بهذا الحجم الكبير والسرعة والتنوع لتتطلب تكنولوجيا وأساليب تحليلية محددة لتحويلها إلى قيمة
7	Yeoman,2019:1	مجموعات بيانات كبيرة للغاية يمكن تحليلها حسابياً للكشف عن الأنماط والاتجاهات والارتباطات ، خاصة فيما يتعلق بسلوكيات العاملين
8	Manita,et al.2020:11	كمية البيانات التي تصل إلى أو تتخطى الحدود التي تستطيع نظم المعلومات تخزينها أو معالجتها، أو هي مجموعة البيانات التي حجمها يفوق قابلية قاعدة البيانات النموذجية وتتطلب أدوات وبرمجيات للإنقاط وتخزين وإدارة وتحليل لتلك البيانات
9	Ghasemaghaei,2021:2	البيانات التي تتميز بسرعة عالية وكميات كبيرة وتنوع

كبير، مما يتطلب تكنولوجيا متقدمة لجمع البيانات وتخزينها وتوزيعها وتحليلها.		
كمية هائلة من البيانات المعقدة التي تتميز بمستويات عالية في التنوع والضخامة والسرعة و قد تكون في شكل ملاحظات او أرقاما عادية، أو حروفا، أو كلمات، أو إشارات متناظرة، أو صور، أو نسب مئوية، أو أشكال هندسية، أو رموز.	حماد، 2021: 386	10
كم هائل من البيانات المالية وغير المالية ، المنظمة وغير المنظمه ، تنمو بشكل سريع ذات أنماط معقدة ، والتي تحتاج إلى أنظمه تكنولوجيا حديثة لتحليلها والوصول منها إلى معلومات عن الأداء المالي والإستدامة والحوكمة وذلك لخدمة كافة المستخدمين ومتخذي القرارات	عثمان، 2022: 561	11
حجم كبير من البيانات عالية السرعة والمعقدة والمتغيرة	Dehbi et al.,2022:439	12
بيانات ذات مقياس يتجاوز نطاق أدوات إدارة قاعدة البيانات الحالية لجمع البيانات وتخزينها وإدارتها وتحليلها.	Kim,2022:1	13
مجموعات بيانات يمكن التقاطها وإدارتها ومعالجتها الا من خلال أجهزة الحاسوب العامة ضمن نطاق مقبول	Sharma& Patro,2022:3634 ; Eser,2022:110	14

البيانات التي تتجاوز قابلية المعالجة لأنظمة قواعد البيانات التقليدية.	Wessels & Jokonya, 2022:333	15
---	-----------------------------	----

وتأسيسا لما تقدم يرى الباحث ان البيانات الضخمة تمثل توليفة كبيرة من البيانات المهيكلة وغير المهيكلة وشبه المهيكلة التي يمكن تحويلها الى معرفة يمكن استثمارها في تحسين اداء المنظمة من خلال النقاط ومشاركة وتخزين وتطبيق المعرفة.

ثانيا: اهمية تحليل البيانات الضخمة

تظهر اهمية تحليل البيانات الضخمة من خلال مساعدتها في الاتي:

1. تحسين ادارة المخاطر واكتشاف فرص تخفيض التكاليف وتطوير الميزانيات واكتشاف الاحتيال، وما يمكن اكتسابه من تعزيز الكفاءة عن طريق التحليل الشامل للعمليات التنظيمية والتشغيلية المختلفة بالمنظمات.
2. تقديم الدعم لاتخاذ القرار الاكثر كفاءة في الوقت الحقيقي.
3. تدعيم اعداد تقارير الاعمال المتكاملة بصورة اكثر فاعلية وذلك من خلال استخدام كلا من المعلومات المالية وغير المالي للافصاح عن اداء المنظمة.
4. تفهم سلوك الزبون وتقديم خدمة افضل بناءً على المعلومات المتوفرة عنهم بعد عملية تحليل البيانات (Janssen et al., 2017:338 ; Iia, 2017:5).
5. تحسين جودة المعلومات ، وتوفير ميزة تنافسية عالية للمنظمات، ودعم التقارير المتكاملة بصورة أكثر فاعلية، وترشيد القرارات، وأيضا تساعد تلك التحليلات المنظمات في الوصول إلى نتائج بهدف إيجاد حلول واقعية لتطوير المنظمات (عثمان، 2022: 562).
6. اكتشاف فرص تخفيض التكاليف وتحسين إدارة المخاطر وتعزيز كفاءة الأعمال والعمليات، وذلك من خلال التحليل الشامل للعمليات التنظيمية والتشغيلية، مما يساهم في إعطاء

نظرة شاملة عن المنظمة، وتحقيق ميزة تنافسية مع تطوير استراتيجية منظمات الأعمال (Braganza et al.,2017:330).

7. تعتبر مخزن للقيمة عندما تتحول إلى معلومات بهدف تطوير الإقتصاد وتعزيز النمو وزيادة الإنتاجية وجودة المنتجات ومساعدة المسؤولين والمستثمرين على إتخاذ قرارات دقيقة .

8. توفير الكثير من الوقت والمال في حالة تطبيق المنظمات ممارسات إدارة البيانات التي تراعى متطلبات تحميل البيانات الضخمة ، كذلك يمكن للبيانات المستمدة من مصادر مختلفة داخل وخارج المنظمة أن تضيف قيمة كبيرة لوظائف متعددة ولأغراض متعددة شريطة توفر المزيد من الشفافية.

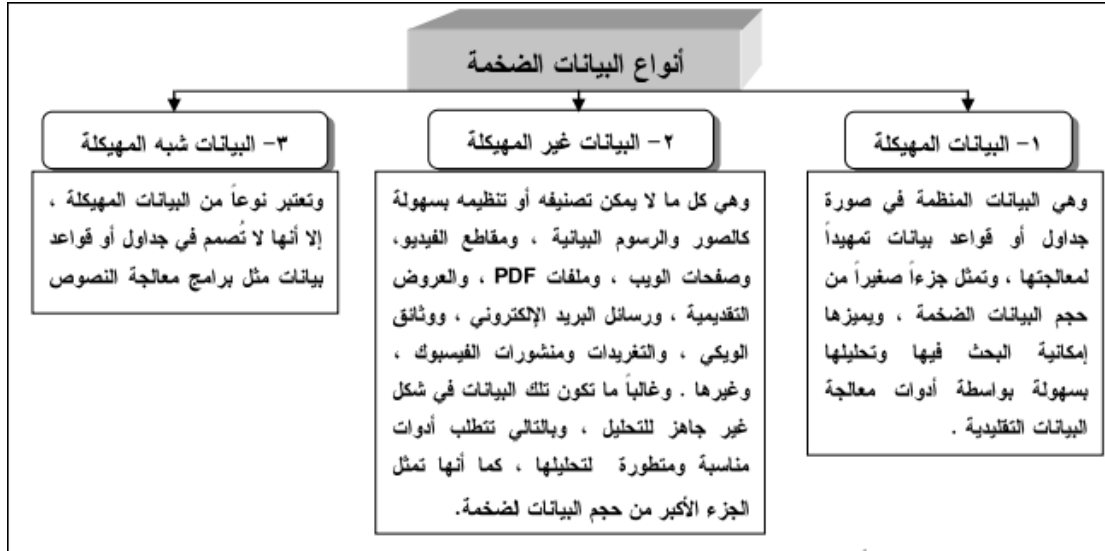
9. زيادة المحتوى المعرفي للمعلومات المالية خاصة عند تخصيص محفظة الأوراق المالية، ورفع كفاءة الأسواق المالية (Aldridge,2019:55 ; Coyne,2018:160).

وتأسيسا لما تقدم تبرز أهمية البيانات الضخمة قدرتها على تعزيز كفاءة المنظمة وتحسين قراراتها على الامد القصير والبعيد من خلال استخدام البيانات المهيكلة وغير المهيكلة وشبه المهيكلة في ايجاد حلول واقعية لتطوير المنظمة وترشيد القرارات من اجل القيام بالتحليل الشامل للعمليات التنظيمي والتشغيلية بنوعها.

ثالثا: انواع البيانات الضخمة

وتعتبر البيانات الضخمة هي التيار الرئيسي لتكنولوجيا معالجة البيانات الحديثة لدى المنظمات، كما أنها أصبحت إحدى مصادر الدخل للعديد من المنظمات، وتصنف البيانات الضخمة الى ثلاث انواع وكما موضحة في الشكل (2) وهي كالآتي (Ramona et al., 2019:39-40 ; Souza et al.,2020:672 ; Hassaneen,2020:23 ; Lee,2017:294

محمود،2018: 15):



الشكل (2) انواع البيانات الضخمة

Source: Ramona, A. (2019). "Big Data and Business Opportunities", Knowledge Horizons - Economics, Vol. 11, No. 2, p 38.

1. البيانات المهيكلة

وهي البيانات المنظمة في جداول أو قواعد بيانات حيث تتبع مخطط قاعدة بيانات محددة مسبقاً، وتكون على شكل حقول مثبتة ومنسقة في سجل أو ملف ضمن قواعد البيانات العلائقية التي يتم فيها استخدام الجداول لتنظيم المعلومات في صفوف وأعمدة، وتحتوي هذه الجداول على أنواع البيانات على سبيل المثال الأرقام والتواريخ والعناوين وذلك على نحو سلسلة من الأعمدة، والمخطط يحدد كيفية تخزين البيانات والتحكم في الوصول إليها وسهولة معالجتها، وهذا يكون استناداً إلى طريقة المخطط عند الكتابة.

2. البيانات غير المهيكلة

تمثل النسبة الأكبر من البيانات، وهي البيانات التي يتم الحصول عليها يوميا من كتابات نصية وصور وفيديو ورسائل، كما تعتبر المشاركات المكتوبة في مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات الإلكترونية ورسائل البريد الإلكتروني مصدرا غنيا بالمعلومات التي تنمو بوتيرة متسارعة وغير

مسبوقة، مما يعني أنه لا يمكن استخدام أدوات تحليل البيانات القديمة وإدارة قواعد البيانات التقليدية مع البيانات الحديثة التي تأتي من تحديثات الحالة على فيسبوك لأنها ليست منتظمة وفق الهيكل الذي يتعامل معها على سبيل المثال الجداول أو تغريدات على تويتر أو منصات التدوين ، مما يجعل من البحث والتحليل أكثر صعوبة بكثير من البيانات المهيكلة، إلا أنه لا بد من الإهتمام بهذه البيانات بالرغم من أنها غير منظمه.

3. البيانات شبه المهيكلة

تعد نوعا من البيانات المهيكلة إلا أنها لا تكون في صورة جداول أو قواعد بيانات، حيث تكون على شكل نص في صفحة ويب على سبيل المثال الملصقات التي تحتوي على معلومات حول عروض فنيه ومكانها وزمانها وسعر التذاكر الخاص بها بالإضافة على مكان بيع التذاكر وغيرها، مما ورد اعلاه يرى الباحث ان لهذه البيانات هيكل الا انه قابل للتغيير بشكل سريع وغير متوقع لهذا يطلق عليها البيانات شبه المهيكلة.

رابعاً: مصادر البيانات الضخمة

يمكن تحديد مصادر البيانات الضخمة على النحو الاتي (Green et al.,2018:541 ; النفيرة،2019: 510-508 ; محمود،2018: 15 ; يوسف،2018: 18-19 ; محمد،2020: 435):

1. المصادر الناشئة عن ادارة البرامج: سواء كان برنامجا حكوميا او غير حكومي كالسجلات الطبيعية الالكترونية وزيارات المنظمات وسجلات التأمين والسجلات المصرفية ومصارف التغذية.
2. المصادر التجارية او ذات الصلة بالمعاملات الناشئة بين كيانيين: وتتمثل في معاملات البطاقات الائتمانية والمعاملات التي تجرى عن طريق الانترنت بوسائل اجهزة محمولة.

3. مصادر شبكات أجهزة الاستشعار: وتتمثل في التصوير بالأقمار الصناعية وأجهزة استشعار الطرق وأجهزة استشعار المناخ وتلوث الهواء.
4. مصادر أجهزة التتبع: وتتمثل في تتبع البيانات الضخمة المستمدة من الهواتف المحمولة والنظام العالمي لتحديد المواقع.
5. مصادر البيانات السلوكية: وتتمثل في عدد مرات البحث على الإنترنت عن منتج أو خدمة ما أو أي نوع آخر من المعلومات وعدد مرات مشاهدة إحدى الصفحات على الإنترنت.
6. مصادر البيانات المتعلقة بالآراء: وتضم التعليقات على وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة.

خامساً: عوامل ومخاطر البيانات الضخمة

تُعد البيانات الضخمة من أهم التغييرات التكنولوجية الحديثة التي تتطور بسرعة كبيرة حيث أصبحت المنظمات تعتمد بشكل كبير على أداء أعمالها على البيانات، وبالتالي أصبح على المنظمات ضرورة زيادة قدرتها على جمع وتحليل هذا الكم الهائل من البيانات (Lee,2017:295)، ونتيجة لذلك فإن اعتماد المنظمات على تحليلات البيانات الضخمة في أداء أعمالها، وإضافة ميزة تنافسية لها يعرض هذه المنظمات لمجموعة من المخاطر التي يجب تـؤدي دورها بنظر الاعتبار (ISACA,2018:1-4)، وعليه تنشأ عدة عوامل ومخاطر من جراء استخدام البيانات الضخمة، سواء كانت عوامل داخلية أو خارجية (نخال، 2020: 9-10)، وهناك العديد من التحديات التي تواجه المنظمات عند تعاملها مع البيانات الضخمة، وتشمل هذه التحديات في الاتي (Deniz Appelbaum,2016:3):

1. حجم البيانات الضخمة المتزايد بشكل دائم .
2. النمو الهائل والمتسارع في كمية البيانات.

3. في البحث والإسترجاع العشوائي داخل تلك البيانات .
 4. عدم توافر الخبرات المتخصصة في تحليل البيانات الضخمة
 5. عدم توافر الأنظمة الآلية ذات الخبرة التي تتوافق مع إحتياجات المنظمات.
 6. تنوع وأمن البيانات.
- كما ان هناك عوامل اخرى حددتها (The Institute of Internal Auditors) وتتحدد هذه العوامل في الجدول (8):

الجدول (8) عوامل ومخاطر البيانات الضخمة

العوامل	المخاطر	الأنشطة الرقابية
حوكمة برامج التشغيل	عدم وجود الدعم او التمويل المناسب من الادارة وحوكمة برامج البيانات الضخمة مما ينتج عنه فشل في تحقيق الاهداف الاستراتيجية للمنشأة	• يجب ان يكون التمويل كافيا لدعم احتياجات العمل. • اهداف البرامج يجب ان تدعم الاهداف الاستراتيجية • يجب ان تضع الادارة مقاييس لتحديد مدى تحقيق الاهداف الاستراتيجية • يجب ان تنشأ الادارة وحدة حوكمة لادارة استراتيجية البيانات الضخمة • يجب ان يكون هناك اتفاق على مقاييس للاداء المتوقع • يجب ان تكون الادوار والمسؤوليات واضحة ومحددة • يجب توفير الموارد اللازمة للتعامل مع البيانات الضخمة • يجب ادارة التعامل مع الطرف الثالث بما يوفر ادارة البيانات الضخمة • حوكمة البيانات يجب ان تكون مكون اساسي من مكونات حوكمة المنشأة للتأكد من اهداف تحليل البيانات الضخمة تتفق مع اهداف المنشأة
التكنولوجيا المتاحة والاداء	قد تؤدي الحلول والترتيبات التكنولوجية غير الفاعلة الى آثار سلبية على الزبائن وعلى نظام المنشأة وكذلك الى تدهور الاداء	• يجب تصميم عمليات تكنولوجيا المعلومات بما يدعم وقعات تحليل البيانات الضخمة. • يجب ان تكون سياسات واجراءات دورة حياة البيانات موثقة ومتبعة • نظم البيانات الضخمة يجب ان تكون جزء من استراتيجية المنشأة • يجب بناء نظم البيانات الضخمة بما يتناسب مع درجة

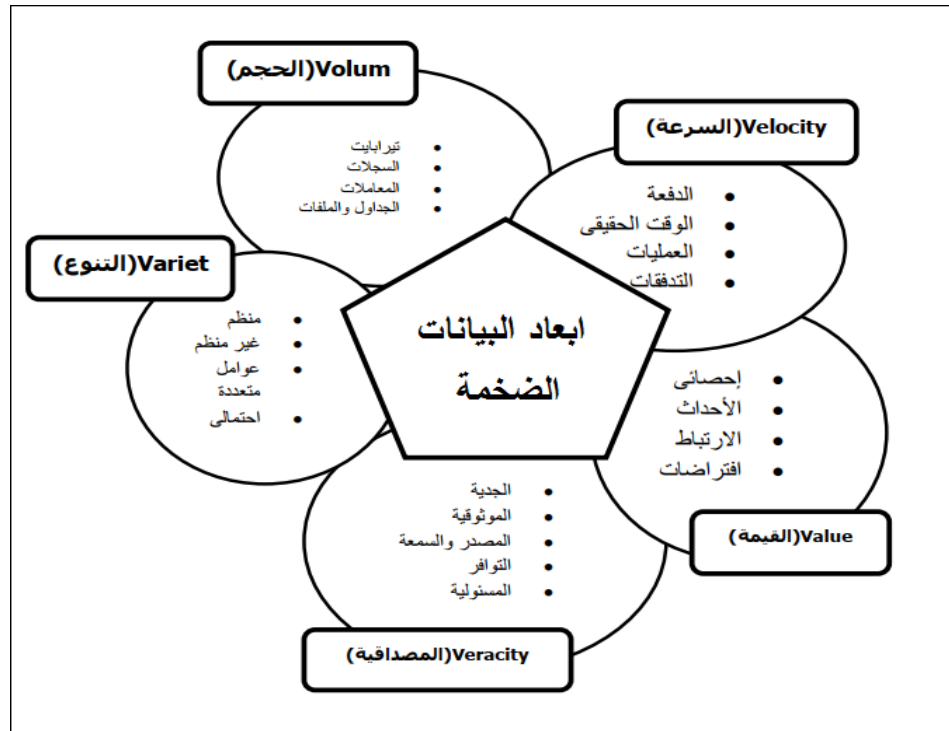
تعدد عمليات المنشأة • يجب ان توفر النظم والادوات الداعمة لها الاخطار • التلقائية لدعم الافراد • ادوات التقرير يجب ان تكون مرنة وسهلة الاستخدام وان يتم التدريب عليها • يجب ان تتيح نظم البيانات الضخمة المرونة والتدرج في الاداء دون التضحية بجودة الاداء • يجب اجراء الاختبارات الدورية على النظام ومعالجة نقاط الضعف • يجب ادارة دورة حياة نظم البيانات الضخمة بما يحقق اهداف المنشأة • يجب تقييم الضوابط العامة لتكنولوجيا المعلومات بشكل دوري	بشكل عام	
• ادارة امن وسرية البيانات والمعلومات يجب ان يكون جزء من استراتيجية البيانات الضخمة. • يجب ادارة الوصول للبيانات الضخمة من خلال الطرف الثالث بشكل صحيح.	تؤدي معايير الامن والسلامة غير الفاعلة لنظم المعلومات الى الوصول غير المصرح به للبيانات وسرقة البيانات وتعديلها بشكل غير مناسب	الامن والسرية
• يجب وضع سياسات واجراءات لضمان جودة البيانات. • يجب وضع سياسات واجراءات لضمان اتفاق البيانات التي يتم الحصول عليها من الطرف الثالث لمعايير جودة البيانات • يجب وضع سياسات واجراءات لضمان دقة التقارير • ينبغي ان يكون الترخيص بالوصول الى التقارير بناءً على احتياجات العمل • يجب ان تسمح ادوات واجراءات اعداد التقارير بالمرونة والتقارير لغرض خاص • يجب ان يتمشى اختيار موارد معدّي التقارير مع احتياجات العمل.	وجود مشاكل في جودة البيانات وعدم دقة التقارير يمكن ان يؤدي الى تقارير ادارية غير دقيقة وبالتالي قرارات غير دقيقة	جودة البيانات وادارتها والتقارير عنها

Source: The Institute of Internal Auditors (IIA).(2017) , " Global Technology Audit Guide (GTAG): Understanding and Auditing Big Data " p. 1-49 , Available at : <https://na.theiia.org/>

وتأسيسا لما تقدم فإن أهم العوامل والمخاطر التي تواجه المنظمة في استخدام البيانات الضخمة تكمن في الطريقة التي يتم بها تبويب هذه البيانات بشكل يساهم في تحسين قابلية المنظمة على استثمارها في عملياتها الداخلية من أجل تطوير أدائها.

سادسا: ابعاد البيانات الضخمة

ان السرعة والحجم والتنوع والقيمة ومصادقية البيانات هي الابعاد الرئيسة للبيانات الضخمة، الشكل (3)، والتي يمكن من خلالها قياس وتحديد طبيعة البيانات في المنظمة، وملائمة هذه الابعاد لمجال تطبيق الدراسة، وهذه الابعاد هي كالتالي (Al Ani ; Ghasemaghaei,2021 : et al.,2021):



الشكل (3) ابعاد البيانات الضخمة

Source: Demchenko, Y., Ngo, C., Laat, C. D., Membrey, P., & Gordijenko, D. (2013). Big security for big data: Addressing security challenges for the big data infrastructure. In Workshop on secure data management, p79.

1. حجم البيانات

هو عدد التيرابايت التي تطلق يوميا من البيانات الموجودة في المحتوى، التي يزداد حجمها مع ضخامة حجم الآلات، والأجهزة التي تعتمد في مبدئها على الإنترنت، والتوسع وزيادة الاعتماد على إنترنت الأشياء عام 2000 جرى تخزين 800.000 بيتابايت من البيانات عالمياً، وبحلول عام 2022 من المتوقع أن يصل حجم هذه البيانات إلى 35 زيتابايت من البيانات المخزنة عالمياً، ولا شك أن وسائل التواصل الاجتماعي تحتل المرتبة الأولى من حجم البيانات المخزنة، إضافة إلى أعداد الهواتف النقالة المتزايدة باستمرار (Coninck, 2017:5).

يشير حجم البيانات إلى الكثير من السجلات والمعلومات وأن حجم البيانات الموجود يتزايد باستمرار وبمعدل متسارع، بينما تشير السرعة إلى السرعة التي يتم بها إنشاء البيانات والتوقيت الفوري ، لذلك يجب تحليلها في التوقيت المناسب في الوقت الفعلي، كما يشير التنوع إلى أشكال مختلفة ومتنوعة من البيانات تشمل بيانات مهيكلة وغير مهيكلة (مصطفى، 2022: 1222).

2. سرعة البيانات

تشير سرعة البيانات إلى سرعة تدفق البيانات والتي تتطلب سرعة معالجة البيانات وتحليلها في الوقت اللحظي، حيث تتطلب بعض البيانات استجابة سريعة لتحليلاتها (عثمان، 2022: 561). ورأى (Ghasemaghaei & Calic, 2019:38) أن سرعة البيانات تمثل خاصية تشير إلى أن البيانات الجديد يتم توليدها وتدفعها بسرعة أكبر من البيانات المتولدة من الطرق التقليدية، كما أن خاصية السرعة تعتبر عنصراً هاماً ومحورياً في سرعة اتخاذ القرار بناء على هذه البيانات.

3. تنوع البيانات

يشير تنوع البيانات إلى تنوع أنواع البيانات ، والتي تشمل كلا من البيانات المهيكلة (مثل الأرقام) والبيانات غير المنظمة (مثل الصور ، ومراجعات الزبائن ، والصوت ، وبيانات

المستشعر (Ghasemaghahi, 2021:3). ويرى (Fekete, 2015:12) ان التنوع وهو مزيج من البيانات متعددة المصادر، فهناك: بيانات مهيكلة، ونصف مهيكلة، وغير مهيكلة، ونسبة كبيرة منها غير منظمة، وتصدر البيانات من الأجهزة الذكية، وأجهزة الاستشعار، ومواقع التواصل الاجتماعي، وكاشفات البحث، وغيرها، وتعد هذه البيانات بيانات خاما، أي ليست منظمة بالكامل، ولا تصدر بشكل منظم من صفحات الويب.

4. قيمة البيانات

تمثل قيمة البيانات جوهر البيانات الضخمة وهي السمة التي تصف الهدف الرئيسي لجمع حجم هائل من البيانات وتوضح القيمة ما إذا كانت البيانات مفيدة ام لا. ويمكن قياس قيمة البيانات الضخمة حسب مدى فائدة البيانات أو مدى فائدة المعلومات التي يمكن أن تستخلصها المنظمة من تلك البيانات من خلال معرفة مدى قابلية تلك البيانات على التنبؤ ومدى فائدة المعلومات التي يمكن أن تستخلصها من هذه البيانات (مصطفى، 2022: 1223).

5. مصداقية البيانات

وتشير تلك الخاصية إلى عدم الثقة الكامنة في البيانات وعدم اليقين من مصادرها، وكلاهما ينشأ بسبب عدم الدقة، والتأخير، وعدم الاتساق، والتضليل في البيانات ، هذا يشير إلى قابلية تكنولوجيا البيانات الضخمة على التخلص من التحيزات والشذوذ في البيانات كما تم تطوير أدوات وتكنولوجية إحصائية للتعامل مع عدم التأكد وعدم الثقة للبيانات مع مستويات ثقة محددة أو فترات محددة (Lee, 2017: 293 ; Nazir et al., 2020: 95714)

المبحث الثاني

الممارسات المستدامة للشارك المعرفي الأخضر

توطئة

تركز المنظمات في الوقت الحاضر وبشكل كبير على تشارك المعرفة التي تعد جزءاً أساسياً من إدارة المعرفة، إذ يشير تشارك المعرفة إلى تبادل المعلومات بين العاملين أو المجتمعات. أما بالنسبة لتشارك المعرفة في المنظمات فهي مرتبطة بتشارك العاملين بالأفكار والاقتراحات والتجارب والخبرات والمهارات، ومن ثم فإن تشارك المعرفة في أية منظمة ما هي ببساطة الطريقة التي تتيح بها المنظمة المعرفة للعاملين لديها، وذلك من خلال قيام العاملين بتبادل معرفتهم الضمنية والصريحة لخلق معرفة جديدة

أولاً: مفهوم التشارك المعرفي الأخضر

يمثل تشارك المعرفة سلوكاً بشرياً مهماً تحتاجه المنظمات للحصول على مركز تنافسي في الاقتصاد الجديد القائم على المعرفة حيث عندما ينضم العاملون إلى المنظمات ، فإنهم يجلبون معهم السلوكيات المكتسبة من الخبرات التي إما تعزز أو تمنع تشارك المعرفة الفاعلة. لهذا يحتاج قادة المعرفة إلى اتباع نهج شامل ومتكامل لتطوير الأداء البشري في المنظمات لتغيير منظماتهم للوصول للاداء المتميز لمواكبة العالم الجديد الذي يعتمد على المعرفة المكثفة (كاظم، 2021: 28).

وتحدث تشارك المعرفة على المستويين العملي والتنظيمي. فعلى المستوى العملي تحدث تشارك المعرفة من خلال تشارك العاملين لتلك المعرفة ومساعدة بعضهم بعضاً على إنجاز شيء ما بشكل أفضل، أو أسرع ، أو أكثر كفاءة أما على المستوى التنظيمي، فإن تشارك المعرفة . هي النقاط وتنظيم وإعادة استخدام ، ونقل المعرفة القائمة على الخبرة الموجودة داخل المنظمة وإتاحة

هذه المعرفة للآخرين في العمل. لذا يمكن القول ان تشارك المعرفة على المستوى التنظيمي هي ثقافة تفاعل اجتماعي ، تتضمن تبادل معرفة وخبرات ومهارات العامل من خلال الإدارة أو المنظمة بأكملها. كما و تتألف تشارك المعرفة من مجموعة من الاتفاقيات المشتركة المتعلقة بتزويد العاملين بالوصول إلى المعلومات ذات الصلة وبناء واستخدام شبكات المعرفة داخل المنظمات (Connelly&Kelloway,2003:298)، بمعنى اخر يعد مفهوم التشارك في المعرفة من أكثر المفاهيم الفلسفية والفكرية الرائدة التي استحوذت على الاهتمام الواسع من قبل الباحثين. والجدول (9) يوضح حصيلة ما تيسر الحصول عليه لمجموعة من آراء الباحثين تجاه مفهوم التشارك المعرفي.

الجدول (9) مفهوم التشارك المعرفي بحسب آراء الباحثين

ت	الباحث والسنة والصفحة	المفهوم
1	Liu & Liu ,2008: 425	هي عملية توفير جزء من المعرفة التي يمتلكها العاملين للآخرين من خلال التواصل المباشر أو غير المباشر عبر استخدام وسائل أو اليات عدة على سبيل المثال الارشفة.
2	Yi Man Li, R., &Wah Poon, S.2009:460	عملية تشارك المعرفة والعمل على خلق معرفة جديدة بين طرفين أو أكثر الأول صاحب المعرفة الذي يقوم بنشر المعرفة التي يمتلكها والآخر المتلقي للمعرفة مهمته استيعاب المعرفة المقدمة له.
3	Wang&Noe,2010:118	هي حركة المعرفة بين العاملين في المنظمات لمساعدة الآخرين والتعاون مع الآخرين لحل المشكلات أو تطوير أفكار جديدة أو تنفيذ السياسات أو الإجراءات

4	Gupta et al.,2012:10	رغبة العاملين في تنظيم المعرفة التي اكتسبها وتشاركها مع الآخرين او خلق معرفة جديدة.
5	الاغا وابو الخير،2012: 38	العملية التي يجري من خلالها تبادل وتشارك المعرفة الصريحة من خلال التشارك في الوثائق والبيانات، ويتم ذلك من خلال التفاعل بين العاملين عبر اللقاءات والبريد الإلكتروني وغير ذلك.
6	الزبيدي،2017: 112	مدى استعداد العامل للقيام بعمل طوعي متمثل في طرح او عرض ما يمتلكه من معرفة ضمنية او ظاهرية واستقبالها من قبل المرسل اليه اي انها تمثل عملية اتصال فاعل يتم الافادة منها على أكمل وجه للمساهمة في نشرها داخل المنظمة.
7	Li& Kang,2019:596	عملية للعاملين أو المنظمات لتبادل المعرفة بشكل متبادل وإنشاء معرفة جديدة
8	Castaneda& Cuellar,2020:160	الوسيلة التي يمكن للمنظمات من خلالها الوصول إلى معرفة المنظمات الأخرى
9	Jilani et al.,2020:908	تبادل المعلومات والبيانات والخبرات لحل المشكلات أو تطوير رؤى جديدة أو تنفيذ القواعد
10	Pham& Tran,2020:64	مزيج من أحد الطرفين أو كلاهما يسعى للحصول على المعرفة استجابة للطلب، بحيث يتأثر أحد

		الطرفين أو كلاهما بالتجربة
11	Mustika et al.,2020:26	عملية يقوم بها العاملين لتبادل المعرفة (المعرفة الضمنية أو المعرفة الصريحة) وخلق معرفة جديدة معًا.
12	de Castro et al.,2022:531	إنشاء ونشر المعرفة والمعلومات من خلال التوثيق المنظمي الرسمي.
13	Żywiołek et al.,2022:11607	التي يتبادل من خلالها العاملين في المنظمة مهاراتهم ومعارفهم وخبراتهم مع بعضهم البعض
14	Anatan,2022:103	أنشطة نقل أو نشر المعرفة بين شخص أو مجموعة أو منظمة مع بعضها البعض.
15	Alalawi et al.,2023:740	نقل المهارات والقدرات بين العاملين لأنها تحدد نجاح وربحية المنظمة

وتأسيسا لما تقدم يرى الباحث ان التشارك المعرفي يمثل تشارك الأفكار والمعلومات والمعرفة

والاقتراحات والاختيارات من فرد إلى آخر داخل مجموعات وفرق المنظمة.

بعد التعرف على مفهوم التشارك المعرفي يمكن إبراز دوره بوصفها ممارسة خضراء في مكان

عمل المنظمة، اذ يحظى التشارك المعرفي الاخضر بأهمية عالية في لما له من دور كبير في

معالجة المشاكل البيئية والمحافظة على الاستدامة البيئية للمنظمة (Rubel et al.,2021:2 ;

Bhatti et al.,2019:83)، اذ لوحظ دور التشارك المعرفي في الادبيات السابقة (

al.,2020:45) لما للمعرفة من دور في مكان العمل والتأثير على سلوكيات العاملين والاداء

التنظيمي (Vrontis& Christofi,2019:7755)، والتي تعمل بصددتها على تحسين العلاقة

مع الزبائن والاسهام في تحسين جودة الخدمة والابداع (Liao et al.,2018:2343)، والمحافظة على مكان العمل بين العاملين، وهنا يبرز ايضا دور تشارك المعرفة بوصفها آلية لتحسين الصورة الخضراء للمنظمة (Rubel et al.,2021:10). والجدول (10) يوضح حصيلة ما تيسر الحصول عليه لمجموعة من آراء الباحثين تجاه مفهوم التشارك المعرفي الأخضر.

الجدول (10) مفهوم التشارك المعرفي الأخضر بحسب آراء الباحثين

ت	الباحث والسنة والصفحة	المفهوم
1	Cuerva et al., 2014:105	الامكانيات التي تستخدمها المنظمة من اجل اشاعة الابداع ومشاركته بين العاملين في المنظمة.
2	Lin&Chen, 2017:1663	مدى تشارك المعرفة الخضراء من قبل العاملين في المنظمات لتحسين الأداء البيئي التنظيمي
3	Ali et al.,2019:62	محصلة استثمار المنظمة لطاقتها العاملة من اجل تنفيذ العملية التحويلية للمعرفة البيئية الداخلية والخارجية للوصول الى بر الامان لاكتساب قابليات ابداعية خضراء.
4	Song et al.,2020:1518	وسيلة لتحسين قابلية المنظمة على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة من خلال تحسين قدرتها على المعرفة بالإدارة البيئية.
5	Zhou et al., 2020:263	توليفة لتشارك المعلومات والمعرفة والمقدرات من اجل تقليل عدم التأكد وتحسين اداء المنظمة والعمل بكفاءة

لتلبية متطلبات الاستدامة البيئية		
الاية لتحسين العلاقة بين هوية المنظمة الخضراء والابتكار الأخضر من اجل تطوير المنتجات الخضراء لها.	Chang& Hung,2021:627	6
المدى الذي يمكن من خلاله للمنظمة تشارك المعرفة والحصول على افضل التكنولوجيا واستخدام الموارد التي تحافظ على عملياتها التجارية وتوسعها في الاسواق التنافسية.	Qadeer& Nauman,2021:108	7
توليفة لتحسين العلاقة بين القابليات الخضراء وسلوك العاملين الأخضر من خلال تشجيع العاملين على تطوير رأس مالهم المعرفي الأخضر.	Ahmed et al.,2021:8	8
الطريقة التي يكتسب بها رواد الاعمال المعرفة من خلال توجيه السوق واتخاذ خطوات استباقية لابتداع منتجات خضراء جديدة واكتساب ميزة تنافسية.	Suprobo et al.,2021:33	9
عملية تشارك أو نقل التسويق الأخضر والمعرفة التكنولوجية بين المنظمات المصنعة والعاملين في سلسلة الامداد.	Zhang et al.,2022:2	10
المهارات والمعرفة التكاملية للعاملين في المنظمة التي يمكن من خلالها تبادل وتشارك المعرفة من اجل	Ma et al.,2022:4	11

المحافظة على القابليات التنظيمية		
الية لتشجيع العاملين على المساهمة في تشارك المعرفة والبحث عن المعرفة الخضراء الجديدة.	Wang et al., 2022:182	12
أداة حيوية في اقتصاد المعرفة الحديث للمنظمات لتحقيق نجاح مستدام على الامد البعيد.	Biwott,2022:2	13

ومما تقدم اعلاه يرى الباحث ان التشارك المعرفي الاخضر يمثل توليفة لنقل وتبادل المعرفة الخضراء بين العاملين في المنظمة بهدف تحسين امكانيات المنظمة في استثمار الموارد واكتشاف اليات جديدة لتطوير منتجاتها.

ثانيا: اهمية التشارك المعرفي الاخضر

تبرز اهمية التشارك المعرفي الاخضر بشكل رئيسي من تشارك المعرفة التي تخدم مصالح المنظمة ولا تسبب أي اثار جانبية على المجتمع والبيئة، كما تبرز اهميته في الاتي:
اولا: تنفيذ استراتيجيات ابداعية للمشاريع الجديدة وتحسين تدفق المعرفة لمساعدة المنظمة في تحقيق اهدافها الاستراتيجية.

ثانيا: بناء العمليات الداخلية للمنظمة وتحسين جودة المنتجات والخدمات.

ثالثا: الاهتمام بالقضايا البيئية من خلال اكتساب المعرفة والتكنولوجيا الخضراء وتطوير حلول بيئية جديدة.

رابعا: خلق قيمة معرفية خضراء من خلال الادارة والتكنولوجيات التي تستثمرها المنظمة في مهامها (Zhang et al.,2022:4).

خامسا: مساعدة العاملين على تبني الممارسات الخضراء.

سادسا: تحسين قابلية العاملين على التعلم من خلال التزامهم البيئي وسلوكهم الاخضر (Khan et al.,2022:2).

سابعا: مصدر الهام للعاملين الذين يتبعون الممارسات الخضراء.

ثامنا: مساعدة العاملين على فهم العلاقة والثقافات داخل المنظمة وتحقيق الرضا الوظيفي (Gilal et al.,2019:1580).

تاسعا: تشارك المعرفة بين العاملين في المنظمة من خلال الافادة من المعرفة داخل وخارج المنظمة.

عاشرا: مساعدة المنظمة بتحقيق اهدافها واستراتيجياتها وعملياتها (Wang et al.,2022:4-5).

ثالثا: الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر

يمكن قياس التشارك المعرفي الاخضر من خلال ثلاث ممارسات مستدامة هي (Chang & Hung,2021:627)، ويمكن اعتمادها بوصفها ابعاد لملائمتها مجال تطبيق الدراسة:

1. القضاء على التلوث

يساعد تحسين الوعي البيئي والحساسية البيئية العاملين على العيش في بيئة أكثر صحة وأماناً ، وهذا ممكن فقط من خلال زيادة العاملين المؤهلين الذين يتلقون التعليم البيئي (Cetin&Nisanci,2010:1830)، وبالتالي فانه من اجل رفع مستوى الوعي البيئي لدى العاملين يتعين ادخال تطبيقات التنقيف البيئي في عملهم (Simsekli,2015:223). وينظر (عبد الرحمن، 2013: 81) ان هناك ضرورة مهمة لتنمية الوعي البيئي للعاملين من خلال التوعية بالتربية البيئية، فاسهام التربية عموماً يتم من خلال نشر المعلومات الخاصة بها من منطلق تحديد المشاكل البيئية والدعوة الى استخدام مواردها استخداماً سليماً وغير هدام، فهذه

الموارد وذلك الاستخدام انما يتعرضان لمشكلات هي من صنع الانسان نفسة، وهذا يتطلب تنمية الوعي البيئي لديه، ولأهمية الموضوع عملت العديد من الدول الى تدريب الكوادر اللازمة التي تقوم على نشر وتنمية الوعي البيئي لدى العاملين، واشباع صفة الممارسة البناءة لسلوكيات الاداء لديهم تجاه مواردهم وبيئتهم (عباس، 2021: 45).

2. حماية البيئة المعرفية

يرتبط التوجه البيئي لدى المستهلك بالمعرفة البيئية التي يمتلكها تجاه القضايا المخلفة حيال البيئة والمحافظة عليها، فالمعرفة البيئية متباينة ويمكن وصفها تبعاً لمدى العلم بالمشكلات البيئية الموجودة حالياً (Al-Bakri & Ismail, 2016: 67). ويرى (الساكني، 2015: 48) ان المعرفة البيئية تهتم بالمعرفة والمفاهيم والمشكلات البيئية المرتبطة بها ومواجهة المشكلات البيئية بكفاءة. وبين (Kaufmann et al., 2012: 52) ان المعرفة البيئية تمثل معرفة عامة حول وقائع ومفاهيم وعلاقات تخص البيئة الطبيعية والانظمة البيئية البارزة.

وهناك عدد من العقبات التي تؤثر على أنشطة التشارك المعرفي (Rahman et al., 2018: 2)، وهذه العقبات تتمثل بالاتي (Bai, 2019: 1151): -

أ- الافتقار إلى مناخ ثقافي جيد.

ب- عدم وجود علاقة شخصية من الثقة المتبادلة .

ت- آلية الحوافز غير الكاملة .

ث- الأثر السلبي لحماية الملكية الفكرية.

3. التنمية المستدامة

ان استدامة العمل تعمل على تحسين قابلية المنظمة على استخدام الإعلانات والاتصالات الأخرى لبناء مستوى عالٍ من الوعي تجاه البيئة والمحافظة عليها وإثارة الاهتمام الكافي بنسبة من الناس. وقد يتضمن الإعلان تعلمًا غير مباشر عن طريق تصوير عاملين يشبهون أشخاصًا من المجموعة المستهدفة وهم يستمتعون ويستفيدون من تجربتهم تجاه المحافظة على البيئة من أجل استخدام منتجات امنه، اذ إن الفكرة وراء التعلم غير المباشر هي أنها خالية من التكلفة إلى الحد الذي يمكن للمرء أن يلاحظ ونسخ سلوك الآخرين، إذا كان ذلك يُرى أنه تم تعزيزه بنجاح - أو بدلاً من ذلك يمكن للمرء تجنب ما يفعله إذا لاحظ المرء عواقب سلبية (عباس، 2021: 45).

فالتنمية المستدامة تمثل عملية شاملة تتناول مختلف مقومات الحياة الاجتماعية معتمدة في ذلك على التخطيط الشامل مختلف الجوانب الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع من أجل تحقيق أهداف معينة في المجتمع والتي تتمثل برفع مستوى معيشة العاملين وبما لا يتعارض مع المحافظة على الموارد الطبيعية والبيئية (حسين و خلف، 2017: 221-222)

كما ان التنمية المستدامة تحسين من عملية تدمج البيئة مع أهداف المجتمع والاقتصاد. فالاستدامة مفهوم غامض ومعيارى يرتبط بجودة الحياة والرفاهية. اذ إنها نتيجة لتفضيلات المجتمع والاعتماد على السياق التي تسمح للعديد من التباعد من أجل تحقيق الامن والامان. ومع ذلك ، فان التنمية المستدامة مفهوم متنازع عليه ، اذ إن الأفكار الأساس هي واضحة من أجل المحافظة على سلامة النظم المعرفية، وضمان وجود اقتصاد سليم، وتحسين او المحافظة على صحة الإنسان ورفاهه (Li,2018:1)، ومكافحة تغير المناخ البيئي (Bebbington et al.,2017:8 ; Schwerhoff&Sy,2017:394).

كما تعمل التنمية المستدامة على تحسين كفاءة المنظمة في استثمار الموارد وتحقيق النجاح في تحسين اداء عملياتها الداخلية والخارجية (Singla ; Garbie,2015:65 et al.,2017:27)، كما انها تعمل التنمية المستدامة على ربط البيئة بالتنمية ، لأن المشاكل البيئية (العالمية) هي نتيجة للفقر، من جانب اخر تعمل التنمية المستدامة بكل بساطة مسار التقدم البشري الذي يستمر إلى ما لا نهاية ، واحترام الحدود الإيكولوجية والاهتمام بالإنصاف الاجتماعي، وهذا يشمل على مجموعة من المعايير التي تشمل المجتمع والتنمية المجتمعية. اذ إن التنمية المستدامة تتطلب تكامل الأهداف الاقتصادية والبيئية والاجتماعية (van Zeijl-Rozema et al.,2008:415).

كما تعمل التنمية المستدامة على تحقيق التوافق بين التنمية البيئية الاقتصادية والاجتماعية (جاسم واخرون،2021: 220 ; غيدان،2021: 514)، وتحقيق التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر ، دون المساس بقابلية الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتهم (Ogan et al.,2021:1 ; Raissa et al.,2021:261 ; Shyle et al.,2020:20 ; Kobayak et al.,2020:64).

وبدوره يرى (Le Blanc, 2015:182) ان اهداف التنمية المستدامة تتمثل في:

- (1) ضمان أنماط الاستهلاك والإنتاج المستدامة
- (2) الحد من عدم المساواة داخل وبين البلدان
- (3) القضاء على الفقر بجميع أشكاله في كل مكان

4) تعزيز النمو الاقتصادي المستدام والشامل والمستدام والعمالة الكاملة والمنتجة والعمل اللائق للجميع

5) القضاء على الجوع وتحقيق الأمن الغذائي وتحسين التغذية وتعزيز التنمية المستدامة

6) ضمان التعليم الجيد الشامل والمنصف وتعزيز فرص التعلم مدى الحياة للجميع

7) ضمان التوافر والإدارة المستدامة للمياه والصرف الصحي للجميع

8) جعل المدن والمستوطنات البشرية شاملة وآمنة ومرنة ومستدامة

9) اتخاذ إجراءات عاجلة لمكافحة تغير المناخ وآثاره

10) تعزيز المجتمعات السلمية والشاملة لتحقيق التنمية المستدامة ، وتوفير إمكانية

الوصول إلى العدالة للجميع وبناء منظمات فعالة وخاضعة للمساءلة وشاملة للجميع

على جميع المستويات

المبحث الثالث القابليات التنافسية

توطئة

إنّ التزايد الملحوظ في عدد المنظمات صاحبه انفجار تنافسي على المستوى العالمي، أدى الى تصاعد اهتمام المنظمات بالابداع والتركيز عليه، الى درجة اعتباره الحد الأدنى في القابليات التنافسية، وأصبحت القابلية على الابداع مصدراً متجدداً للميزة، فمن المعلوم أن نمو المنظمة وقدرتها على التنافس مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بقدرتها على التجديد والتطوير، ومن ثم تُعد القابليات التنافسية بمنزلة المحاور التي تمتلكها المنظمة سواء أكانت خدمية أم صناعية والتي تساهم بشكل كبير في تحديد موقعها في السوق والمحافظة عليها وتحسينها، ذلك بتبني بعد أو أكثر من أبعادها لتحقيق قابلياتها التنافسية.

أولاً: مفهوم القابليات التنافسية

تعكس القابليات التنافسية قابلية المنظمة على بناء مكانة لها في السوق وزيادة القيمة المدركة لمنتجاتها من طرف زبائنهم بهدف تحقيق رضاهم، فهي تمثل الأبعاد التي يجب على النظام الإنتاجي لأي منظمة امتلاكها من أجل تدعيم متطلبات الأسواق التي تسعى المنظمة للمنافسة، وتنشأ بمجرد اكتشاف طرق جديدة أكثر فاعلية من تلك المستخدمة من قبل المنافسين، فالقابليات التنافسية تُعرّف بكونها مجموعة الجودة والمرونة والابداع والوقت ذات صلة بالمرتكزات الأساسية وتؤدي إلى تطوير المجموعات الدائمة من المقدرات، والقابليات تلعب دوراً أساسياً في تحديد القابليات المختارة في المنظمة (الفاعوري، 2019: 32).

وتعد القابليات التنافسية الغاية التي تسعى لتحقيقها كل المنظمات على اختلاف توجهات أعمالها ويتطلب تحقيق الأولوية التنافسية وضع استراتيجيات وقرارات إدارية حاسمة لتوجيه الأداء التنظيمي الذي يركز على فكرة الاستدامة والتميز الذي من شأنه يضمن مكانة المنظمات وتأثيرها الفاعل في السوق عن طريق توفير متطلباته واحتياجاته واعتماد أحدث التطبيقات المتعلقة بتطوير الأداء الذي يدعم سير عمل المنظمات ويحقق أهدافها، إذ من الضروري على المنظمات التعرف على أحدث طرائق تحقيق الأولوية التنافسية مما يزيد من إنتاجيتها وجودة أدائها (علي وعبد الرزاق، 2021: 169)

من جانب آخر فإن القابلية التنافسية تؤثر على العوامل الاقتصادية وغير الاقتصادية المؤثرة على أصحاب المصلحة والزبائن والمجتمع بأكمله ، إذ تشير القابلية التنافسية إلى قابلية المنظمة على النمو والازدهار بين المنظمات الأخرى في السوق، فالقابليات التنافسية تمثل القابلية في المحافظة على وضع السوق ، وتتطلب تحقيق العديد من الأهداف المتزامنة، ما يعني أن المنظمة يجب أن تركز على زبائنها بوصفها أسبقية أولية لها، ولكي تتمتع المنظمة بقابليات تنافسية ، فإنها تحتاج إلى تلبية توقعات الزبائن بشكل أكثر فاعلية من منافسيها. من أجل كسب الزبائن، يجب على المنظمة إجراء بحث لتحديد احتياجات الزبائن ورغباتهم حتى تتمكن من تجاوز منافسيها (Zulkiffli et al.,2019:1260). ومما تقدم أعلاه يرى الباحث ان وضع تعريف شامل لمفهوم القابليات التنافسية أمر في غاية الصعوبة لعدم وجود حصر واتفاق بين الباحثين على مفهوم واحد، وعليه الجدول (11) يوضح حصيلة ما تيسر الحصول عليه لمجموعة من آراء الباحثين تجاه مفهوم القابليات التنافسية.

الجدول (11) مفهوم القابليات التنافسية بحسب آراء الباحثين

ت	الباحث	المفهوم
1	Kay,1993:17	القابلية على صياغة الاستراتيجيات الضرورية من أجل الدخول الى الأسواق المستهدفة
2	Hit et al., 2001:36	قابلية المنظمة على نشر واستثمار مواردها بطريقة تحقق أهدافها الأساسية وغير الأساسية
3	Newbert,2008:745	توليفة من القابليات التي يمكن من خلالها للمنظمة استثمار مواردها وقابلياتها القيمة والنادرة من أجل تحقيق الميزة التنافسية
4	Lasisi& Dabiri,2015:556	مجموع الآليات التي تستخدمها المنظمة من أجل تحسين القابليات المعرفية التي يمكن من خلالها تحسين التعلم الديناميكي للعاملين لديها.
5	Al-jawazneh& Al-Awawdeh,2016:126	قابلية منظمة الأعمال على إنتاج السلع والخدمات المناسبة ذات الجودة الجيدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب.
6	Sadq et al., 2018:53	قابلية المنظمة على صياغة وتنفيذ سياساتها لتحسين مواقفها ضد المنظمات المنافسة
7	Sadq et al.,2019:5	قابلية المنظمة على القيام بنشاط معين أو مجموعة

أنشطة تساهم في تحسين قابليات ومهارات ومعرفة العاملين الوظيفية لتلك المنظمة		
مدى امكانية المنظمة على تحقيق كفاءة عالية في تقديم الخدمات وتوليد قيمة لها	Hossain, & Islam, 2019:3	8
قابلية المنظمة على زيادة مستوى أدائها من خلال المحافظة على قابلياتها المستدامة واستثمار خصائص المنتجات والخدمات الفريدة من أجل المحافظة على رضا الزبائن.	Zaidi et al.,2019:26	9
محصلة لموائمة قابليات المنظمة واسبقياتها من اجل بناء استراتيجياتها وتحقيق الميزة التنافسية من خلال التكلفة والجودة والتسليم والمرونة.	Hutton& Eldridge,2019:3	10
آلية لبناء القيمة في سياق تحسين الأداء الصحيح للمنظمة من خلال استثمار المعرفة الجديدة والتعلم المحتمل.	Larraneta et al.,2020:254	11
القابليات اللازمة لإنشاء والحفاظ على ميزتها التنافسية في السوق المستهدفة للترويج لمنتجاتها أو خدماتها	Falahat et al.,2021:2	12

عاملاً استراتيجياً يركز على استخدام الموارد الداخلية ويعزز تعبئة الموارد من المصادر الخارجية	Mata et al.,2021:4	13
المنظمات التي تمتلك قابليات فريدة غير متوفرة لمنافسيها	Al-Zaidi et al.,2022:28	14

وتأسيساً على ما تقدم يرى الباحث أن القابليات التنافسية تمثل توليفة من القابليات والأسبقيات الهادفة الى تحسين قابلية المنظمة على صياغة استراتيجياتها باستخدام القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية من أجل تحسين عملياتها الداخلية وتحقيق الاداء والنجاح التنظيمي.

ثانياً: أهمية القابليات التنافسية

تبرز أهمية القابليات التنافسية من قابلية المنظمة على النمو والازدهار بين المنظمات الأخرى في السوق، وبالتالي تظهر أهمية القابليات التنافسية من خلال مساعدتها في:

1. توفر الوصول إلى مجموعة واسعة من الأسواق.
2. من الصعب على المنافسين تقليد منتجات المنظمة.
3. منتجات عالية الجودة، وخدمة زبائن متفوقة وتحقيق تكاليف أقل من منافسيها (Kiprop,2014:5-6).

4. إنتاج قيمة للزبائن في شكل منتجات وخدمات تنظيمية مختلفة تلبي احتياجاتهم.

5. التميز على المنتجين فيما يخص الجودة والسعر (سميحة، 2014: 42).

6. تُمثل معيارًا مهماً لقياس نجاح المنظمة وتميزها في مجال يصعب على المنافسين تقليدها.

7. تُعد بمثابة السلاح الأساس لمواجهة تحديات السوق والمنظمات المنافسة.

8. تحقيق منافع مضافة إلى منتجاتها بما يحقق جذبًا للزبائن من شأنه أن يرفع من مستوى أداء منتجات المنظمة وسمعتها على الأمد البعيد (خليل والنوري، 2014: 92-93).

9. تحسين قابلية المنظمة على استخدام مواردها.

10. إيلاء اهتمام إضافي لقابليات المنظمة على تلبية متطلبات الزبائن المختلفة (Al-jawazneh & Al-Awawdeh, 2016:128 ; Akkaya & Mert, 2022:6).

11. بناء أفكار جديدة ومفيدة من قبل عامل أو مجموعة صغيرة من العاملين الذين يعملون معًا (Dewett, 2004:156-157).

12. تعزيز الإبداع من خلال التدريب والتعلم (Ding et al., 2014:1).

13. تعزيز قابلية المنظمة على استثمار الفرص الجديدة والتكيف مع متطلبات البيئة (Ahmed et al., 2019:478).

وتأسيسًا على ما تقدم تبرز أهمية القابليات التنافسية من خلال تحسين قابلية المنظمة على التكيف مع بيئتها الخارجية وصياغة الاستراتيجيات التي تتلائم مع متطلبات البيئة من خلال استثمار الفرص وتعزيز نقاط القوة ومعالجة نقاط الضعف والتصدي للتهديدات، والحصول على أكبر حصة سوقية ممكنة.

ثالثاً: أسباب الاهتمام بالقابليات التنافسية

تتعدد الأسباب التي جعلت القابليات التنافسية الركن الأساس في نظام الأعمال المعاصر، ومن هذه العوامل التي تمثل في حقيقتها نتائج العولمة، ومن أهم تلك الأسباب ما يلي (مرابطي ودامون، 2019: 50):

- (1) ضخامة الفرص وتعددتها في الأسواق العالمية بعدما انفتحت الأسواق أمام حركة التجارة الدولية نتيجة اتفاقيات منظمة التجارة العالمية
- (2) وفرة المعلومات عن الأسواق العالمية والسهولة النسبية في متابعة وملاحقة المتغيرات ونتيجة تقنيات المعلومات والاتصالات ذات الدلالة على مراكزها التنافسية
- (3) سهولة الاتصالات وتبادل المعلومات بين المنظمات المختلفة وفيما بين الوحدات وفروع المنظمة الواحدة بفضل شبكات الانترنت وغيرها من اليات الاتصالات الحديثة
- (4) تدفق نتائج البحوث والتطورات التقنية وتسارع عمليات الابداع والابداع بفضل الاستثمارات الضخمة في عملية البحث والتطوير، نتيجة للتحالفات بين المنظمات الكبرى في هذا المجال.
- (5) زيادة الطاقة الانتاجية وارتفاع مستويات الجودة: والسهولة النسبية في دخول منافسين جدد في الصناعات كثيفة الأسواق تحول السوق الى سوق مشتريين تتركز القوى الحقيقية فيه للزبائن الذين انفتحت أمامهم فرص الاختيار والمفاضلة بين البدائل المتعددة لإشباع رغباتهم بأقل الشروط وأيسرها، ومن ثم تصبح التنافسية هي الوسيط الوحيد للتعامل في السوق من خلال العمل على اكتساب القابليات التنافسية وتطويرها.
- (6) التغيرات الحاصلة على الصعيد البشري سواء أكانت هذه التغيرات اقتصادية او سياسية او اجتماعية، او ثقافية.

رابعاً: مصادر بالقابليات التنافسية

تستخدم المنظمة مصدريين من أجل الحصول على القابليات التنافسية هي:

1. المصادر الداخلية

وتتمثل بكافة الموارد الداخلية التي تمتلكها المنظمة والأنشطة والمهارات التي تقوم بها، وتمارس وظائف المنظمة مثل الانتاج والتسويق ونظم المعلومات والمالية والبحث والتطوير دوراً في تخفيض التكاليف وزيادة القيمة المدركة للمنتجات من خلال التمييز، ويُشير مصطلح سلسلة القيمة الى الفكرة التي تقول أن المنظمة يمكن عدها سلسلة من الأنشطة الهادفة لتحويل المدخلات الى مخرجات ذات قيمة للزبون (السليفاني ، 2011: 85).

وإن تحليل نموذج سلسلة القيمة ومكوناته واحد من المصادر المهمة للأسبقيات التنافسية، إذ إن هذا التحليل يستخدم في وصف أنشطة المنظمة الأساسية وعلاقات التفاعل فيما بينها ، والتي يمكن استخدامها بوصفها إطاراً لتحديد نقاط قوة المنظمة، وخلق الأسبقيات ، ويقوم هذا الأسلوب على افتراض أساس مفاده أن الهدف الاقتصادي للمنظمة يتمثل في خلق القيم من خلال أنشطتها المختلفة عن طريق فحص المصادر وتدقيقها لهذه الأنشطة يمكن خلق القيم، ومن ثم تحديد مواطن القوة فيها والتي يحتمل أن تتحول الى أسبقية تنافسية للمنظمة . (الجنابي ، 2006: 83)

2. المصادر الخارجية

تتعلق بالبيئية الخارجية العامة وهيكل الصناعة التي تعمل فيها المنظمة ، إذ تضم البيئية الخارجية مجموعة من المتغيرات السياسية والقانونية والاجتماعية والديموغرافية

والاقتصادية والثقافية والتكنولوجية ، والتي تؤثر على المنظمات بدرجات متفاوتة بالاتجاه الإيجابي أو السلبي (البناء، 2009: 105)

خامسا: عناصر القابليات التنافسية

يمكن تحديد عدة عناصر مهمة للقابليات التنافسية، وهي (Al-Zaidi et al.,2022 ; Hutton& Eldridge,2019):

1. الكلفة

يشير عنصر قابلية التكلفة إلى قابلية المنظمات المتعلمة على تقديم منتجات وخدمات بأقل تكلفة ممكنة، فهي من العوامل الحاسمة في تحديد الموقف التنافسي لمعظم المنظمات، فالكلفة تمثل أداة تنافسية هامة إذا ما أحسن تنفيذها، إذ لا تستطيع المنظمات تحديد أسعار تنافسية دون ضبط مستمر للتكاليف (الجبوري، 2005: 22).

إن الكلفة الأقل هي الهدف الرئيس للمنظمات التي تتنافس على أساس الكلفة، إذ حتى المنظمات التي تتنافس من خلال الأسبقية التنافسية الأخرى تسعى إلى تخفيض كلف المنتجات التي تقوم بإنتاجها (حامد وحنان، 2019: 148). ومن ثم فالهدف من هذه الاستراتيجية هو تحقيق تكلفة أقل بالمقارنة مع المنافسين، ومن بين الدوافع التي تشجع المنظمة على تطبيقها تتمثل في توفير اقتصاديات الحجم، وأثار منحى التعلم والخبرة، ووجود فرص مشجعة على تخفيض التكاليف وتحسين الكفاءة (مدني، 2018: 222).

تُعد عملية تخفيض التكاليف مسؤولية جميع الأقسام والوحدات الإدارية في المنظمة بما في ذلك العاملين داخل المنظمة من خلال وضع البرامج الملائمة لتقليل التكاليف إلى أدنى مستوى ممكن، الأمر الذي يؤدي في نهاية المطاف إلى زيادة الأرباح (الزويني، 2007: 66). وتوصل (Wingerden ; Freimane et al.,2017:377

697:2016, et al.) الى أن تخفيض التكاليف تمثل إحدى الطرائق المهمة التي يتم استخدامها من أجل تقليل أي استثمارات إضافية تقوم بها المنظمة. ويشير (الشعباني وثابت، 2012: 247) الى تخفيض التكاليف كونها تعبر عن المنهج المخطط والإيجابي لتحسين الكفاءة، فضلاً عن تخفيض الهدر، والسرعة في إنجاز العمليات، وإيجاد الوسائل والطرائق التي يكون من شأنها إحداث تخفيض في تكلفة الوحدة الواحدة المنتجة.

ومما تقدم يرى الباحث ان **الكلفة** تشير الى مجموعة من الطرق والاساليب والبرامج التي تستخدمها المنظمة من اجل تقديم منتجات وخدمات بأقل تكلفة مقارنة بالمنافسين.

2. الجودة

تُعد الجودة المجال الأول للتقييم عالي الأداء الذي يتضمن الخصائص القوية والمتانة الأقوى، المجال الثاني المطابق لمواصفات النوعية، وهو أحد عوامل المحافظة على الزبائن، ومن ثم تحقيق التنافس مع المنافسين الآخرين، لذا يجب على المنظمة أن تركز على الاعتبار الاستراتيجي في جودة المنتج من خلال التحسينات المستمرة لمواكبة الاحتياجات المستقبلية (نوبوة وناني ومولاتي، 2018: 48).

تشير الجودة الى وجهات النظر المختلفة للعاملين أو وجهة النظر المختلفة للمنظمة مقابل توقعات العاملين، ستلبي خصائص المنتج أو الخدمة إرضاء أصحاب المصلحة ، ومن ثم يجب أن تكون المنتجات موثوقة أو فاعلة (Sadq et al., 2019: 6).

تستند الجودة إلى قابلية المنظمة على تقديم قيمة متميزة ومتفردة للزبائن عبر صيغ مختلفة منها الجودة المتميزة ، خدمة الزبون ، التصميم، العلاقات الوطيدة مع الموردين، الإعلان المؤثر، وأوضح (Porter) إن الجودة لا تعني إن المنظمة لا تُعير

الاهتمام لتخفيض الكلفة (مهدي، 2019: 453). ويرى (الربيعاوي والعلاق، 2016: 33) إن الجودة تصف خاصيتين هما، أنها كامنّة في ذهن الزبون، وأنها تمثل مدخلاً تنافسياً يمكن من خلاله ترتيب المنتجات على أساس موقعها التفاضلي على السلم الخاص بكل خاصية في ذهن الزبون.

ومما تقدم يرى الباحث ان الجودة تشير الى خصائص المنتج أو الخدمة إرضاء أصحاب المصلحة ، ومن ثم يجب أن تكون المنتجات موثوقة أو فاعلة.

3. التسليم

يُنظر الى التسليم على أنه إجمالي وقت التسليم الذي يتطلبه النشاط من البداية إلى النهاية، إذ يمكن للمنظمات النظر في عامل التسليم للتنافس فيما بينها (Abou et al., 2012: 4). ويرى (عبود، 2022: 299) أن التسليم يمثل مصدراً من المصادر الأساس لتحقيق الميزة التنافسية للمنظمة عن طريق السرعة في إجراء التغييرات في العمليات الانتاجية للوحدة الاقتصادية مثل تطوير المنتج وإدخال الطلبات والانتاج والتوزيع وتقديم الخدمة والتسليم في الوقت المناسب.

يُشير الوقت والتسليم إلى إعادة تشكيل أو إعادة إنشاء أفكار جديدة لتكون مبتكرة ، من أجل إيجاد حل لمشكلة ما. يتعلق هذا بالتكنولوجيا ويؤثر بشكل كبير على إبداع المنظمات وابتكارها، أي أنه ينعكس على تصاعد احتياجات المنظمة وتطلعاتها ؛ لأنه لم يعد كافيًا أو حتى مرضيًا للقيام بالأعمال في المنظمات من جميع الأنواع من خلال الأساليب الروتينية التقليدية. إذا كان هذا هو الحال ، فسيؤدي إلى التوقف ، وبذلك فهو تراجع عن الركب السريع في المضي قدماً أو الفشل (Ramphal & Nicolaides, 2014:2).

ومما تقدم يرى الباحث ان التسليم تشير الى توليفة من الافكار والخصائص الهادفة الى توصيل المنتجات الى المستهلك النهائي بالوقت المناسب.

4. المرونة

يمثل عنصر المرونة مدى القابلية على التكيف مع المتغيرات في مزيج المنتجات وحجم الإنتاج وتصميم المنتج، وتبرز هنا وجهتا نظر متباينتين حيال المرونة، واساس إدارة التسويق يكمن في تنويع المنتجات التي تطرحها للزبائن، أما إدارة العمليات فتحاول تقييد هذا الإتجاه نظراً لكون التنويع يُريك الاستقرار وكفاءة النظام الإنتاجي ويُزيد في التكلفة، تتضمن المرونة إنتاج طيف واسع من المنتجات وتقديم منتجات جديدة، وتعديل المنتجات الموجودة حالياً بسرعة، والاستجابة لحاجات الزبون (سعدية وعبد الرزاق، 2020: 411)، كما تمثل المرونة القابلية على الضبط لتغير مزيج المنتجات ، حجم المنتجات أو تصميمها ، وأصبحت إحدى أسلحة المنافسة و تتضمن القابلية على تقديم مجموعة واسعة من المنتجات ، منتجات جديدة وتعديل المنتجات القائمة بسرعة والاستجابة لاحتياجات الزبون (حسين ونعمان، 2021: 198).

يتطلب المشهد التنافسي الجديد أن تتكيف المنظمات بسرعة مع الظروف المتغيرة، كما تحتاج المنظمات إلى المرونة، إذ تشير المرونة إلى قابلية المنظمات على الاستجابة والتكيف مع التغيرات البيئية. فالمرونة تمكن قابلية المنظمات على الحصول على العديد من المزايا، على سبيل المثال تحسين الأداء الابداعي، ويُطور الميزة التنافسية للمنظمة في بيئة ديناميكية. ومن ثم يمكن أن يكون الابداع استكشافي او استثماري (Cingoz&Akdogan,2013:582). وبصدد هذا أكد (Kamasak et

(al.,2016:127) أن المرونة بالإضافة الى المعرفة الدقيقة تُمكن المنظمات وتسمح

لها بالاستجابة بسرعة للتغيرات الحيوية الديناميكية وغير المستقرة من خلال تخصيص الموارد لمناهج العمل الجديدة ، والاعتراف والعمل بسرعة عندما يحين وقت إيقاف أو عكس التزامات الموارد الموجودة، اذ لا تمكّن المرونة المنظمات فقط من إدارة مواردها ديناميكياً من أجل التكيف مع البيئات عالية السرعة ، ولكن يمكنها أيضاً مساعدة المنظمات على تحقيق القابليات الكاملة لمواردها الرئيسية. وبذلك تتعامل المرونة مع الاستخدام المرن للموارد وإعادة تشكيل العمليات. وعرف (Khuntia et al.,2014:4) المرونة بأنها القابلية التنظيمية للتكيف مع التغيرات البيئية، فضلاً عن أنها تمثل الدرجة التي تمتلك بها المنظمة مجموعة من الإجراءات الفعلية والمحتملة ، والسرعة التي يمكنها من خلالها تنفيذ هذه الإجراءات. وللمرونة عدة أنواع هي:

أ- **مرونة الموارد:-** تُشير مرونة الموارد إلى "قابليات تراكم الموارد المرنة باستخدامات متعددة (Kamasak et al.,2016:127). وتطرق (Yang et al.,2015:3) الى أن المرونة الاستراتيجية تمكّن المنظمات من إعادة تنظيم الموارد واستمرار القابليات بشكل سريع وفاعل للاستجابة بفاعلية للتغيير، ومن شأن هذه المرونة أن تمكن المنظمات من تكييف مواردها مع مجموعة واسعة من الاستخدامات في النشر الفاعل للتصميم الأخضر والتصنيع الأخضر والتسويق الأخضر وما إلى ذلك، كما أن المنظمات عالية المرونة قادرة على تنسيق استخدام مواردها من خلال إعادة تحديد استراتيجياتها ، وإعادة تشكيل سلاسل الإمداد الخاصة بها ، وإعادة توزيع مواردها بفاعلية. وهذا بدوره يمكّنهم بسهولة من تجميع الوظائف والمصالح المقسمة جزئياً وإعادة تكوين الإجراءات التنظيمية الحالية لدعم ممارسات التصنيع الحديثة المعتمدة حديثاً.

ب- **مرونة التنسيق:** - تُشير إلى القابلية على إنشاء مجموعات موارد جديدة من خلال عملية تنسيق داخلية، إذ قد تؤثر المرونة الاستراتيجية على الأداء الابداعي في المنظمة بطرق مختلفة، وقد أظهرت الدراسات أن المنظمات تُعاني من المحددات التنظيمية التي تعيق خلق المعرفة ونقلها وتكاملها وتطبيقها، الموارد ليست وفيرة وتعتمد قابلية المنظمة على خلق معرفة جديدة على التعلم من المصادر الداخلية والخارجية (Kamasak et al.,2016:127). وينظر (Bock et al.,2012:279) الى أن المرونة الاستراتيجية تعمل على تعزيز القابلية في تحديد فرص الابداع ، أو تخصيص الموارد لمداخل العمل الجديدة ، أو عكس توزيع الموارد غير المنتجة. إذ أشار (Kazozcu,2011:450-451 ; Arief et al.,2013:50) أنه يمكن تصنيف المرونة الاستراتيجية الى مرونة الموارد ومرونة التنسيق والتي تتطلب أن تحصل المنظمة على موارد مرنة وأن تكون قادرة على التحلي بالمرونة في تنسيق تلك الموارد في الاستخدامات البديلة. إذ أنه يجب على المنظمة الوصول إلى الموارد المرنة وأن تكون قادرة على التحلي بالمرونة في تنسيق تلك الموارد في الاستخدامات البديلة من أجل إنشاء مجموعة من الخيارات الاستراتيجية.

ت- **مرونة السوق:** - تُشير مرونة السوق إلى قابلية المنظمة على تعديل جهودها التسويقية بسرعة في بيئة ديناميكية (MacKinnon et al.,2008:2). ويرى (Awwad,2009:421) أن مرونة السوق تُشير الى:-

- السهولة التي يمكن بها لنظام الانتاج التكيف مع بيئة السوق المتغيرة. يسمح للمنظمة بالاستجابة للتغيرات دون التأثير بشكل خطير على الأعمال ولتمكين المنظمة من التفوق على منافسيها الأقل مرونة في استثمار الفرص التجارية الجديدة.

ث- **المرونة الانتاجية:** - مرونة الإنتاج هي قابلية المنظمة على جعل المنتجات ذات الأسعار التنافسية أو توفيرها بأسعار تنافسية في معظم الأسواق العالمية الرئيسية، فضلاً عن كونها تمثل مرونة إنتاج المنظمة أو العمليات التجارية. .

• **مرونة التوسع:** - تُشير الى السهولة التي يمكن بها زيادة قدرتها عند الحاجة، كما أنها تمثل مدى الجهد العام المطلوب لزيادة سعة نظام التصنيع وقابليته عند الحاجة، قد تساعد هذه المرونة على تقصير وقت التنفيذ وتقليل تكلفة المنتجات الجديدة أو تباين المنتجات الحالية أو القابلية المضافة (Awwad,2009:421).

ج- **مرونة رأس المال البشري:** وهي تُشير الى الانبساط " للهيكل التنظيمي للمنظمة ، والالتزام بثقافة المرونة بما في ذلك تقاسم المعرفة / الإدارة ، والتدريب متعدد الوظائف ، والاستعانة بمصادر خارجية ، وغير ذلك من ترتيبات العمل غير التقليدية (مثل: العمل عن بعد).

ح- **مرونة المعلومات:** وتُمثل مرونة نظام معلومات المنظمة المتمثلة في قابليتها على الحصول على المعلومات المطلوبة من كل من أنظمة المعاملات والتحليل، لقد تم تقسيم مرونة المعلومات على معيارين فرعيين: المرونة في إعداد التقارير ، وهي قابلية المنظمة على استخراج وعرض البيانات ذات الصلة من أنظمة معاملاتها ، والمرونة التحليلية ، وهي قابلية المنظمة على استخراج واستخدام البيانات التاريخية من أرشيفات البيانات الخاصة بها. التحليل ودعم القرار.

خ- **مرونة سلسلة التوريد:** قابلية المنظمة على إزالة المعلومات وإضافتها وتبادلها مع شركاء سلسلة التوريد الخارجية بسرعة وكفاءة.

د- **المرونة المالية:** التزام مورد المنظمة بالقابلية والقابلية على استيعاب تكلفة ممارسة المرونة حتى تبدأ في الدفع لنفسها (MacKinnon et al., 2008: 2-4).

ومما تقدم يرى الباحث ان المرونة تشير الى محصلة التغييرات واعادة الهيكلة التي تقوم بها المنظمة من اجل التكيف مع المتغيرات البيئية بهدف تقديم مزيج من المنتجات الجديدة والاستجابة لاحتياجات الزبائن واشباعها قدر الامكان.

سادسا: ابعاد القابليات التنافسية

يمكن قياس القابليات التنافسية من خلال خمسة ابعاد مهمة، باتفاق عدد من الباحثين، فضلا عن ملائمتها لمجال تطبيق الدراسة، وهي (Giménez et al., 2019):

1. القابليات الابداعية

عادت ما يطلق على القابليات الابداعية بالقدرات الابداعية، اذ انها وجهان لعملة واحدة، ففي الوقت الحاضر، وفي عالم يتميز بالتطور والانفتاح، فان تعزيز الإبداع أمر لا بد منه، اذ تعد القابليات الابداعية هي الطريقة الاساس التي يمكن لرجال الاعمال من خلالها مواكبة التغيير المستمر الذي يحدث في البيئة الداخلية والخارجية (Ganciu&Ganciu, 2014: 111). فالقابلية هي القابلية الماهرة للفرد لاستخدام الإبداع من أجل انتاج رؤية مفيدة و / أو نتائج ذات مغزى لحياة العامل من أجل زيادة اسهاماته في المجتمع (Huddart, 2016: 1). فضلا عن ان الابداع يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالموهبة (Kettler&Bower, 2017: 290). اذ ان الإبداع يستعمل الخبرة والمعرفة في التوليف الأصلي الذي يحدده تحليل الموقف الذي ينشأ أو يحدث في وقت واحد. ويمكن تعليمه وتحفيزه من خلال تعاون المدير مع العاملين الآخرين (Rata, 2011: 1). فالابداع هو عملية إنسانية تؤدي إلى نتيجة جديدة (جديدة)، ومفيدة (لحل مشكلة موجودة أو تلبية

حاجة قائمة)، ومفهومة (يمكن استنتاجها) (Mostafa&Masry,2008:81). فالتعليم من أجل الإبداع هو نادرا ما يكون هدف واضح من عملية التعلم والتقييم (Jackson,2006:4). وأشار (Lebler&McWilliam,2008:3) الى ان الاهتمام المتزايد ببناء القابليات الإبداعية في منظمات الاعمال هو نتيجة لحتميات جديدة في العمل المهني، واستجابة للأدلة حول الطرق الجديدة التي يتعلمها الافراد العاملين.

ويمكن القول ان القابليات الإبداعية تمثل القابلية على استشعار التغيرات في الهياكل الاجتماعية والثقافية في العمليات الإبداعية، وهذا ما اكده (Tura& Harmaakorpi,2005:1111).

2. القابليات التسويقية

أن القابليات التسويقية القوية هي المحرك الرئيسي للتنمية المستدامة (Mariadoss et al,2011:1306). ويرى (Ripollés& Blesa,2012:8) انه يمكن اعتبار القابليات التسويقية عبارة عن مجموعة من المهارات والكفاءات التي تمتلكها الشركة والتي تساعد على فهم التغيرات التي تحدث في أسواقها ، إلى جانب تلك التي تمكنها من العمل بشكل أكثر فعالية في هذا السوق، اضافة الى ان القابليات التسويقية تمثل على أنها عمليات تكامل مصممة لتطبيق المعرفة والمهارات والموارد الجماعية للشركة على احتياجات الأعمال المرتبطة بالسوق ، وتمكين الأعمال من إضافة قيمة لسلعها وخدماتها ، والتكيف مع ظروف السوق ، واتخاذ الافادة من فرص السوق وتلبية التهديدات التنافسية. وينظر (Vicente et al.,2016:329) الى القابليات التسويقية على انها تتمثل بقابلية الشركة على فهم احتياجات الزبائن والتنبؤ بها وربط منتجاتها بفعالية بهذه الاحتياجات. ويعتقد (Mohammed&Rashid,2012:225) أن القابليات التسويقية هي عملية متكاملة ، مصممة للاستفادة من معارف الشركة ومهاراتها ومواردها. وإنها تمكن المنظمات من تلبية احتياجات عملائها بطريقة أفضل ، من خلال تقديم خدمات القيمة

المضافة لمنتجاتها. وأشار (Guenzi&Troilo,2006:975) الى ان القابليات التسويقية تشير الى العمليات التكاملية المصممة لتطبيق المعرفة الجماعية والمهارات والموارد للشركة لاحتياجات الأعمال المرتبطة بالسوق ، وتمكين الأعمال من إضافة قيمة لسلعها وخدماتها ، والتكيف مع ظروف السوق ، والافادة من فرص السوق وتلبية التهديدات التنافسية. وعرف (Theodosiou et al.,2012:1064) ان القابليات التسويقية تنطوي على مجموعة من الموجودات التكميلية التي تساهم في الأداء المتفوقة للمنظمات.

ويمكن النظر الى القابليات التسويقية بأنها مجموعة من القابليات التنظيمية التي تدعم استشعار السوق وربط الزبائن.

3. القابليات المالية

تُعرّف القابليات المالية على أنها القابلية العاملة على تطبيق المعرفة المالية المناسبة ، وأداء السلوكيات المالية المرغوبة واتخاذها (Xiao et al.,2022:3). وعرف (Lučić et al.,2023:373) القابليات المالية على أنها قابلية المستهلكين على القيام بأنشطة مالية شاملة وبالتالي تحقيق الرفاه المالي الشخصي. ويرى (Mishra,2011:26) القابليات المالية بأنها امتلاك المعرفة والفهم والمهارات والحافز والثقة لاتخاذ القرارات المالية التي تلئم احتياجات العامل الشخصية.

تُعرّف القابليات المالية على أنها القابلية الداخلية على العمل بما يخدم المصلحة المالية الفضلى للفرد ، بالنظر إلى الظروف الاجتماعية والاقتصادية والبيئية. إنه يشمل المعرفة (Parvathy& Kumar,2022:6). وبين (Ranta& Salmela–Aro, 2018:525) ان القابلية المالية تمثل أساس الموارد المالية المتاحة للأسرة ، وفي النهج الذاتي ، على التصورات الشخصية للإدارة.

ويمكن النظر الى القابليات المالية بانها قابلية العامل على اتخاذ قرارات مالية سليمة تجاه الرفاهية المالية لتحقيق الميزة التنافسية.

4. القابليات الادارية

فالقابليات الادارية للمنظمة تشير الى قابلية منظمة أو شركة على استغلال مواردها في تنفيذ الاستراتيجيات (Juwono & Mailangkay, 2018:188)، كما تمثل القابليات الادارية للمنظمة على انها التطبيق الاستراتيجي للمقدرات أي استخدامها ونشرها لتحقيق أهداف تنظيمية معينة (Walraven et al., 2021:3). وأشار (Errassafi et al., 2019:256) الى ان القابليات الادارية للمنظمة تمثل مدى قابلية المنظمة على خلق ميزة تنافسية مستدامة على أساس طويل الأجل.

يتم تعريف القدرات الادارية للمنظمة على نطاق واسع على أنها الافادة من الموارد والكفاءات والمعرفة ودمجها وتنسيقها من خلال عمليات مختلفة لتحقيق الأهداف الاستراتيجية. يشير هذا التعريف إلى أن أي مبادرة أو مشروع استراتيجي يعتمد على وجود قدرات مترابطة بشكل منهجي داخل المنظمة (Dhaou & Renard, 2017:3). فمفهوم القدرات الادارية للمنظمة يمثل القابلية على أداء أنشطة معينة ضمن قيود موارد معينة (Korneyev et al., 2019:25 ; Bunse, 2019:13)، اذ وجدت القابلية الادارية للمنظمة كوسيلة يتم من خلالها توزيع الموارد في المنظمة من خلال القيادة الفعالة التي تهدف إلى تحقيق الهدف المنشود (Adoli & Kilika, 2020:1607 ; Suurnäkki, 2019:22). كما يتم دراسة بناء وقياس القابلية الادارية للمنظمة لدمج العناصر الأساسية لعملية البحث ولتطوير المؤشرات الرئيسية للفاعلية التنظيمية.

ويمكن النظر الى القابليات الادارية بانها مدى قابلية المنظمة على بناء وخلق ميزة تنافسية من خلال استثمار الموارد والقابليات والمعرفة ودمجها وتنسيقها من خلال عمليات مختلفة لتحقيق الاهداف الاستراتيجية.

5. القابليات البشرية

تعد هذه القابليات أهم عناصر نقل وتبادل المعرفة بشكل فعال إذ أثبتت عدد من الدراسات التجريبية إن لها علاقة مباشرة بحدوث تبادل المعرفة، إذ إن التفاعل الإجتماعي له علاقة طردية مع تقاسم المعرفة داخل المنظمات، وبالتالي يمكن أن تكون وسيلة فعالة لنقل المعرفة، فضلا عن إن العمل بشكل وثيق مع الآخر يتمحور من خلال وجود الألفة بين المصدر والمتلقي إذ يتم تقاسم المعرفة عبر الفهم المشترك وتصور القابليات المعرفية على انها تسهم في تعزيز العلاقة بين صانع المعرفة والمتلقي يجب أن يتم بناؤها بشكل مناسب، فضلا عن تحسين قابلية المنظمة على قياس درجة التعارف والتفاهم بين اعضاء المنظمة (Yang & Chen, 2007: 99).

ان القابليات المعرفية البشرية تمثل الموجودات غير الملموسة التي تعزز الرضا الوظيفي وتحسن اداء العاملين والمنظمة (Yong et al.,2020:212). وادعى (Williams et al.,2014:1) ان قابليات راس المال البشري تسهم في زيادة معرفة ووعي العاملين والمنظمة بالمشاكل التنظيمية، الامر الذي يعمل على تطوير امكاناتهم في مواجهة ومعالجة هذه المشاكل (AI-Omar et la.,2019:587).

يمكن القول ان القابليات البشرية تمثل محصلة المعرفة والمهارات والخبرات والقدرات التي يستثمرها العاملين من اجل تحسين كفاءة اداء المنظمة.

المبحث الرابع

العلاقة الترابطية بين متغيرات الدراسة

أولاً: العلاقة بين البيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر

لقد أصبح الكم الهائل من البيانات التي يجري معالجتها، وتخزينها، والعمل على إتاحتها من مواقع متعددة مصدر قوة رئيسي لأي مجتمع قائم على المعرفة. فهذه البيانات الضخمة من شأنها، في حال إدارتها على نحو صحيح، أن تسهم إسهاماً مؤثراً في التنمية الاقتصادية، والاجتماعية المستدامة. حيث تساعد البيانات الضخمة العاملين على تعلم متطلبات استخدامها وعدم استخدامها لاتخاذ القرارات المناسبة، إذ تمكنهم من تحديد البيانات غير المهمة وتعزيزها من خلال تحليل هذه البيانات المقدمة لهم، وكذا تطور قدراتهم على جعل هذه البيانات ذات معنى. كما تسمح هذه البيانات بتقليص الجهد والوقت المبذول من طرف العاملين في جميع مراحل عملية اتخاذ القرارات باستخدام الأدوات والأجهزة المتاحة لهم، بداية من جمع البيانات إلى تحليلها، وكذا تقديم أفضل المعلومات المستخرجة من عملية التحليل للعاملين المخول لهم اتخاذ القرار، مما يخلق أنواعاً جديدة من التجارب في هذه المنظمات ربما تكون نتائجها أفضل من طرق صياغة القرارات التقليدية، وأكثر فاعلية ومصداقية (مقناني و شبيلة، 2019: 6).

كما ان التطور السريع واتباع شبكات الانترنت، فإن أي سلوك فردي او جماعي سوف يؤثر على السلوكيات الاجتماعية للعاملين داخل المنظمة نتيجة البيانات الضخمة التي تحملها المنظمات في طياتها، وبالتالي تسمح البيانات الضخمة للمشاركين في تشارك المعرفة بالتنبؤ بإمكانية فقدان الميزة التنافسية ، وقيمة تكلفة الوقت ، وحوافز الأداء ،

ومزايا الابداع المعرفي والعائد الثابت من سلوكهم التاريخي وبيانات تشارك المعرفة. فضلا عن ان نتائج المقارنة بين التكاليف والفوائد ، يستطيع المشاركون اتخاذ قرارات أكثر عقلانية ويقللون بشكل كبير من المخاطر الناتجة عن التجارب والتحيز في الإدراك. على الجانب الآخر ، يتميز سلوك التشارك المعرفي بخاصية القيادة والذي يسمح لمديري المنظمة بالتنبؤ بالسلوك العاملي ، وتقييم مستوى معرفتهم باستخدام تقنية تحليل البيانات الضخمة (Yang et al.,2016:1).

كما تمثل الاستدامة ركيزة اساسية في منظمات الاعمال في الوقت الحالية، وبالتالي فان تشارك المعرفة يساهم في تحسين الممارسات المستدامة الخضراء من خلال اكتساب المزيد من الفهم والبصيرة لتشارك المعرفة، وعليه فمن الضروري فهم ما يحفز اعضاء الفريق في المنظمة على تشارك المهارات والمعرفة في التعامل مع البيانات التي تستخدمها المنظمة (Al-Rahmi et al.,2019:47247)، وهذا يساهم بشكل رئيسي في اكتشاف الفرص واستثمارها وتحسين إدارة المخاطر وتعزيز كفاءة الأعمال والعمليات، وذلك من خلال التحليل الشامل للعمليات التنظيمية والتشغيلية، مما يساهم في إعطاء نظرة شاملة عن المنظمة، وتحقيق ميزة تنافسية مع تطوير استراتيجية منظمات الأعمال (Braganza et al.,2017:330).

نتيجة للبيئة الديناميكية للأعمال فان تشارك المعرفة أصبحت ذات أهمية حيوية لاتخاذ القرار وتحقيق النجاح في تحسين أداء المنظمة، فمن خلال البيانات الضخمة التي تتعامل معها هذه المنظمات فان الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر يمكن ان يكون محصلة من تجميع وتوزيع المعرفة الداخلية والخارجية داخل المنظمة، اذ أن المنظمة يجب أن تشمل تشارك المعرفة واتخاذ القرارات التعاونية والقيادة التحويلية

لتحسين أدائها بكفاءة وتحقيق أهدافها على الامد البعيد
(Mokhadinyana,2021:18).

اذ ان فهم تأثير البيانات الضخمة في الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر بشكل افضل يمكن المنظمات من دعم وتوفير الموارد المعرفية من اجل مساعدة المنظمة في تطوير افكارها تجاه بيئة العمل، وتشارك المعرفة بشكل يساهم في تحسين الممارسات المستدامة الخضراء وتوليد افكار لبناء وتحسين هيكل المنظمة في ادارة بياناتها الضخمة (Sahoo et al.,2022:3).

واستنادا لما تقدم فان لفهم العلاقة بين البيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر يكمن في ان البيانات الضخمة تمثل اليه لتعزيز قابلية المنظمة على تحديد الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الخضراء المناسبة لتعظيم قيمة المنظمة من خلال استثمار الفرص ومعالجة المشاكل واتخاذ افضل القرارات من اجل احداث التحسين المستمر، وهذا بدوره يساهم في احداث افكار ابداعية جديدة تحسن من اداء المنظمة.

ثانيا: العلاقة بين البيانات الضخمة والقابليات التنافسية

تعمل البيانات الضخمة على تحسين تخطيط وعملية اتخاذ القرار لدى المنظمة، فالمديرين التنفيذيين بحاجة الى استخدام البيانات الضخمة من اجل اتخاذ قرارات والوصول الى معلومات دقيقة في عملياتهم اليومية، فالانظمة والبرمجيات الحديثة تمكن الادارة العليا من اتخاذ قرارات طويلة الامد لتحمل المخاطرة والبقاء في السوق لاطول فترة ممكنة (Anwar et al.,2018:7).

كما تساهم البيانات الضخمة في تعزيز القابليات التنافسية من خلال التأثير على مصادر البيانات، والاجراءات والعمليات والقابليات المستخدمة من اجل ادارة المعرفة الخاصة بهذه البيانات، اذ ان البيانات الضخمة تستخدم اكثر من مرة للحصول على معلومات مختلفة من اجل معالج المشاكل وتحقيق التميز، ما يتطلب قابليات تنافسية واجراءات روتينية وعمليات وقابليات قادرة على تحويل هذه البيانات الى رؤى ذات هدف يساهم في تحسين اداء المنظمة (Rialti et al.,2019:5).

كما ان فهم العلاقة بين البيانات الضخمة والقابليات التنافسية يساهم في تحسين الابداع والمنافسة وانتاجية العاملين (Manyika et al.,2011:12)، ونتيجة لذلك فان هذا الامر يساهم في تعزيز القيمة التي يمكن للمنظمات ان تخلقها من خلال استخدام البيانات الضخمة، كونها تساهم في بناء قابليات تنافسية لاستخراج القيمة المعرفية والنقاطها واكتشافها وتطبيقها قدر الامكان (Mikalef et al.,2017:3).

عند تقييم قيمة الاعمال لاستثمار البيانات الضخمة فمن الضروري تحديد جميع العوامل الاساسية التي تتيح الاستخدام الفاعل لتحسين القابليات التنافسية كعامل تمييز لنجاح المنظمة، ما يعني ان هذا الامر يساهم في تعزيز قابلية المنظمة على تشارك المعرفة وتحسين عملياتها التشغيلية، ما يساهم في تحسين القابليات التنافسية بشكل يخلق موارد ذات قيمة وندرته ويصعب تقليدها (Mikalef et al.,2019:275).

واستنادا لما تقدم فان لفهم العلاقة بين البيانات الضخمة والقابليات التنافسية يكمن في ان البيانات الضخمة تعمل على تحسين اداء المنظمة من خلال تعزيز قابلياتها التنافسية على استثمار الموارد المتاحة امامها المتمثلة بالموارد المادية والمالية والبشرية

والمهارات والمعرفة وتحسين قابلية الشركة على التقاط وتحليل المعرفة من اجل توليد رؤى وفاعلية للبيانات الضخمة من خلال العمليات والادوار والهياكل على مستوى المنظمة.

ثالثا: العلاقة بين الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر والقابليات التنافسية

يعمل التشارك المعرفي على تحسين قابليات المنظمة لالتقاط ونشر الموارد المعرفية وتحسين القابليات التنافسية والفاعلية التنظيمية من خلال ربط ادارة المعرفة الناجحة بالمكونات التنظيمية الخاصة بالابداع والتكنولوجيا والثقافة التنظيمية لضمان نقل المعرفة الصحيحة الى العاملين المناسبين وتسهيل تطبيق الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر والخاصة بالقضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة (Yang & Chen,2007:97).

ان الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر تحسن من القيمة الابداعية للمنظمة التي بدورها تعزز من القابليات التنافسية للمنظمة، كونها تحسن من درجة انفتاح المنظمة على الافكار الجديدة والتنفيذ الناجح للافكار الابداعية، والتقدم نحو تطبيق طرق جديدة ومحسنة لعمل المهام بشكل افضل، كما ان استخدام المنظمة لممارسات مستدامة معرفية يساهم في تطوير الابداع في المنتجات والخدمات وابداع العمليات الداخلية للمنظمة، فضلا عن تحسين القابليات الاستيعابية المحتملة والفعالية لتوليد افكار ابداعية ضرورية لتطوير مهارات العاملين المعرفية (Lo&

(Tian,2020:429).

في المجتمعات المستندة على المعرفة تؤكد المنظمات على جمع المعلومات وتخزينها ونقلها، من أجل تحسين الخصائص الادارية لتطوير الابداعات داخل المنظمة لضمان تحقيق نوع معين من الابداع في القابليات التنافسية للوصول الى اعلى درجات التميز والتعاون داخل المنظمة (Nham et al.,2020:277; Hartono& Sheng,2016:338).

فالتشارك المعرفي الاخضر يمثل خطوة من خطوات ادارة المعرفة لتوفير فرض لاعضاء المنظمة لتشارك المعرفة والتكنولوجيات والخبرات والافكار مع زملائهم، فالتشارك المعرفي الاخضر يساعد العاملين على تحقيق القابليات التنافسية من خلال التعبير عن الاراء والافكار وانتقاد اضعفها وتبادل المعرفة وتنفيذها بشكل مراحل والحصول على المعرفة ومعالجتها وتوزيعها حسب فائدة المنظمة ومدى المساهمة في تحقيق اهدافها (Setyanti et al.,2013:19).

واستنادا لما تقدم فان لفهم العلاقة بين الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر والقابليات التنافسية تحتاج المنظمات الى التركيز بشكل كبير على التشارك المعرفي الاخضر كونه يمثل جزءا اساسيا من ادارة المعرفة نظرا لمساهمة في تحقيق القابليات التنافسية لتبادل المعلومات بين العاملين، واقتراح الافكار والتجارب والخبرة بما يحسن من المهارات الوظيفية لهم.

الفصل الثالث

الجانب العملي للدراسة

المبحث الأول: فحص اداة قياس الدراسة واختبار البيانات

المبحث الثاني: الوصف الاحصائي: عرض نتائج الدراسة وتحليلها

وتفسيرها

المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

المبحث الأول

فحص أداة قياس الدراسة واختبار البيانات

توطئة:

يهدف هذا المبحث الى فحص أداة قياس الدراسة واختبار البيانات الداخلة في التحليل، من خلال التأكد من صدق ودقة أداة قياس الدراسة ومدى قدرتها على توفير النتائج التي تهدف الدراسة الى الاجابة عليها، وقد لخص المبحث في عدة خطوات هي:

الخطوة الأولى: الترميز والتوصيف

تعنى هذه الفقرة في الاهتمام بثلاث متغيرات (البيانات الضخمة، والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر، والقابليات التنافسية) من خلال التعبير عنها بمجموعة من الرموز الهادفة الى تقديم المعنى الدقيق لتفسير البيانات وبناء تصور واضح لدى القارئ بشأن الرموز التي تم استخدامها في التحليلي، ولعل الجدول (12) يبين ترميز وتوصيف متغيرات الدراسة بشكل اوضح.

الجدول (12) ترميز وتوصيف المتغيرات قيد الدراسة

رمز المؤشر الاحصائي		الفقرات	الابعاد الفرعية	المتغير الرئيس
BIGD	BVOL ₁ - BVOL ₄	4	حجم البيانات Volume data	البيانات الضخمة big data
	BVEL ₁ - BVEL ₄	4	سرعة البيانات Velocity data	
	BVAL ₁ - BVAL ₄	4	قيمة البيانات Value data	
	BVER ₁ - BVER ₃	3	تنوع البيانات Veracity data	
	BVAR ₁ - BVAR ₃	3	مصادقية البيانات Variety data	
SGKS	SGKEL ₁ - SGKEL ₅	5	القضاء على التلوث eliminating pollution	الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر sustainable green knowledge sharing
	SGKEN ₁ - SGKEN ₅	5	حماية البيئة المعرفية environmental protection	
	SGKSU ₁ - SGKSU ₅	5	التنمية المستدامة sustainable development	
COCA	CCIN ₁ - CCIN ₃	3	القابليات الابداعية Innovative capability	القابليات التنافسية Competitive Capabilities
	CCMA ₁ - CCMA ₄	4	القابليات التسويقية Marketing capability	
	CCFI ₁ - CCFI ₆	6	القابليات المالية Financial capability	
	CCMN ₁ - CCMN ₃	3	القابليات الادارية Managerial capability	
	CCHU ₁ - CCHU ₄	4	القابليات البشرية Managerial capability	

الخطوة الثانية: اختبار أداة الدراسة

تهتم هذه الفقرة بقياس اختبار أداة الدراسة من خلال عدة فقرات مهمة هي:

1. فحص القيم المفقودة

تهتم هذه الفقرة في بيان البيانات المفقودة جراء الإدخال غير الصحيح لبعض الفقرات، ولعل أهمية هذه الفقرة تكمن في الحرص على تقديم نتائج دقيقة وخالية من الخطأ والخلل، وتظهر هذه العملية تشخيص القيم المفقودة من خلال استخراج التكرارات بتبني الحزمة الإحصائية لبرنامج (SPSS.V.28) والكشف عن التكرارات التي تعاني من أي خلل ومعالجتها قدر الإمكان. والجدول (13) يوضح خلل البيانات من أي قيم مفقودة.

الجدول (13) فحص البيانات المفقودة

البيانات المفقودة	الشركة	الفقرات	البيانات المفقودة	الشركة	الفقرات	البيانات المفقودة	الشركة	الفقرات
0	328	CCIN1	0	328	SGKEL1	0	328	BVOL1
0	328	CCIN2	0	328	SGKEL2	0	328	BVOL2
0	328	CCIN3	0	328	SGKEL3	0	328	BVOL3
0	328	CCMA1	0	328	SGKEL4	0	328	BVOL4
0	328	CCMA2	0	328	SGKEL5	0	328	BVEL1
0	328	CCMA3	0	328	SGKEN1	0	328	BVEL2
0	328	CCMA4	0	328	SGKEN2	0	328	BVEL3
0	328	CCFI1	0	328	SGKEN3	0	328	BVEL4
0	328	CCFI2	0	328	SGKEN4	0	328	BVAL1
0	328	CCFI3	0	328	SGKEN5	0	328	BVAL2
0	328	CCFI4	0	328	SGKSU1	0	328	BVAL3
0	328	CCFI5	0	328	SGKSU2	0	328	BVAL4
0	328	CCFI6	0	328	SGKSU3	0	328	BVER1
0	328	CCMN1	0	328	SGKSU4	0	328	BVER2
0	328	CCMN2	0	328	SGKSU5	0	328	BVER3
0	328	CCMN3				0	328	BVAR1
0	328	CCHU1				0	328	BVAR2
0	328	CCHU2				0	328	BVAR3
0	328	CCHU3						
0	328	CCHU4						

2. اختبار التوزيع الطبيعي

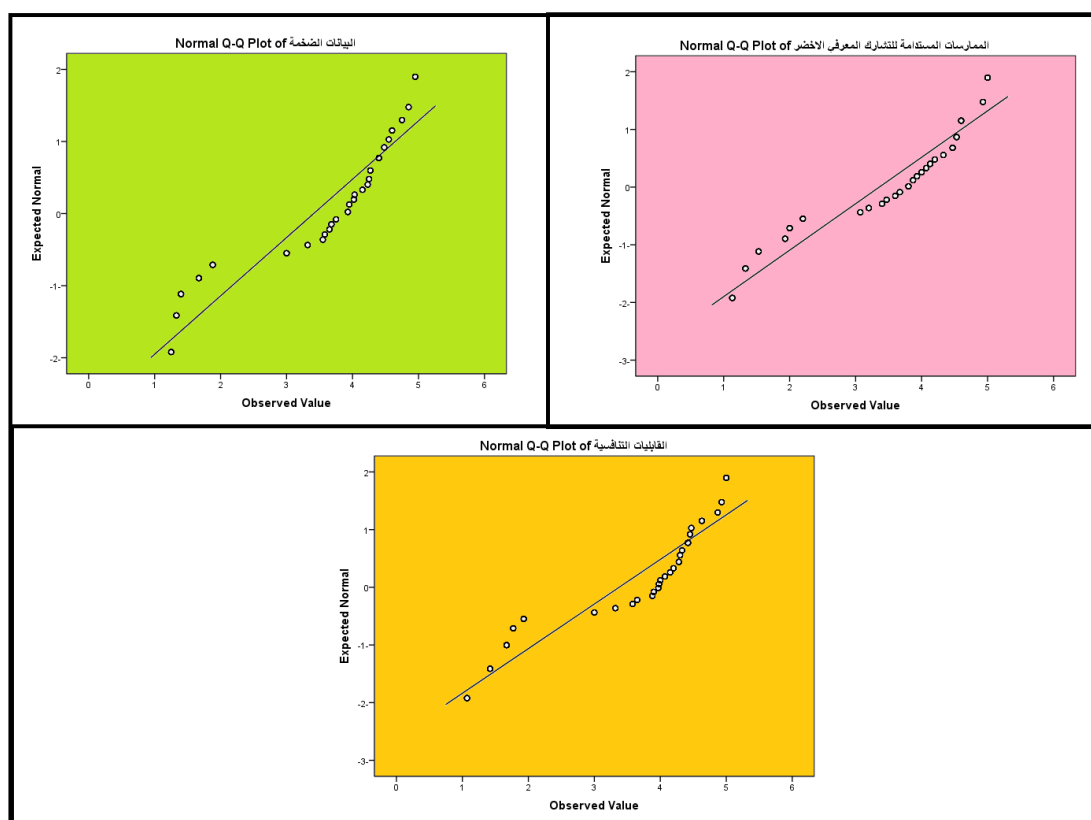
ان الغاية والهدف الاساس من اختبار التوزيع الطبيعي هو فحص البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة من اجل بيان مدى اتباعها الى اختبار التوزيع الطبيعي، اذ تتطلب العينات الخاصة بالبحوث الادارية خاصة والبحوث والعلمية عامة الاكبر من (30) مشاهدة، وعليه فان هذا الامر يتطلب استخدام مجموعة من الاختبارات الكفيلة على الاجابة على هذا التساؤل واستخراج النتائج الضرورية التي تصب في توضيح طبيعة الاجابة على هذا التساؤل، وبالتالي فان الاختبارات المستعملة والاكثر شيوعها في هذا الصدد تتمثل في اختباري كلومجروف - سيمنروف (Kolmogorov - Smirnov) الذي يعتمد على قيمة (P-value)، ولكي نتصف بعملية القبول يتعين ان تكون القيمة المعنوية اعلى من (0.05)، بينما اذا كانت القيمة المعنوية اقل من (0.05) فهذا يعني ان البيانات لا تخضع الى التوزيع الطبيعي ولا يمكن استخدام اختبارات المعلمية في هذا الصدد، ويستحسن استخدام الاختبارات اللامعلمية من اجل استخراج النتائج المطلوبة.

يلاحظ من نتائج الجدول (14) ان البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي واتخذت مسار خطي في انتشارها، ما يعني أن شكل توزيع بيانات الشركة مشابه تقريباً للتوزيع الطبيعي ولا يعاني من حالة عدم التوازن، وهذا يقودنا إلى أن نقبل الافتراض القائل بأن بيانات متغيرات الدراسة مسحوبة من مجتمع تتبع بياناته التوزيع الطبيعي

الجدول (14) اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

المتغير الرئيس	الابعاد الفرعية	الفقرات	احصائية اختبار (Kol-Smi)	(Sig.)
البيانات الضخمة	حجم البيانات	4	3.362	0.200*
	سرعة البيانات	4	3.279	
	قيمة البيانات	4	3.916	
	تنوع البيانات	3	4.381	
	مصادقية البيانات	3	4.775	
			3.630	

	2.905	3.003	5	القضاء على التلوث	الممارسات
		2.955	5	حماية البيئة المعرفية	المستدامة للتشارك
		3.454	5	التنمية المستدامة	المعرفي الاخضر
	4.074	3.557	3	القابليات الابداعية	القابليات التنافسية
		3.205	4	القابليات التسويقية	
		4.047	6	القابليات المالية	
		4.488	3	القابليات الادارية	
		3.182	4	القابليات البشرية	



الشكل (4) التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

الخطوة الثالثة: اختبار مقاييس الدراسة (الصدق والثبات)

1. الصدق الظاهري

يشير الصدق الظاهري الى عرض اداة القياس (الاستبانة) على مجموعة من ذوي الخبرة والاختصاص والذين يطلق عليهم بالمحكمين وهم من نخبة الاساتذة في الجامعات قيد الدراسة والتخصص، من اجل تنقيح اداة وفقرات وابعاد الدراسة وازهارها برونق افضل يتلائم مع طبيعة

الشركة المدروسة، وفي ضوء ذلك فقد اظهرت نسبة الاتفاق البالغة (79%) ان اعادة صياغة بعض الفقرات سوف يسهم في تحسين طبيعة الابعاد وتربطها وتحقيق الهدف الذي وضعت من اجله (انظر الملحق 1).

2. الصدق البنائي

يهدف التحليل البنائي الى التعرف على صدق وثبات اداة الدراسة، مما يتحتم على الباحث الاستعانة بالتحليل العاملي التوكيدي لبيان طبيعة ونوع التشبعات المقبولة التي اكد عليها (Hair et al., 2010) والبالغة (30%) ولجميع الفقرات الخاصة بالدراسة وبواقع (53) فقرة، كونه يمثل من افضل الاساليب الاحصائية التي يمكن توظيفها في بيان نمذجة البحوث الادارية، ولعل اشهر الحزم الاحصائية التي يمكن استخدامها من اجل قياس نمذجة المعادلة الهيكلية الخاصة بالتحليل العاملي التوكيدي هي حزمة (AMOS.V.26) على البيانات المسحوبة من عينة الدراسة تجاه المتغير المستقل الاول (البيانات الضخمة)، والمتغير المستقل الثاني (الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر)، والمتغير التابع (القابليات التنافسية)، وعلى هذا المنوال يمكن بيان نمذجة المعادلة الهيكلية وقف الاتي:

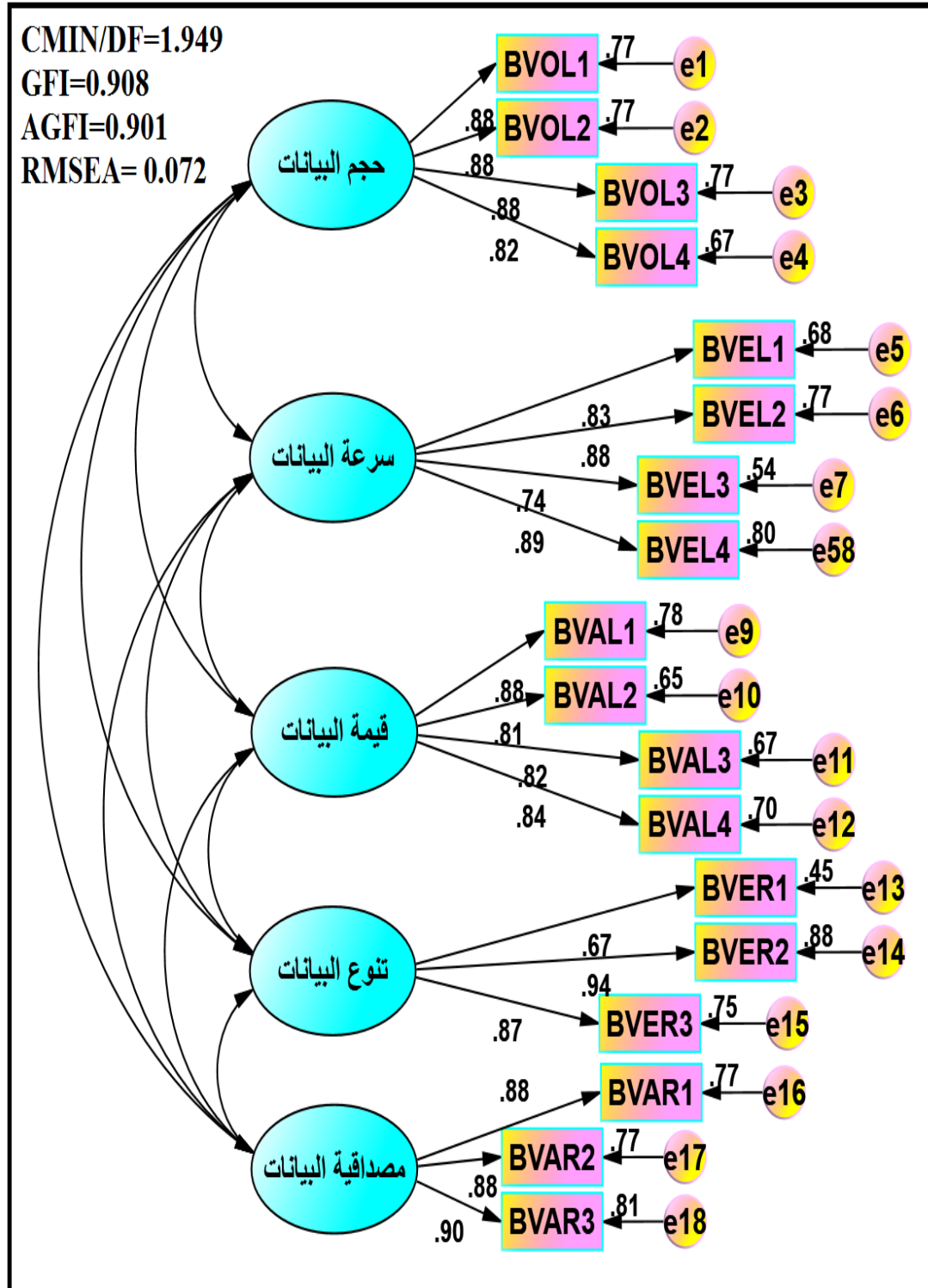
المتغيرات المستقلة:

اولا: مقياس البيانات الضخمة

يلاحظ من الشكل (5) ان جميع فقرات متغير البيانات الضخمة حصلت على تشبعات اكبر من (30%) وبواقع خمسة ابعاد، و(18) فقرة لتستقر عند مؤشر جودة مطابقة نسبت قيمة مربع كاي سكوير (X^2) الى درجة الحرية (df) مقدارها (1.949) لتحقيق المعيار المطلوب اقل من (5)، وبمؤشر حسن مطابقة ($GFI=0.908$) اكبر من (0.90)، ومؤشر حسن مطابقة مصحح قيمته ($AGFI=0.901$) اكبر من (0.90)، وبمؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي

(RMSEA=0.072) اعلى من (0.05) واقل من (0.08)، وهذا يظهر ان جميع المؤشرات

تتلي المعايير التي وضعها (Hair et al.,2010).



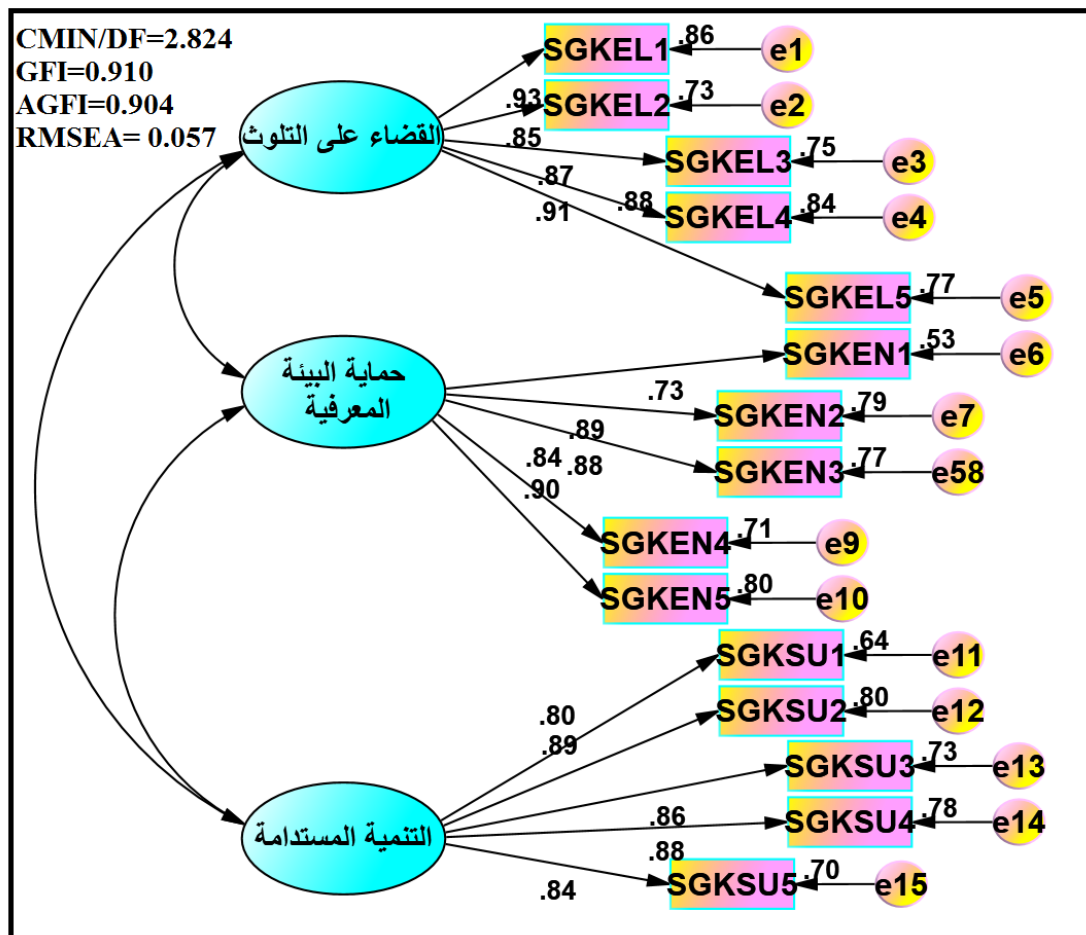
الشكل (5) الانموذج البنائي المعدل لمتغير البيانات الضخمة

الجدول (14) التقديرات الاحصائية لمتغير البيانات الضخمة

الاحتمالية	القيمة الدرجة	الخطأ المعياري	التقديرات اللامعيارية	التقديرات المعيارية	المسار		
			1.000	.879	BVOL1	<---	حجم البيانات
***	26.976	.040	1.066	.877	BVOL2	<---	حجم البيانات
***	26.905	.031	.823	.875	BVOL3	<---	حجم البيانات
***	23.571	.041	.974	.819	BVOL4	<---	حجم البيانات
			1.000	.827	BVEL1	<---	سرعة البيانات
***	24.109	.045	1.092	.877	BVEL2	<---	سرعة البيانات
***	18.094	.050	.906	.737	BVEL3	<---	سرعة البيانات
***	24.539	.048	1.183	.894	BVEL4	<---	سرعة البيانات
			1.000	.885	BVAL1	<---	قيمة البيانات
***	23.906	.037	.888	.809	BVAL2	<---	قيمة البيانات
***	24.268	.037	.895	.820	BVAL3	<---	قيمة البيانات
***	25.441	.032	.812	.837	BVAL4	<---	قيمة البيانات
			1.000	.671	BVER1	<---	تنوع البيانات
***	17.998	.079	1.418	.936	BVER2	<---	تنوع البيانات
***	16.989	.074	1.259	.867	BVER3	<---	تنوع البيانات
			1.000	.877	BVAR1	<---	مصادقية البيانات
***	27.030	.036	.983	.877	BVAR2	<---	مصادقية البيانات
***	28.841	.034	.976	.903	BVAR3	<---	مصادقية البيانات

ثانيا: مقياس الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر

يلاحظ من الشكل (6) ان جميع فقرات متغير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر حصلت على تشبعات اكبر من (30%) وبواقع ثلاث ابعاد، و (15) فقرة لتستقر عند مؤشر جودة مطابقة نسبت قيمة مربع كاي سكوير (X^2) الى درجة الحرية (df) مقدارها (2.824) لتحقيق المعيار المطلوب اقل من (5)، وبمؤشر حسن مطابقة ($GFI=0.910$) اكبر من (0.90)، ومؤشر حسن مطابقة مصحح قيمته ($AGFI=0.904$) اكبر من (0.90)، وبمؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي ($RMSEA=0.057$) اعلى من (0.05) واقل من (0.08)، وهذا يظهر ان جميع المؤشرات تلبى المعايير التي وضعها (Hair et al., 2010).



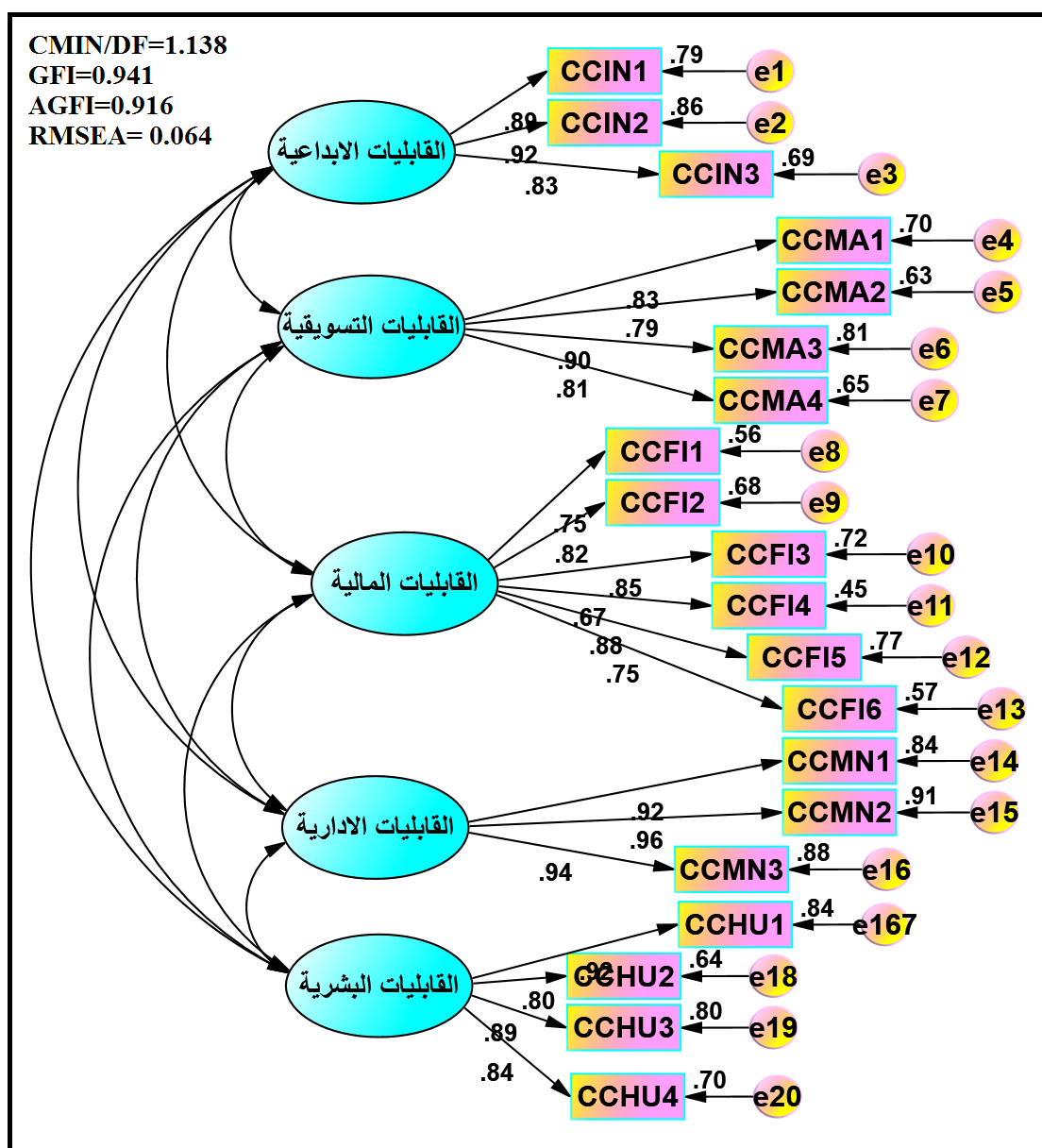
الشكل (6) الانموذج البنائي لمتغير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر

الجدول (16) التقديرات الاحصائية لمتغير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر

الاحتمالية	القيمة الدرجة	الخطأ المعياري	التقديرات اللامعيارية	التقديرات المعيارية	المسار		
			1.000	.926	SGKEL1	<---	القضاء على التلوث
***	27.164	.036	.971	.854	SGKEL2	<---	القضاء على التلوث
***	28.208	.031	.872	.869	SGKEL3	<---	القضاء على التلوث
***	32.734	.029	.939	.914	SGKEL4	<---	القضاء على التلوث
***	28.855	.027	.789	.880	SGKEL5	<---	القضاء على التلوث
			1.000	.728	SGKEN1	<---	حماية البيئة المعرفية
***	20.354	.072	1.472	.887	SGKEN2	<---	حماية البيئة المعرفية
***	19.857	.069	1.376	.876	SGKEN3	<---	حماية البيئة المعرفية
***	18.793	.076	1.419	.840	SGKEN4	<---	حماية البيئة المعرفية
***	20.288	.069	1.391	.895	SGKEN5	<---	حماية البيئة المعرفية
			1.000	.799	SGKSU1	<---	التنمية المستدامة
***	27.486	.039	1.062	.892	SGKSU2	<---	التنمية المستدامة
			1.000	.856	SGKSU3	<---	التنمية المستدامة
***	27.022	.044	1.183	.885	SGKSU4	<---	التنمية المستدامة
***	23.732	.040	.956	.839	SGKSU5	<---	التنمية المستدامة

المتغير التابع: مقياس القابليات التنافسية

يلاحظ من الشكل (7) ان جميع فقرات متغير القابليات التنافسية حصلت على تشبعات اكبر من (30%) وبواقع خمسة ابعاد، و(20) فقرة لتستقر عند مؤشر جودة مطابقة نسبت قيمة مربع كاي سكوير (X^2) الى درجة الحرية (df) مقدارها (1.138) لتحقيق المعيار المطلوب اقل من (5)، وبمؤشر حسن مطابقة ($GFI=0.941$) اكبر من (0.90)، ومؤشر حسن مطابقة مصحح قيمته ($AGFI=0.916$) اكبر من (0.90)، وبمؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي ($RMSEA=0.064$) اعلى من (0.05) واقل من (0.08)، وهذا يظهر ان جميع المؤشرات تلبي المعايير التي وضعها (Hair et al.,2010).



الشكل (7) الانموذج البنائي لمتغير القابليات التنافسية

الجدول (17) التقديرات الاحصائية لمتغير القابليات التنافسية

الاحتمالية	القيمة الدرجة	الخطأ المعياري	التقديرات اللامعيارية	التقديرات المعيارية	المسار	
			1.000	.889	CCIN1	القابليات الابداعية
***	32.365	.037	1.202	.925	CCIN2	القابليات الابداعية

***	25.265	.038	.955	.831	CCIN3	<---	القابليات الابداعية
			1.000	.835	CCMA1	<---	القابليات التسويقية
***	21.261	.048	1.013	.791	CCMA2	<---	القابليات التسويقية
***	26.618	.046	1.219	.898	CCMA3	<---	القابليات التسويقية
***	21.496	.043	.920	.805	CCMA4	<---	القابليات التسويقية
			1.000	.750	CCFI1	<---	القابليات المالية
***	19.232	.060	1.147	.822	CCFI2	<---	القابليات المالية
***	19.960	.062	1.228	.846	CCFI3	<---	القابليات المالية
***	15.271	.056	.854	.673	CCFI4	<---	القابليات المالية
***	20.688	.063	1.297	.880	CCFI5	<---	القابليات المالية
***	17.316	.065	1.125	.752	CCFI6	<---	القابليات المالية
			1.000	.915	CCMN1	<---	القابليات الادارية
***	38.924	.028	1.080	.955	CCMN2	<---	القابليات الادارية
***	36.042	.027	.976	.936	CCMN3	<---	القابليات الادارية
			1.000	.917	CCHU1	<---	القابليات البشرية
***	24.424	.041	1.002	.802	CCHU2	<---	القابليات البشرية
***	29.608	.037	1.088	.894	CCHU3	<---	القابليات البشرية
***	26.092	.037	.968	.838	CCHU4	<---	القابليات البشرية

الخطوة الرابعة: اختبار ثبات القياس ادا الدراسة

يمثل هذا الاختبار تحليلا احصائياً عن مستوى موثوقية البيانات التي حصل عليها الباحث جراء

توزيعها للاستبانة على عينة من (328) قيادي، فضلا عن امكانية توصلها لنتائج تتسم بالثبات

وعبر توظيفها لاختبار الثبات بطريقة (Alpha Cronbach's)، إذ يأخذ هذا الاختبار على عاتقه توفير شروط الثبات في بيانات الاستبانة عندما تكون قيمته أكبر من (70%) (Bartholomew, 1996: 24)، والجدول (18) يبين نتائج اختبار ثبات الاستبانة التي يمكن تفسيرها كما يلي:

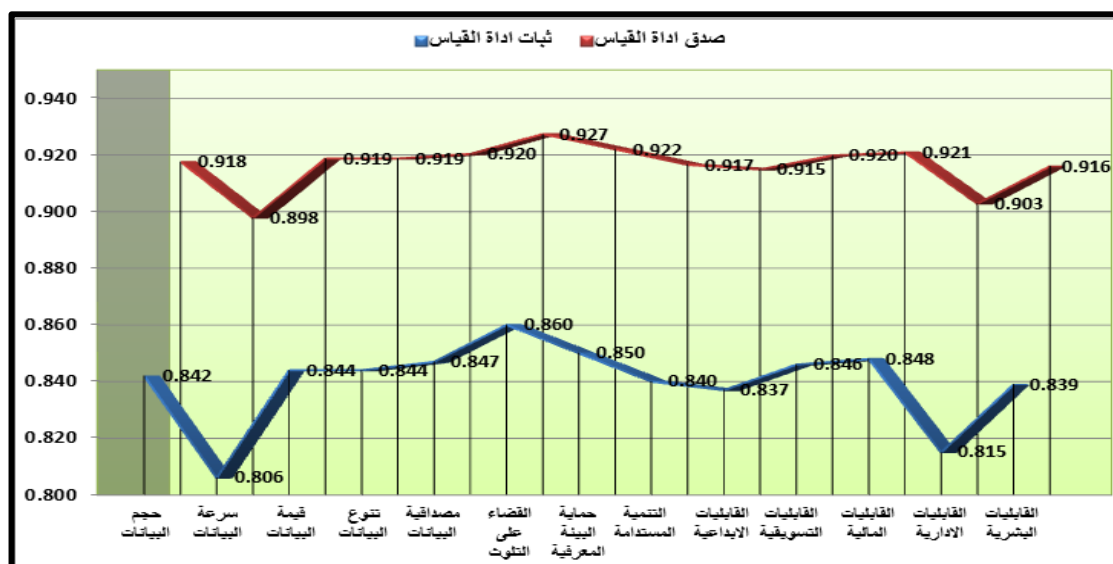
أ. حازت النتائج ان متغير (البيانات الضخمة) والمتمثل بخمسة ابعاد وبواقع (18) فقرة حصل على ثبات (Cronbach's Alpha = 0.874) بما يعادل مصداقية قدرها (0.935)، اما ثبات ابعاد البيانات الضخمة فقد تراوحت بين اقل قيمة (0.806) لبُعد سرعة البيانات، واعلى قيمة (0.847) لبُعد مصداقية البيانات، وهذا اظهر اتساق فقرات الاستبانة وتحقيق المؤشرات لشروط الثبات المفروضة (70%).

ب. تبين النتائج ان متغير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر والمتمثل في ثلاث ابعاد وبواقع (15) فقرة حصل على ثبات (Cronbach's Alpha = 0.887) بما يعادل مصداقية قدرها (0.942)، اما ثبات ابعاد الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر فقد تراوحت بين اقل قيمة (0.840) لبُعد التنمية المستدامة، واعلى قيمة (0.860) لبُعد القضاء على التلوث، وهذا اظهر اتساق فقرات الاستبانة وتحقيق المؤشرات لشروط الثبات المفروضة (70%).

ت. حازت النتائج ان المتغير التابع (القابليات التنافسية) والمتمثل في خمسة ابعاد وبواقع (20) فقرة حصل على ثبات (Alpha Cronbach's = 0.874) بما يعادل مصداقية قدرها (0.935)، اما ثبات ابعاد القابليات التنافسية فقد تراوحت بين اقل قيمة (0.815) لبُعد القابليات الادارية، واعلى قيمة (0.848) لبُعد القابليات المالية، وهذا اظهر اتساق فقرات الاستبانة وتحقيق المؤشرات لشروط الثبات المفروضة (70%).

الجدول (18) اختبار ثبات الاستبانة

المتغير الرئيس	الابعاد الفرعية	الفقرات	ثبات اداة القياس	صدق اداة القياس
البيانات الضخمة	حجم البيانات	4	0.842	0.918
	سرعة البيانات	4	0.806	0.898
	قيمة البيانات	4	0.844	0.919
	تنوع البيانات	3	0.844	0.919
	مصادقية البيانات	3	0.847	0.920
الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر	القضاء على التلوث	5	0.860	0.927
	حماية البيئة المعرفية	5	0.850	0.922
	التنمية المستدامة	5	0.840	0.917
القابليات التنافسية	القابليات الابداعية	3	0.837	0.915
	القابليات التسويقية	4	0.846	0.920
	القابليات المالية	6	0.848	0.921
	القابليات الادارية	3	0.815	0.903
	القابليات البشرية	4	0.839	0.916



الشكل (8) اهمية ثبات ومصادقية اداة القياس

المبحث الثاني

الوصف الاحصائي: عرض نتائج الدراسة وتحليلها وتفسيرها

يهتم هذا المبحث بوصف نتائج الدراسة من خلال استعراض آراء وتفضيلات القيادات العليا عينة الدراسة وتحديد مستوى اتفاق وملائمة فقرات اداة القياس تجاه الشركة المبحوثة بواسطة التركيز على التحليلات الاحصائية الوصفية المتمثلة بـ (المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والاهمية النسبية، ومستوى واتجاه الاجابة لكل فقرة من فقرات المتغيرات قيد الدراسة والمتمثلة في:

المحور الاول: المتغيرات المستقلة/

اولا: متغير (البيانات الضخمة) وبواقع خمسة ابعاد (حجم البيانات، وسرعة البيانات، وقيمة البيانات، وتنوع البيانات، ومصادقية البيانات) و(18) فقرة.

ثانيا: متغير (الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر) وبواقع ثلاث ابعاد (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة) و(15) فقرة.

المحور الثاني: وضم المتغير التابع (القابليات التنافسية) وتمحور في خمسة ابعاد (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية) وبواقع (20) فقرة.

وعليه فمن اجل قياس مستوى واتجاه الاجابة فانه يمكن تبويب مقياس ليكرت الخماسي من اجل استخراج الفئات اليت يمكن من خلالها الحكم على مستوى واتجاه اجابة عينة الدراسة تجاه فقرات الدراسة من خلال تحديد الفئات بأيجاد المدى (5-1=4) ، ومن ثم قسمة المدى على عدد الفئات (5) (0.80=5/4)، وبعد ذلك يضاف (0.80) الى الحد الادنى.

بينما قياس الاهمية النسبية فيتم من قسمة اقل واعلى فئة من فئات مستوى واتجاه الاجابة على اعلى تدرج في مقياس ليكرت الخماسي (5)، ويوضح الجدول (19) درجة مفاضلة مستوى واتجاه الاجابة

الجدول (19) مستوى توافر متغيرات الدراسة

اتجاه الاجابة	الفئات	مستوى الاجابة
لا اتفق تماما	1 - 1.80	منخفض جدا
لا اتفق	1.81 - 2.60	منخفض
محايد	2.61 - 3.40	معتدل
اتفق	3.41 - 4.20	مرتفع
اتفق تماما	4.21 - 5	مرتفع جدا
الفئات		مستوى الاهمية النسبية
0.01 - 0.36		ضعيف جداً
0.36 - 0.52		ضعيف
0.52 - 0.68		متوفرة
0.68 - 0.84		متوفرة بشكل جيد
0.84 - 1		متوفرة بشكل عالٍ

أولاً:- البيانات الضخمة

البُعد الاول: حجم البيانات

يلاحظ من الجدول (20) نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لفقرات بُعد حجم البيانات الذي تم قياسه من خلال اربعة فقرات ($BVOL_1 - BVOL_4$)، اذ بلغ الوسط الحسابي الاجمالي لهذا البُعد (3.47) والانحراف المعياري قدره (0.32) وباهتمام نسبي مساو لـ (69%)، وهذا يدل على اتفاق افراد الشركة المبحوثة على فقرات هذا البُعد كان

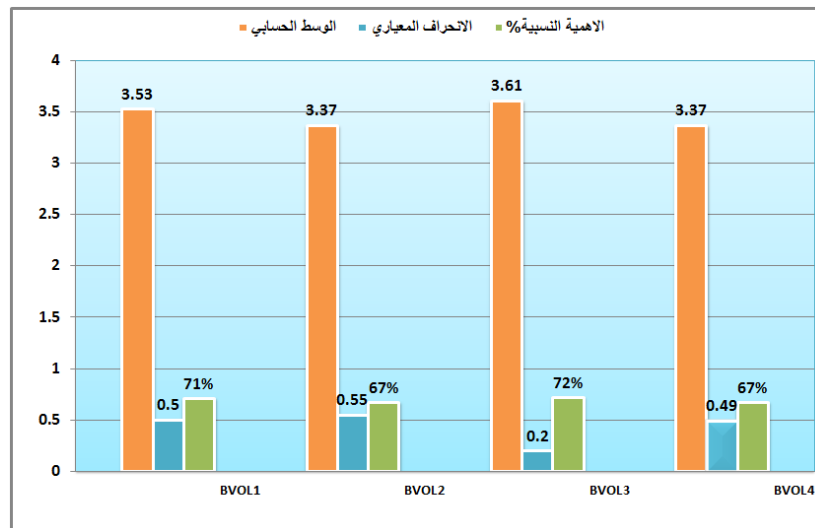
مرتفعاً ما يعني ادراك الشركة المدروسة فحص البيانات بشكل دوري من اجل ضمان سهولة تحليلها والتعامل معها.

وحازت الفقرة الثالثة على اعلى وسط حسابي ومقداره (3.61) وبانحراف معياري (0.20) ما يعني ان العاملين تلتزم بفلسفة إدارة البيانات وهذا ساهم في تحقيق اهتمام نسبي قدره (72%) وهذا يدل على ان مستوى الاجابات كان مرتفعاً، مشيراً لاهتمام الشركة في فحص البيانات بشكل مستمر للتخلص من البيانات المضرة وغير المفيدة.

وحصلت الفقرة الرابعة على ادنى وسط حسابي (4.37) وبانحراف معياري مساو لـ (0.49) وباهتمام نسبي (67%)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لاهمية النظر الى استخدام البيانات الضخمة في تطوير عملياتها الداخلية، والشكل (9) يوضح تمثيل اجابات عينة الدراسة حول فقرات بُعد حجم البيانات.

الجدول (20) عرض وتحليل وتفسير بُعد حجم البيانات

رمز الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %	ترتيب الاهمية
BVOL1	3.53	0.50	71%	2
BVOL2	3.37	0.55	67%	3
BVOL3	3.61	0.20	72%	1
BVOL4	3.37	0.49	67%	4
معدل بُعد حجم البيانات				
الوسط الحسابي		3.47	الانحراف المعياري	0.32
الاهمية النسبية				
69%				



الشكل (9) توزيع اهمية وصف بُعد حجم البيانات

البُعد الثاني: سرعة البيانات

يبيد الجدول (21) نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لفقرات بُعد سرعة البيانات الذي تم قياسه من خلال اربعة فقرات ($BVEL_1 - BVEL_4$)، اذ بلغ الوسط الحسابي الاجمالي لهذا البُعد (3.31) والانحراف المعياري قدره (0.26) وباهتمام نسبي مساو لـ (66%)، وهذا يدل على اتفاق افراد الشركة المبحوثة على فقرات هذا البُعد كان معتدلا، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لاهمية تحليل البيانات بسرعة وبمجرد استلامها من اجل ضمان تدفق واستمرارية معالجة البيانات بشكل دقيق.

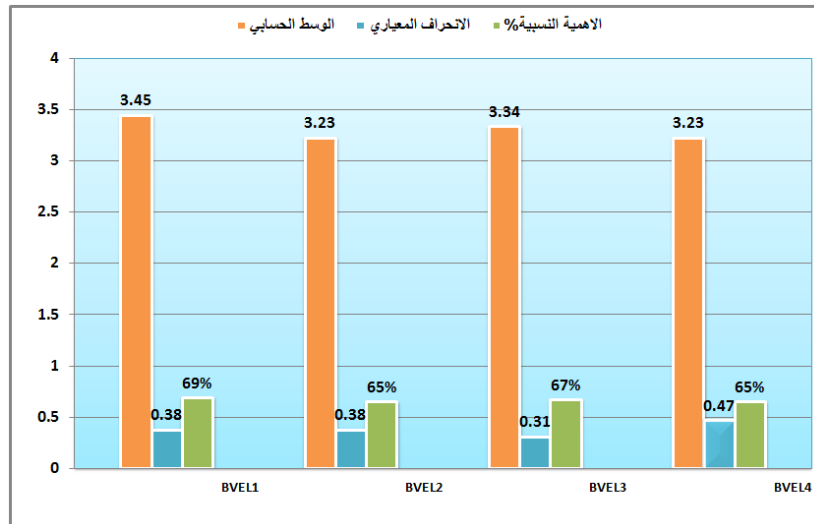
وحازت الفقرة الاولى على اعلى وسط حسابي ومقداره (3.45) وبانحراف معياري (0.38) ما يعني ان الشركة المدروسة تهتم بتقليص الفترات الزمنية من اجل الحصول على اكبر قدر ممكن من البيانات الجديدة واستثمارها بشكل سريع من اجل استغلال الفرص للحصول المزيد من المردودات المالية وبناء سمعة ايجابية تجاه سرعة وامكانية

خدماتها في تلبية متطلبات الزبائن لديها، وهذا ساهم في تحقيق اهتمام نسبي قدره (69%) وهذا يدل على ان مستوى الاجابات كان مرتفعاً على هذه الفقرة.

وحصلت الفقرة الرابعة على ادنى وسط حسابي (3.23) وبانحراف معياري مساو لـ (0.47) وباهتمام نسبي (65%)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لاهمية اكتشاف المزيد من البيانات الضخمة بهدف استثمارها في تحسين قابليات العاملين لديها، والشكل (10) يوضح تمثيل اجابات عينة الدراسة حول فقرات بُعد سرعة البيانات.

الجدول (21) عرض وتحليل وتفسير بُعد سرعة البيانات

رمز الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية%	ترتيب الاهمية
BVEL1	3.45	0.38	69%	1
BVEL2	3.23	0.38	65%	3
BVEL3	3.34	0.31	67%	2
BVEL4	3.23	0.47	65%	4
معدل بُعد سرعة البيانات				
الوسط الحسابي		3.31	الانحراف المعياري	0.26
الاهمية النسبية				
66%				



الشكل (10) توزيع اهمية وصف بُعد سرعة البيانات

البُعد الثالث: قيمة البيانات

يوضح الجدول (22) نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لفقرات بُعد قيمة البيانات الذي تم قياسه من خلال اربعة فقرات ($BVAL_1 - BVAL_4$)، اذ بلغ الوسط الحسابي الاجمالي لهذا البُعد (3.34) والانحراف المعياري قدره (0.30) وباهتمام نسبي مساو لـ (67%)، وهذا يدل على اتفاق افراد الشركة المبحوثة على فقرات هذا البُعد كان معتدلاً.

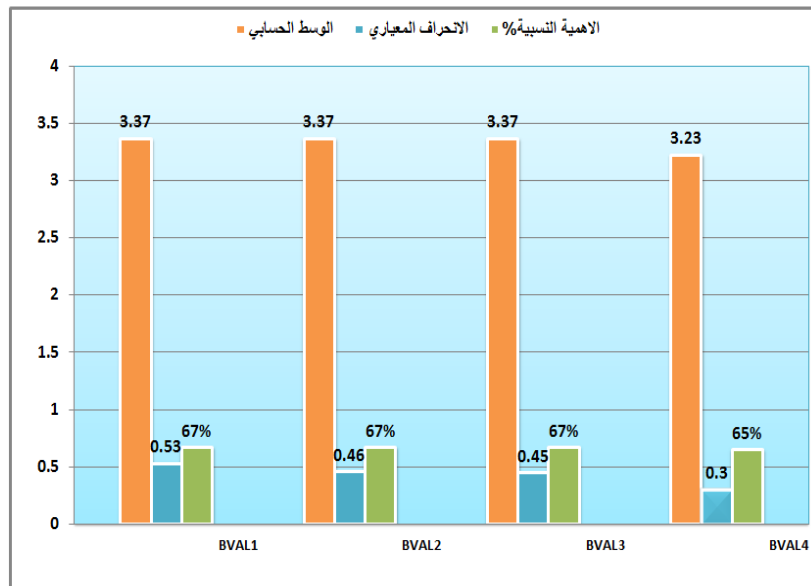
وتصدرت الفقرة الثالثة على اعلى وسط حسابي ومقداره (3.37) وبانحراف معياري (0.45) ما يعني ان الشركة تهتم بقيمة البيانات من خلال معالجتها وتوليد فوائد من خلال التحليل الدقيق الذي يرفع من قيمتها، وهذا ساهم في تحقيق اهتمام نسبي قدره (67%) وهذا يدل على ان مستوى الاجابات كان معتدلاً على هذه الفقرة.

وتضمنت الفقرة الرابعة على ادنى وسط حسابي (3.23) وبانحراف معياري مساو لـ (0.30) وباهتمام نسبي (65%)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لاهمية معالج

البيانات بشكل يحقق فوائد اعلى من تكلفة جمعها وتحليلها، والشكل (11) يوضح تمثيل اجابات عينة الدراسة حول فقرات بُعد قيمة البيانات.

الجدول (22) عرض وتحليل وتفسير بُعد قيمة البيانات

رمز الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %	ترتيب الاهمية
BVAL1	3.37	0.53	67%	3
BVAL2	3.37	0.46	67%	2
BVAL3	3.37	0.45	67%	1
BVAL4	3.23	0.30	65%	4
معدل بُعد قيمة البيانات				
الوسط الحسابي		3.34	الانحراف المعياري	0.30
الاهمية النسبية				
%67				



الشكل (11) توزيع اهمية وصف بُعد قيمة البيانات

البُعد الرابع: تنوع البيانات

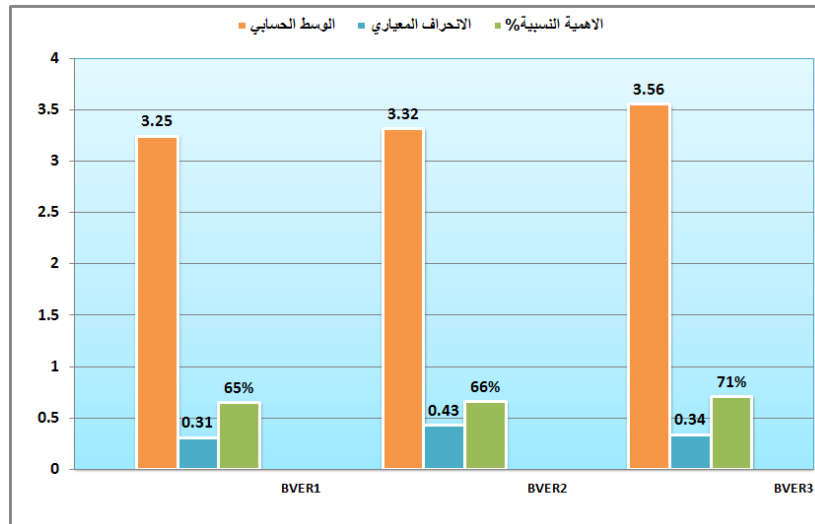
يبيد الجدول (23) نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لفقرات بُعد تنوع البيانات الذي تم قياسه من خلال ثلاث فقرات ($BVER_1-BVER_3$)، اذ بلغ الوسط الحسابي الاجمالي لهذا البُعد (3.38) والانحراف المعياري قدره (0.23) وباهتمام نسبي مساو لـ (68%)، وهذا يدل على اتفاق افراد الشركة المبحوثة على فقرات هذا البُعد كان معتدلاً.

وحازت الفقرة الثالثة على اعلى وسط حسابي ومقداره (3.56) وبانحراف معياري (0.34) ما يعني ان الشركة المدروسة تهتم بتنوع البيانات من خلال التركيز على فحص البيانات اليت يتم الحصول عليها من مصادر مختلفة، وهذا ساهم في تحقيق اهتمام نسبي قدره (71%) وهذا يدل على ان مستوى الاجابات كان مرتفعاً على هذه الفقرة.

وحصلت الفقرة الاولى على ادنى وسط حسابي (3.25) وبانحراف معياري مساو لـ (0.31) وباهتمام نسبي (65%)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لاهمية التركيز على تحليل مختلف البيانات التي يتم الحصول عليها وتبويبها بشكل يساهم في احسن من قيمة ودقة هذه البيانات، والشكل (12) يوضح تمثيل اجابات عينة الدراسة حول فقرات بُعد تنوع البيانات.

الجدول (23) عرض وتحليل وتفسير بُعد تنوع البيانات

رمز الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية%	ترتيب الاهمية
BVER1	3.25	0.31	65%	3
BVER2	3.32	0.43	66%	2
BVER3	3.56	0.34	71%	1
معدل بُعد تنوع البيانات				
الوسط الحسابي		3.38	الانحراف المعياري	0.23
الاهمية النسبية				
68%				



الشكل (12) توزيع اهمية وصف بُعد تنوع البيانات

البُعد الخامس: مصداقية البيانات

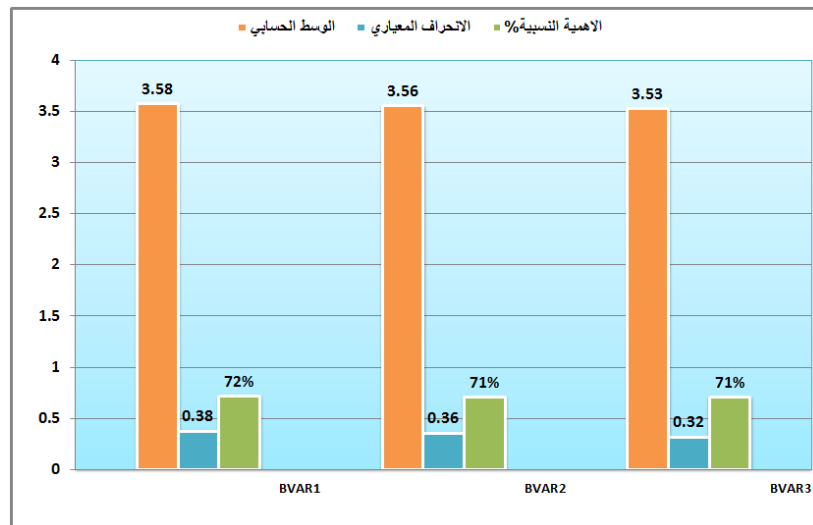
يلاحظ من الجدول (24) نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لفقرات بُعد مصداقية البيانات الذي تم قياسه من خلال ثلاث فقرات ($BVAR_1 - BVAR_3$)، اذ بلغ الوسط الحسابي الاجمالي لهذا البُعد (3.56) والانحراف المعياري قدره (0.28) وباهتمام نسبي مساو لـ (71%)، وهذا يدل على اتفاق افراد الشركة المبحوثة على فقرات هذا البُعد كان مرتفعاً.

وحازت الفقرة الاولى على اعلى وسط حسابي ومقداره (3.58) وبانحراف معياري (0.38) ما يعني ان الشركة المبحوثة تهتم بمصداقية البيانات التي تحصل عليها من زبائنهم وتركز على جودتها بشكل كبير، ووهذا ساهم في تحقيق اهتمام نسبي قدره (72%) وهذا يدل على ان مستوى الاجابات كان مرتفعاً.

وحصلت الفقرة الثالثة على ادنى وسط حسابي (3.53) وبانحراف معياري مساو لـ (0.32) وباهتمام نسبي (71%)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لاهمية التركيز على معالجة البيانات بمصداقية واتساق عالي، والشكل (13) يوضح تمثيل اجابات عينة الدراسة حول فقرات بُعد مصداقية البيانات.

الجدول (24) عرض وتحليل وتفسير بُعد مصداقية البيانات

رمز الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %	ترتيب الاهمية
BVAR1	3.58	0.38	72%	1
BVAR2	3.56	0.36	71%	2
BVAR3	3.53	0.32	71%	3
معدل بُعد مصداقية البيانات				
	الوسط الحسابي	3.56	الانحراف المعياري	0.28
الاهمية النسبية				
71%				



الشكل (13) توزيع اهمية وصف بُعد مصداقية البيانات

خلاصة متغير البيانات الضخمة

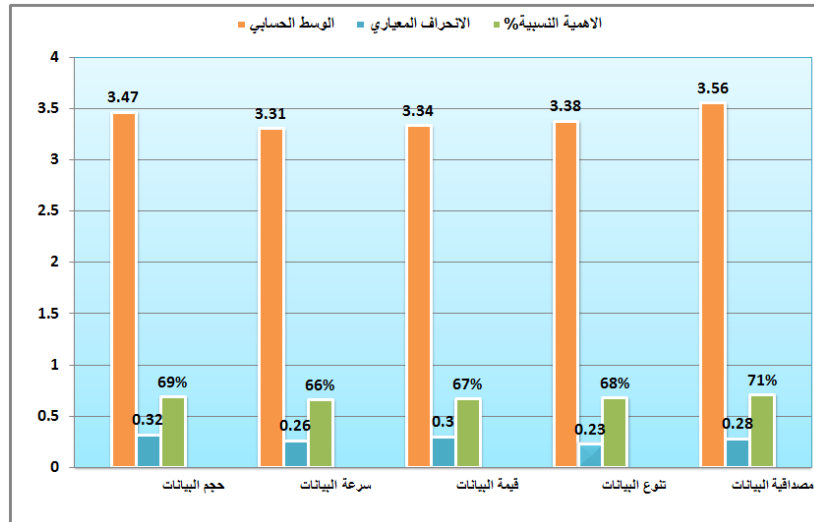
يتضح من النتائج المستعرضة في الجدول (25) حصول متغير البيانات الضخمة على

اتفاق عدد من افراد الشركة المدروسة وبمتوسط حسابي مرتفع مقداره (3.41)، وبأهمية

نسبية جيدة (68%) وانحراف معياري (0.24)، وقد اظهرت النتائج ان مستوى اهتمام العاملين في الشركة المدروسة والحرص على مصداقية وجودة البيانات العالية يعود الى حيازة بُعد مصداقية البيانات على المرتبة الاولى بمتوسط حسابي قدره (3.56) وانحراف معياري مساوٍ لـ (0.28) ما يعني اهتمام الشركة المدروسة بتطوير قدراتها التقنية الضخمة من اجل التخلص من حالة عدم التأكد وعدم الثقة وتحسين مصداقية الزبائن بحرص الشركة على حفظ بياناتهم بسرية تامة، وهذا حاز على اهتمام نسبي قدره (71%)، كما حصل بُعد سرعة البيانات على وسط حسابي قيمته (3.31) مشيراً الى اعتدالية اجابات العاملين في الشركة المدروسة تجاه اهمية تحسين قدراتها بمقدار (66%)، والشكل (14) يوضح تمثيل اجابات عينة الدراسة حول ابعاد متغير البيانات الضخمة.

الجدول (25) عرض وتحليل وتفسير متغير البيانات الضخمة

الترتيب الاهمية	الاهمية النسبية%	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البُعد
2	69%	0.32	3.47	حجم البيانات
5	66%	0.26	3.31	سرعة البيانات
4	67%	0.30	3.34	قيمة البيانات
3	68%	0.23	3.38	تنوع البيانات
1	71%	0.28	3.56	مصداقية البيانات
معدل متغير البيانات الضخمة				
0.24	الانحراف المعياري	3.41	الوسط الحسابي	
الاهمية النسبية				
%68				



الشكل (14) توزيع اهمية وصف متغير البيانات الضخمة

ثانياً: - الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر

البُعد الاول: القضاء على التلوث

يستعرض الجدول (26) نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لفقرات بُعد القضاء على التلوث الذي تم قياسه من خلال خمسة فقرات ($SGKEL_1-SGKEL_5$)، اذ بلغ الوسط الحسابي الاجمالي لهذا البُعد (3.40) والانحراف المعياري قدره (0.34) وباهتمام نسبي مساو لـ (68%)، وهذا يدل على اتفاق افراد الشركة المبحوثة على فقرات هذا البُعد كان معتدلاً.

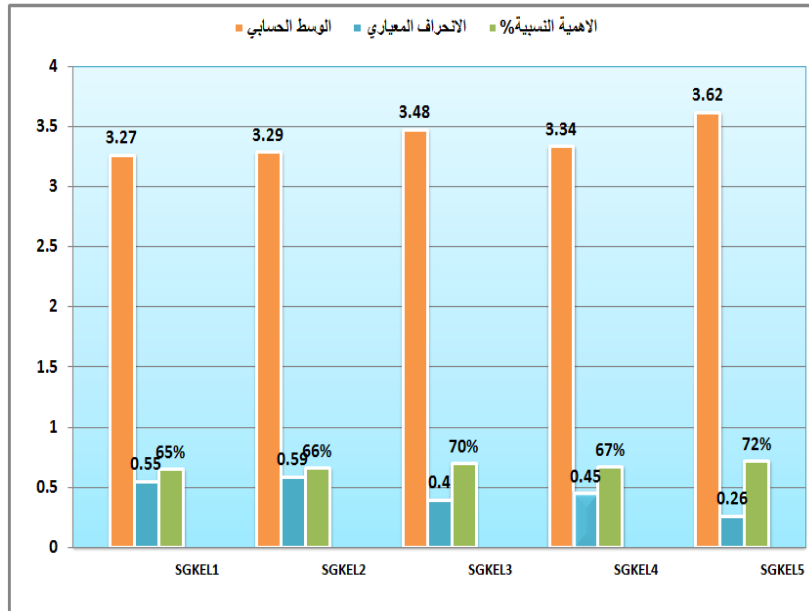
وحازت الفقرة الخامسة على اعلى وسط حسابي ومقداره (3.62) وبانحراف معياري (0.26) ما يعني ان الشركة المدروسة تهتم بتقديم النصيحة لاعضاء الشركة بشأن القضاء على البيانات والمعلومات الضارة والتي من الممكن ان تؤثر على السيرة الذاتية لزبائنهم المتعاملين معها، وهذا ساهم في تحقيق اهتمام نسبي قدره (72%) وهذا يدل على ان مستوى الاجابات كان مرتفعاً على هذه الفقرة.

وحصلت الفقرة الاولى على ادنى وسط حسابي (3.27) وبانحراف معياري مساو لـ (10.55) وباهتمام نسبي (65%)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لاهمية التركيز

على تشجيع العاملين في التعاون مع الشركة من اجل تحسين الوعي البيئي لديهم تجاه اهمية القضاء والحد من التلوث، والشكل (15) يوضح تمثيل اجابات عينة الدراسة حول فقرات بُعد القضاء على التلوث.

الجدول (26) عرض وتحليل وتفسير بُعد القضاء على التلوث

رمز الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %	ترتيب الاهمية
SGKEL1	3.27	0.55	65%	5
SGKEL2	3.29	0.59	66%	4
SGKEL3	3.48	0.40	70%	2
SGKEL4	3.34	0.45	67%	3
SGKEL5	3.62	0.26	72%	1
معدل بُعد القضاء على التلوث				
الوسط الحسابي		3.40	الانحراف المعياري	0.34
الاهمية النسبية				
%68				



الشكل (15) توزيع اهمية وصف بُعد القضاء على التلوث

البُعد الثاني: حماية البيئة المعرفية

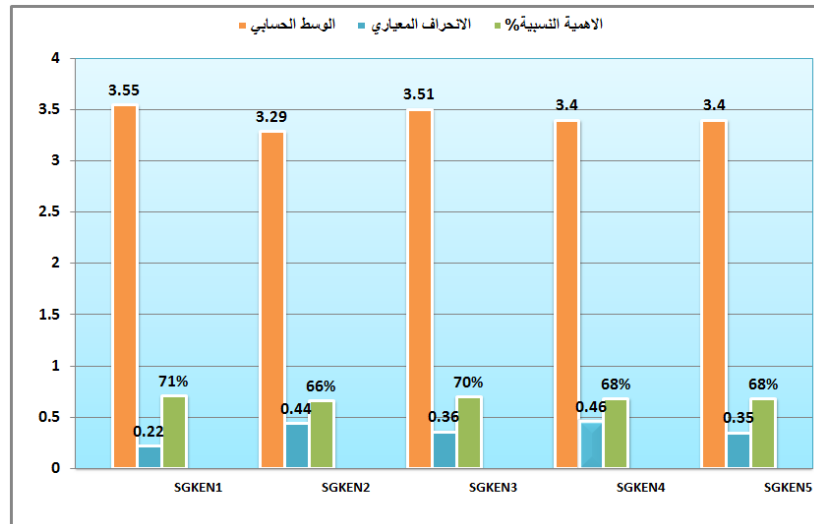
يلاحظ من الجدول (27) نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لفقرات بُعد حماية البيئة المعرفية الذي تم قياسه من خلال خمسة فقرات ($SGKEN_1 - SGKEN_5$)، اذ بلغ الوسط الحسابي الاجمالي لهذا البُعد (3.43) والانحراف المعياري قدره (0.24) وباهتمام نسبي مساو لـ (69%)، وهذا يدل على اتفاق افراد الشركة المبحوثة على فقرات هذا البُعد كان مرتفعاً.

وحازت الفقرة الاولى على اعلى وسط حسابي ومقداره (3.55) وبانحراف معياري (0.22) ما يعني ان الشركة المدروسة تحفز العاملين على حماية بيئة العمل من خلال التعاون معها بالالتزام بالمبادئ الضرورية لحماية مناخ العمل، وهذا ساهم في تحقيق اهتمام نسبي قدره (71%) وهذا يدل على ان مستوى الاجابات كان مرتفعاً على هذه الفقرة.

وحصلت الفقرة الثانية على ادنى وسط حسابي (3.29) وبانحراف معياري مساو لـ (0.44) وباهتمام نسبي (66%)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لاهمية التركيز على اتخاذ قرارات رادعة لتوجيه العاملين لحماية بيئة العمل، والشكل (16) يوضح تمثيل اجابات عينة الدراسة حول فقرات بُعد حماية البيئة المعرفية.

الجدول (27) عرض وتحليل وتفسير بُعد حماية البيئة المعرفية

رمز الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %	ترتيب الاهمية
SGKEN1	3.55	0.22	71%	1
SGKEN2	3.29	0.44	66%	5
SGKEN3	3.51	0.36	70%	2
SGKEN4	3.40	0.46	68%	3
SGKEN5	3.40	0.35	68%	4
معدل بُعد حماية البيئة المعرفية				
الوسط الحسابي		3.43	الانحراف المعياري	0.24
الاهمية النسبية				
69%				



الشكل (16) توزيع اهمية وصف بُعد حماية البيئة المعرفية

البُعد الثالث: التنمية المستدامة

يشير الجدول (28) الى نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لفقرات بُعد التنمية المستدامة الذي تم قياسه من خلال خمسة فقرات ($SGKSU_1$ - $SGKSU_5$)، اذ بلغ الوسط الحسابي الاجمالي لهذا البُعد (3.40) والانحراف المعياري قدره (0.34) وباهتمام نسبي مساو لـ (68%)، وهذا يدل على اتفاق افراد الشركة المبحوثة على فقرات هذا البُعد كان معتدلاً.

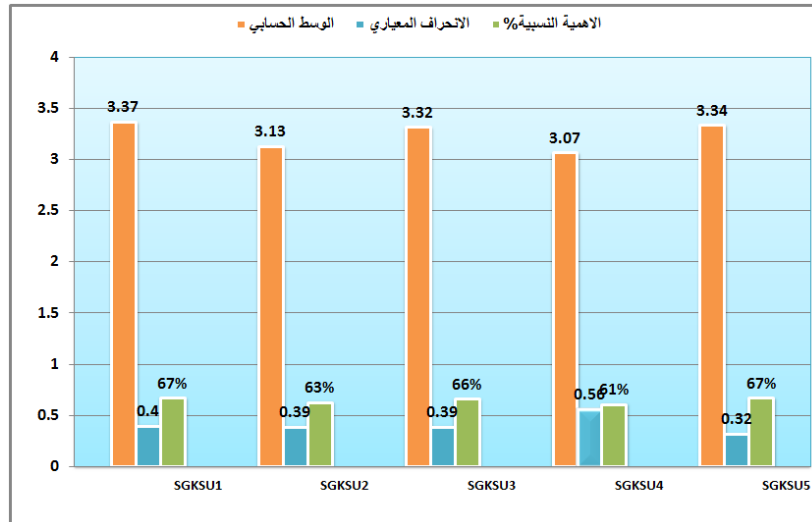
كما يتضح ان الفقرة الاولى حصلت على اعلى وسط حسابي ومقداره (3.37) وبانحراف معياري (0.40) ما يعني اهتمام الشركة المدروسة ببناء علاقات ايجابية مع العاملين وضمان استدامة هذه العلاقة بشكل جيد، وهذا ساهم في تحقيق اهتمام نسبي قدره (67%) وهذا يدل على ان مستوى الاجابات كان مرتفعاً على هذه الفقرة.

كما تمثلت الفقرة الرابعة في ادنى وسط حسابي (3.07) وبانحراف معياري مساو لـ (0.65) وباهتمام نسبي (61%)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لاهمية التركيز على اشعار العاملين بقيمة مشاركتهم المعرفية والسعي لتحقيق التنمية المستدامة

للشركة، والشكل (17) يوضح تمثيل اجابات عينة الدراسة حول فقرات بُعد التنمية المستدامة.

الجدول (28) عرض وتحليل وتفسير بُعد التنمية المستدامة

رمز الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %	ترتيب الاهمية
SGKSU1	3.37	0.40	67%	1
SGKSU2	3.13	0.39	63%	4
SGKSU3	3.32	0.39	66%	3
SGKSU4	3.07	0.56	61%	5
SGKSU5	3.34	0.32	67%	2
معدل بُعد التنمية المستدامة				
الوسط الحسابي		3.40	الانحراف المعياري	0.34
الاهمية النسبية				
%68				



الشكل (17) توزيع اهمية وصف بُعد التنمية المستدامة

خلاصة متغير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر

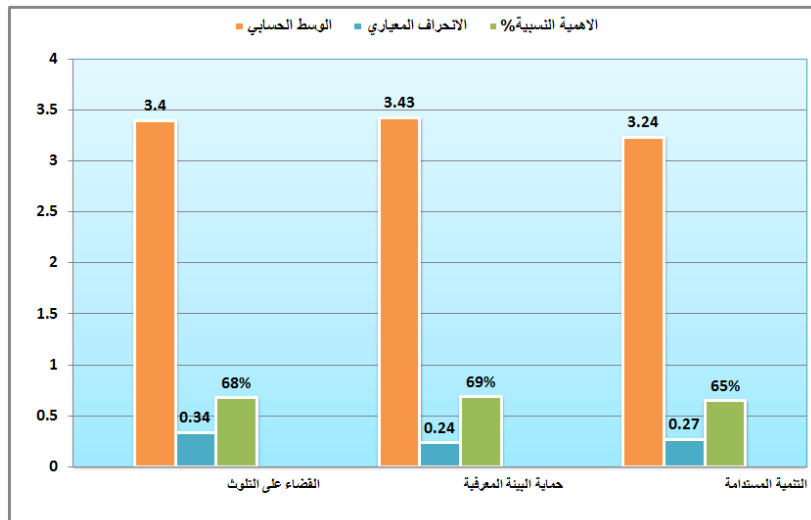
يلاحظ من النتائج المستعرضة في الجدول (29) حصول متغير الممارسات المستدامة

للتشارك المعرفي الاخضر على اتفاق عدد من افراد الشركة المدروسة وبمتوسط

حسابي معتدل مقداره (3.36)، وبأهمية نسبية (67%) وانحراف معياري (0.24) يشير الى اتفاق اراء العاملين في الشركة المدروسة على نقل وتبادل المعرفة بشكل يضمن استثمار الموارد واكتشاف اليات جديد لتطوير خدماتها، وقد اظهرت اجابات العينة ان مستوى اهتمام بتحسين امكانياتها في معرفة وقائع ومفاهيم وعلاقات تخصص بيئة العمل للمساهمة في المحافظة عليه يعود الى حيازة بُعد حماية البيئة المعرفية على المرتبة الاولى بمتوسط حسابي قدره (3.43) وانحراف معياري مساوٍ لـ (0.24) ما يعني اهتمام الشركة المدروسة بالتخطيط الشامل للمحافظة على جوانب التنمية لديها من خلال التركيز على الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والمالية لتحقيق اهداف الشركة المجتمعية، وهذا حاز على اهتمام نسبي قدره (69%)، كما حصل بُعد التنمية المستدامة على وسط حسابي بلغ (3.24) مشيراً الى اتفاق الشركة المدروسة تجاه اهمية تحسين قدراتها بمقدار (65%)، والشكل (18) يوضح تمثيل اجابات عينة الدراسة حول ابعاد متغير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر.

الجدول (29) عرض وتحليل وتفسير متغير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر

الترتيب الاهمية	الاهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البُعد
2	68%	0.34	3.40	القضاء على التلوث
1	69%	0.24	3.43	حماية البيئة المعرفية
3	65%	0.27	3.24	التنمية المستدامة
معدل متغير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر				
0.24	الانحراف المعياري	3.36	الوسط الحسابي	
الاهمية النسبية				
67%				



الشكل (18) توزيع اهمية وصف متغير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر

ثالثاً: - القابليات التنافسية

البُعد الاول: القابليات الابداعية

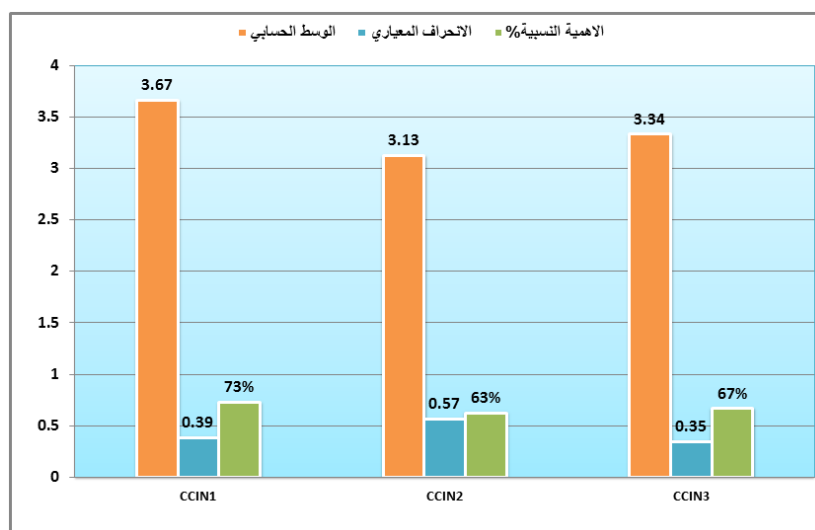
يبين الجدول (30) نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لفقرات بُعد القابليات الابداعية الذي تم قياسه من خلال ثلاث فقرات ($CCIN_1-CCIN_3$)، اذ بلغ الوسط الحسابي الاجمالي لهذا البُعد (3.38) والانحراف المعياري قدره (0.36) وباهتمام نسبي مساو لـ (668%).

كما يتضح ان الفقرة الاولى حصلت على اعلى وسط حسابي بلغ (3.67) وبانحراف معياري (0.39) ما يعني ان ادارة الشركة تستثمر جزء من امكانياتها في مجال البحث والتطوير، وهذا ساهم في تحقيق اهتمام نسبي قدره (73%) وهذا يدل على ان مستوى الاجابات كان مرتفعاً على هذه الفقرة.

كما تمثلت الفقرة الثانية في ادنى وسط حسابي (3.13) وبانحراف معياري مساو لـ (0.57) وباهتمام نسبي (63%)، ما يعني ادراك الشركة لاهمية تطوير قدرتها على استثمار التكنولوجيا في عملياتها الى اقصى الحدود، والشكل (19) يوضح تمثيل اجابات عينة الدراسة حول فقرات بُعد القابليات الابداعية.

الجدول (30) عرض وتحليل وتفسير بُعد القابليات الابداعية

رمز الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %	ترتيب الاهمية
CCIN1	3.67	0.39	73%	1
CCIN2	3.13	0.57	63%	3
CCIN3	3.34	0.35	67%	2
معدل بُعد القابليات الابداعية				
الوسط الحسابي	3.38	الانحراف المعياري	0.36	
الاهمية النسبية				
68%				



الشكل (19) توزيع اهمية وصف بُعد القابليات الابداعية

البُعد الثاني: القابليات التسويقية

يوضح الجدول (31) نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لفقرات بُعد القابليات التسويقية

الذي تم قياسه من خلال اربعة فقرات ($CCMA_1 - CCMA_4$)، اذ بلغ الوسط الحسابي

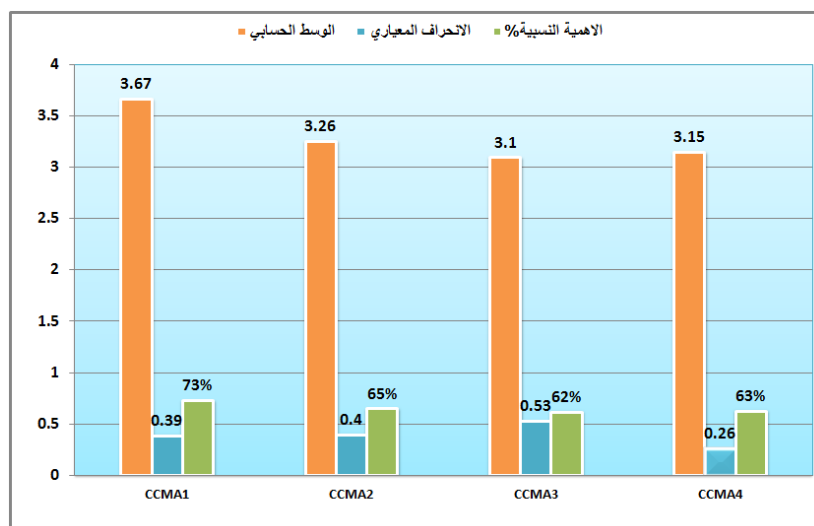
الاجمالي لهذا البُعد (3.30) والانحراف المعياري قدره (0.27) وباهتمام نسبي مساو لـ (66%).

كما يتضح ان الفقرة الاولى حصلت على اعلى وسط حسابي بلغ (3.67) وبانحراف معياري (0.39) ما يعني ان الشركة المدروسة تهتم بتوزيع خدماتها بشكل جيد من خلال الافادة من المقترحات القيمة المقدمة من قبل العاملين، وهذا ساهم في تحقيق اهتمام نسبي قدره (73%) وهذا يدل على ان مستوى الاجابات كان مرتفعاً على هذه الفقرة.

كما تمثلت الفقرة الثالثة في ادنى وسط حسابي (3.10) وبانحراف معياري مساو لـ (0.53) وباهتمام نسبي (62%)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة التركيز على مستوى عالٍ من المعلومات العلمية والتكنولوجية، والشكل (20) يوضح تمثيل اجابات عينة الدراسة حول فقرات بُعد القابليات التسويقية.

الجدول (31) عرض وتحليل وتفسير بُعد القابليات التسويقية

رمز الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %	ترتيب الاهمية
CCMA1	3.67	0.39	73%	1
CCMA2	3.26	0.40	65%	2
CCMA3	3.10	0.53	62%	4
CCMA4	3.15	0.26	63%	3
معدل بُعد القابليات التسويقية				
الوسط الحسابي		3.30	الانحراف المعياري	0.27
الاهمية النسبية				
66%				



الشكل (20) توزيع اهمية وصف بُعد القابليات التسويقية

البُعد الثالث: القابليات المالية

يستعرض الجدول (32) نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لفقرات بُعد القابليات المالية الذي تم قياسه من خلال ستة فقرات ($CCFI_1 - CCFI_6$)، اذ بلغ الوسط الحسابي الاجمالي لهذا البُعد (3.37) والانحراف المعياري قدره (0.20) وباهتمام نسبي مساو لـ (67%).

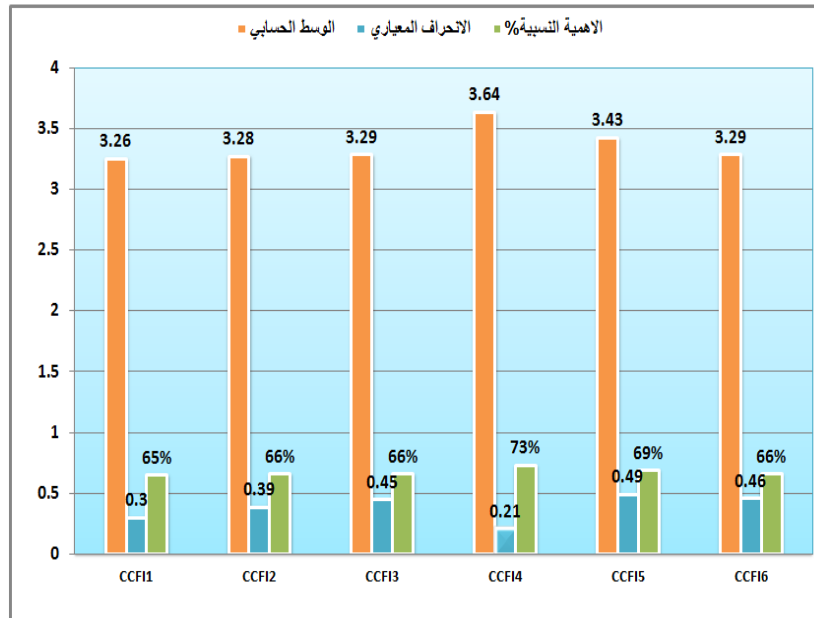
كما يتضح ان الفقرة الرابعة حصلت على اعلى وسط حسابي بلغ (3.64) وبانحراف معياري (0.21) ما يعني ان ادارة الشركة تمتلك القابلية على الحصول على تمويل بمتوسط تكلفة منخفضة، وهذا ساهم في تحقيق اهتمام نسبي قدره (73%) وهذا يدل على ان مستوى الاجابات كان مرتفعاً على هذه الفقرة.

كما تمثلت الفقرة الاولى في ادنى وسط حسابي (3.26) وبانحراف معياري مساو لـ (0.30) وباهتمام نسبي (65%)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لاهمية التركيز

على زيادة الاحتياطات المالية من خلال التمويل الذاتي، والشكل (21) يوضح تمثيل اجابات عينة الدراسة حول فقرات بُعد القابليات المالية.

الجدول (32) عرض وتحليل وتفسير بُعد القابليات المالية

رمز الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %	ترتيب الاهمية
CCFI1	3.26	0.30	65%	6
CCFI2	3.28	0.39	66%	5
CCFI3	3.29	0.45	66%	3
CCFI4	3.64	0.21	73%	1
CCFI5	3.43	0.49	69%	2
CCFI6	3.29	0.46	66%	4
معدل بُعد القابليات المالية				
الوسط الحسابي		3.37	الانحراف المعياري	0.20
الاهمية النسبية				
%67				



الشكل (21) توزيع اهمية وصف بُعد القابليات المالية

البُعد الرابع: القابليات الادارية

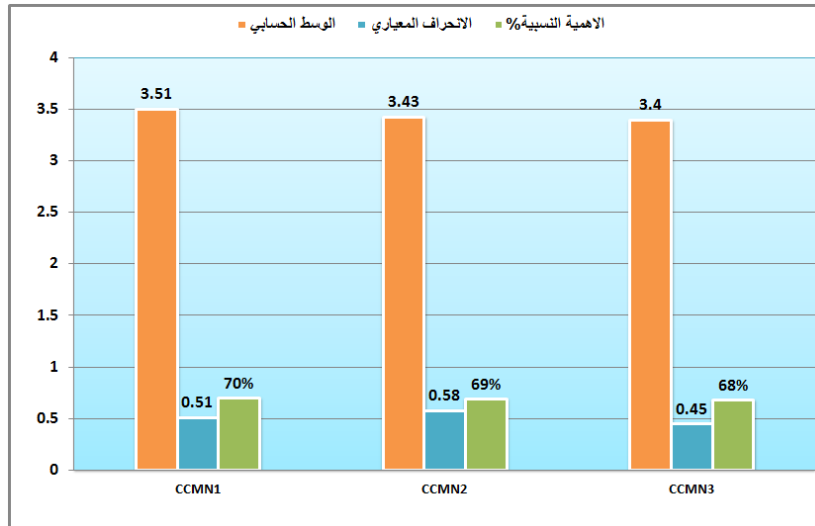
ابدى الجدول (33) نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لفقرات بُعد القابليات الادارية الذي تم قياسه من خلال ثلاث فقرات ($CCMN_1 - CCMN_3$)، اذ بلغ الوسط الحسابي الاجمالي لهذا البُعد (3.45) والانحراف المعياري قدره (0.47) وباهتمام نسبي مساو لـ (69%).

كما يتضح ان الفقرة الاولى حصلت على اعلى وسط حسابي بلغ (3.51) وبانحراف معياري (0.51) ما يعني تركيز الشركة على بناء مهارات ادارية وتسويقية عالية، وهذا ساهم في تحقيق اهتمام نسبي قدره (70%) وهذا يدل على ان مستوى الاجابات كان مرتفعاً على هذه الفقرة.

كما تمثلت الفقرة الثالثة في ادنى وسط حسابي (3.40) وبانحراف معياري مساو لـ (0.45) وباهتمام نسبي (68%)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لاهمية التركيز على التكيف مع ثقافة المجتمع الذي تعمل بصدد، والشكل (22) يوضح تمثيل اجابات عينة الدراسة حول فقرات بُعد القابليات الادارية.

الجدول (33) عرض وتحليل وتفسير بُعد القابليات الادارية

رمز الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %	ترتيب الاهمية
CCMN1	3.51	0.51	70%	1
CCMN2	3.43	0.58	69%	2
CCMN3	3.40	0.45	68%	3
معدل بُعد القابليات الادارية				
الوسط الحسابي		3.45	الانحراف المعياري	0.47
الاهمية النسبية				
69%				



الشكل (22) توزيع اهمية وصف بُعد القابليات الادارية

البُعد الخامس: القابليات البشرية

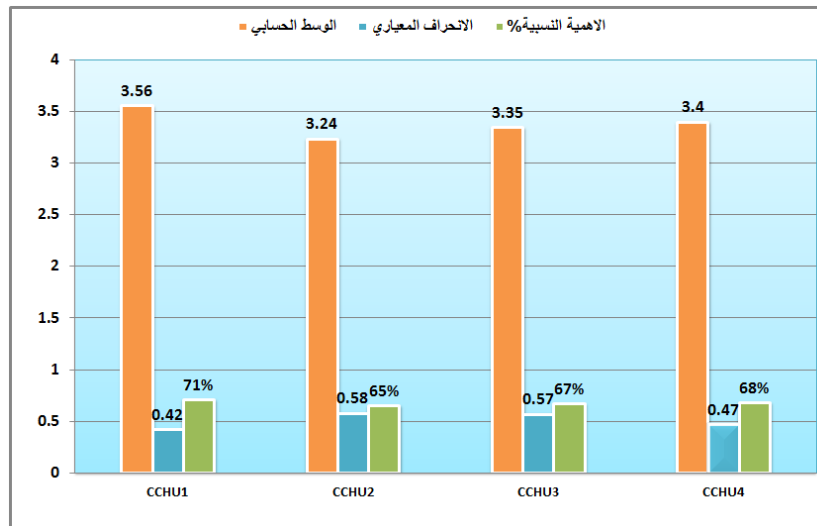
يشير الجدول (34) الى نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لفقرات بُعد القابليات البشرية الذي تم قياسه من خلال اربعة فقرات ($CCHU_1 - CCHU_4$)، اذ بلغ الوسط الحسابي الاجمالي لهذا البُعد (3.39) والانحراف المعياري قدره (0.40) وباهتمام نسبي مساو لـ (68%).

كما يتضح ان الفقرة الاولى حصلت على اعلى وسط حسابي بلغ (3.56) وبانحراف معياري (0.42) ما يعني لدى الشركة الامكانيات المناسبة لتدريب العاملين بشكل دوري، وهذا ساهم في تحقيق اهتمام نسبي قدره (71%) وهذا يدل على ان مستوى الاجابات كان مرتفعاً على هذه الفقرة.

كما تمثلت الفقرة الثانية في ادنى وسط حسابي (3.24) وبانحراف معياري مساو لـ (0.58) وباهتمام نسبي (65%)، ما يعني ان الشركة المدروسة بحاجة الى التركيز على تحقيق التكامل العالي بين العاملين، والشكل (23) يوضح تمثيل اجابات عينة الدراسة حول فقرات بُعد القابليات البشرية.

الجدول (34) عرض وتحليل وتفسير بُعد القابليات البشرية

رمز الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %	ترتيب الاهمية
CCHU1	3.56	0.42	71%	1
CCHU2	3.24	0.58	65%	4
CCHU3	3.35	0.57	67%	3
CCHU4	3.40	0.47	68%	2
معدل بُعد القابليات البشرية				
الوسط الحسابي		3.39	الانحراف المعياري	0.40
الاهمية النسبية				
%68				



الشكل (23) توزيع اهمية وصف بُعد القابليات البشرية

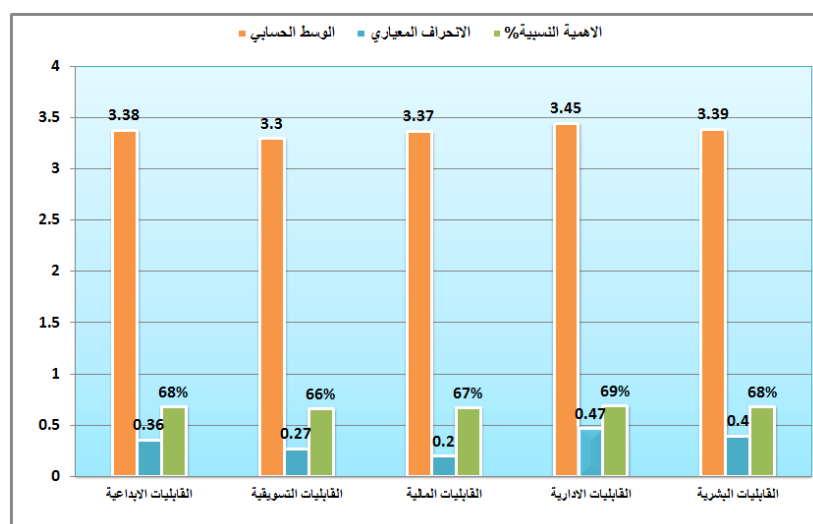
خلاصة متغير القابليات التنافسية

يتضح من النتائج المستعرضة في الجدول (35) حصول متغير القابليات التنافسية على اتفاق عدد من افراد الشركة المدروسة وبمتوسط حسابي مرتفع مقداره (3.38)، وبأهمية نسبية جيدة (68%) وانحراف معياري (0.29) ليشير الى اتفاق اراء العاملين في الشركة المدروسة لتحسين قابلية المنظمة على صياغة استراتيجياتها باستخدام التكلفة والجودة والمرونة والوقت من أجل تحسين عملياتها الداخلية وتحقيق الاداء والنجاح التنظيمي، وقد اظهرت النتائج الى ان مستوى اهتمام العاملين في الشركة المدروسة تجاه استخدام مهارات ادارية وتسويقية عالية لإدارة مهامها

الداخلية، يعود الى حيازة بُعد القابليات الادارية على المرتبة الاولى بمتوسط حسابي قدره (3.45) وانحراف معياري مساوٍ لـ (0.47) ما يعني تركيز الشركة المدروسة بتعظيم قدرتها على التكيف مع ثقافة المجتمع الذي تعمل بصدده، وهذا حاز على اهتمام نسبي قدره (69%)، كما حصل بُعد القابليات التسويقية على وسط حسابي قدره (3.30) مشيراً الى اتفاق الشركة المدروسة تجاه اهمية تحسين قدراتها بواقع (66%)، والشكل (24) يوضح تمثيل اجابات عينة الدراسة حول ابعاد متغير القابليات التنافسية.

الجدول (35) عرض وتحليل وتفسير متغير القابليات التنافسية

الترتيب الاهمية	الاهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البُعد
3	68%	0.36	3.38	القابليات الابداعية
5	66%	0.27	3.30	القابليات التسويقية
4	67%	0.20	3.37	القابليات المالية
1	69%	0.47	3.45	القابليات الادارية
2	68%	0.40	3.39	القابليات البشرية
معدل متغير القابليات التنافسية				
0.29	الانحراف المعياري	3.38	الوسط الحسابي	
الاهمية النسبية				
68%				



الشكل (24) توزيع اهمية وصف متغير القابليات التنافسية

المبحث الثالث

اختبار فرضيات الدراسة

يهدف هذا المبحث الى قياس فرضيات البحث الخاصة بفرضية الارتباط والتأثير، اذ تم قياس فرضية الارتباط بوساطة الحزمة الاحصائية (SPSS.V.28) لمتغيرات الدراسة (البيانات الضخمة، والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر، والقابليات التنافسية) وذلك من اجل استخراج معامل ارتباط بيرسون، بينما تم اعتماد نمذجة المعادلة الهيكلية للحزمة الاحصائية (AMOS.V.26) من اجل استخراج فرضية التأثير المباشر بين متغيرات الدراسة.

اولاً:- فرضية الارتباط

تتناول هذه الفرضية اختبار علاقة ارتباط بين البيانات الضخمة، والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر، والقابليات التنافسية وبين ابعاد كل منها من خلال تبني مصفوفة الارتباط لعينة مكونة من (328) لمجموعة العاملين في منظمات الماستر كارد في محافظات الفرات الاوسط، وعند مستوى معنوية (Sig.) اقل من (0.01) مما يدل على ان قيمة (T) المحسوبة اكبر من الجدولية، فضلاً عن هذا يتم الحكم على نوع وقوة معاملات الارتباط من خلال اعتماد تدرج (Cohen et al.,1983:2) وعلى النحو الاتي:

الجدول (36) معيار نوع وقوة الارتباط بين المتغيرات الداخلة في التحليل

نوع العلاقة وقوتها	قيمة معامل الارتباط
علاقة طردية قوية	من 0.50 - 1
علاقة طردية معتدلة	من 0.30 - اقل من 0.50
علاقة طردية ضعيفة	من 0.10 - اقل من 0.30
لا توجد علاقة	0
علاقة عكسية ضعيفة	من (-0.10) - اقل من (-0.30)
علاقة عكسية معتدلة	من (-0.30) - اقل من (-0.50)
علاقة عكسية قوية	من (-0.50) - (-1)

source: Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (1983), "Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral Sciences", 3rd Edition, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

الفرضية الرئيسية الاولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين البيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر.

اسفرت النتائج الواردة في الجدول (37) ان هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين البيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر ومقدارها (0.962) وعند مستوى معنوية (0.01)، ما يعني ان البيانات الضخمة تحكمها علاقة قوية تجاه الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر .

الجدول (37) مصفوفة العلاقة بين البيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر

R	حجم البيانات	سرعة البيانات	قيمة البيانات	تنوع البيانات	مصادقية البيانات	البيانات الضخمة
القضاء على التلوث						
R	.904**	.895**	.940**	.936**	.933**	.954**
حماية البيئة المعرفية						
R	.915**	.851**	.890**	.873**	.887**	.915**
التنمية المستدامة						
R	.923**	.889**	.885**	.880**	.872**	.921**
الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر						
R	.944**	.908**	.936**	.927**	.928**	.962**
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

وتنتفع من هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية الاتي:

1. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين حجم البيانات والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر بأبعادها (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة). تبين نتائج الجدول (37) وجود علاقة ارتباط قوية قدرها (0.944) بين حجم البيانات والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر، كما بينت اجابات العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط وجود علاقة ارتباط تجاه ابعاد الممارسات المستدامة للتشارك

المعرفي الاخضر تراوحت بين (0.904) لُبُعد القضاء على التلوث الى (0.923) لُبُعد التنمية المستدامة، ما يظهر اهتمام العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط بتحسين قدرتهم على ادارة حجم البيانات لتعظيم الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر.

2. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين سرعة البيانات والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر بأبعادها (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة).

تبين نتائج الجدول (37) وجود علاقة ارتباط قوية قدرها (0.908) بين سرعة البيانات والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر، كما بينت اجابات العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط وجود علاقة ارتباط تجاه ابعاد الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر تراوحت بين (0.851) لُبُعد حماية البيئة المعرفية الى (0.895) لُبُعد القضاء على التلوث، ما يظهر اهتمام العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط بتحسين قدرتهم على ادارة سرعة البيانات لتعظيم الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر.

3. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين قيمة البيانات والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر بأبعادها (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة).

تبين نتائج الجدول (37) وجود علاقة ارتباط قوية قدرها (0.936) بين قيمة البيانات والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر، كما بينت اجابات العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط وجود علاقة ارتباط تجاه ابعاد الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر تراوحت بين (0.885) لُبُعد التنمية المستدامة الى (0.940) لُبُعد القضاء على التلوث، ما يظهر اهتمام العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط بتحسين قدرتهم على ادارة قيمة البيانات لتعظيم الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر.

4. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تنوع البيانات والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر بأبعادها (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة). تبين نتائج الجدول (37) وجود علاقة ارتباط قوية قدرها (0.927) بين تنوع البيانات والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر، كما بينت اجابات العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط وجود علاقة ارتباط تجاه ابعاد الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر تراوحت بين (0.873) لبُعد حماية البيئة المعرفية الى (0.936) لبُعد القضاء على التلوث، ما يظهر اهتمام العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط بتحسين قدرتهم على ادارة تنوع البيانات لتعظيم الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر.

5. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مصداقية البيانات والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر بأبعادها (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة).

تبين نتائج الجدول (37) وجود علاقة ارتباط قوية قدرها (0.928) بين مصداقية البيانات والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر، كما بينت اجابات العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط وجود علاقة ارتباط تجاه ابعاد الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر تراوحت بين (0.872) لبُعد التنمية المستدامة الى (0.933) لبُعد القضاء على التلوث، ما يظهر اهتمام العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط بتحسين قدرتهم على ادارة مصداقية البيانات لتعظيم الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر.

وتأسيسا لما تقدم يمكن قبول صحة الفرضية الرئيسية الاولى والتي تنص على (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين البيانات الضخمة، والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر).

الفرضية الرئيسية الثانية: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين البيانات الضخمة والقابليات التنافسية.

اسفرت النتائج الواردة في الجدول (387) ان هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين البيانات الضخمة والقابليات التنافسية ومقدارها (0.916) وعند مستوى معنوية (0.01)، اي يتم قبول الفرضية الرئيسة الاولى، ما يعني ان البيانات الضخمة تحكمها علاقة قوية تجاه القابليات التنافسية .

الجدول (38) مصفوفة العلاقة بين البيانات الضخمة والقابليات التنافسية

R	حجم البيانات	سرعة البيانات	قيمة البيانات	تنوع البيانات	مصدقية البيانات	البيانات الضخمة
القابليات الابداعية						
R	.849**	.834**	.858**	.872**	.863**	.886**
القابليات التسويقية						
R	.866**	.829**	.862**	.877**	.863**	.890**
القابليات المالية						
R	.844**	.848**	.860**	.900**	.904**	.901**
القابليات الادارية						
R	.818**	.774**	.836**	.858**	.882**	.863**
القابليات البشرية						
R	.877**	.845**	.863**	.854**	.859**	.890**
القابليات التنافسية						
R	.880**	.854**	.885**	.902**	.904**	.916**
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

وتتفرع من هذه الفرضية الرئيسة الفرضيات الفرعية الاتي:

1. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين حجم البيانات والقابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

تبين نتائج الجدول (38) وجود علاقة ارتباط قوية قدرها (0.880) بين حجم البيانات والقابليات التنافسية، كما بينت اجابات العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط وجود علاقة

ارتباط تجاه ابعاد القابليات التنافسية تراوحت بين (0.818) لبُعد القابليات الادارية الى (0.877) لبُعد القابليات البشرية، ما يظهر اهتمام العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط بتحسين قدرتهم على ادارة حجم البيانات لتعظيم القابليات التنافسية.

2. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين سرعة البيانات والقابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

تبين نتائج الجدول (38) وجود علاقة ارتباط قوية قدرها (0.854) بين سرعة البيانات والقابليات التنافسية، كما بينت اجابات العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط وجود علاقة ارتباط تجاه ابعاد القابليات التنافسية تراوحت بين (0.774) لبُعد القابليات الادارية الى (0.848) لبُعد القابليات المالية، ما يظهر اهتمام العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط بتحسين قدرتهم على ادارة سرعة البيانات لتعظيم القابليات التنافسية.

3. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين قيمة البيانات والقابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

تبين نتائج الجدول (38) وجود علاقة ارتباط قوية قدرها (0.885) بين قيمة البيانات والقابليات التنافسية، كما بينت اجابات العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط وجود علاقة ارتباط تجاه ابعاد القابليات التنافسية تراوحت بين (0.836) لبُعد القابليات الادارية الى (0.863) لبُعد القابليات البشرية، ما يظهر اهتمام العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط بتحسين قدرتهم على ادارة قيمة البيانات لتعظيم القابليات التنافسية.

4. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تنوع البيانات والقابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

تبين نتائج الجدول (38) وجود علاقة ارتباط قوية قدرها (0.902) بين تنوع البيانات والقابليات التنافسية، كما بينت اجابات العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط وجود علاقة ارتباط تجاه ابعاد القابليات التنافسية تراوحت بين (0.854) لبُعد القابليات البشرية الى (0.900) لبُعد القابليات المالية، ما يظهر اهتمام العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط بتحسين قدرتهم على ادارة تنوع البيانات لتعظيم القابليات التنافسية.

5. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مصداقية البيانات والقابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

تبين نتائج الجدول (38) وجود علاقة ارتباط قوية قدرها (0.904) بين مصداقية البيانات والقابليات التنافسية، كما بينت اجابات العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط وجود علاقة ارتباط تجاه ابعاد القابليات التنافسية تراوحت بين (0.859) لبُعد القابليات البشرية الى (0.904) لبُعد القابليات المالية، ما يظهر اهتمام العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط بتحسين قدرتهم على ادارة مصداقية البيانات لتعظيم القابليات التنافسية.

وتأسيسا لما تقدم يمكن قبول صحة الفرضية الرئيسة الثانية والتي تنص على (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين البيانات الضخمة والقابليات التنافسية).

الفرضية الرئيسية الثالثة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر، والقابليات التنافسية.

أسفرت النتائج الواردة في الجدول (39) ان هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر والقابليات التنافسية ومقدارها (0.957) وعند مستوى معنوية (0.01)، ما يعني ان الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر تحكمها علاقة قوية تجاه القابليات التنافسية.

الجدول (339) مصفوفة العلاقة بين الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر والقابليات التنافسية

R	القضاء على التلوث	حماية البيئة المعرفية	التنمية المستدامة	الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر
القابليات الابداعية				
R	.883**	.902**	.915**	.930**
القابليات التسويقية				
R	.890**	.910**	.922**	.937**
القابليات المالية				
R	.889**	.884**	.899**	.921**
القابليات الادارية				
R	.889**	.873**	.816**	.889**
القابليات البشرية				
R	.925**	.935**	.886**	.946**
القابليات التنافسية				
R	.927**	.933**	.917**	.957**

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

وتتفرع من هذه الفرضية الرئيسة الفرضيات الفرعية الاتي:

1. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين القضاء على التلوث والقابليات التنافسية بأبعادها (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة).

تبين نتائج الجدول (39) وجود علاقة ارتباط قوية قدرها (0.927) بين القضاء على التلوث والقابليات التنافسية، كما بينت اجابات العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط وجود علاقة ارتباط تجاه ابعاد القابليات التنافسية تراوحت بين (0.883) لبُعد القابليات الابداعية الى (0.925) لبُعد القابليات البشرية، ما يظهر اهتمام العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط بتحسين قدرتهم على ادارة القضاء على التلوث لتعظيم القابليات التنافسية.

2. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين حماية البيئة المعرفية والقابليات التنافسية بأبعادها (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة).

تبين نتائج الجدول (39) وجود علاقة ارتباط قوية قدرها (0.933) بين حماية البيئة المعرفية والقابليات التنافسية، كما بينت اجابات العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط وجود علاقة ارتباط تجاه ابعاد القابليات التنافسية تراوحت بين (0.873) لبُعد القابليات الادارية الى (0.935) لبُعد القابليات البشرية، ما يظهر اهتمام العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط بتحسين قدرتهم على ادارة حماية البيئة المعرفية لتعظيم القابليات التنافسية.

3. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين التنمية المستدامة والقابليات التنافسية بأبعادها (القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة).

تبين نتائج الجدول (39) وجود علاقة ارتباط قوية قدرها (0.917) بين التنمية المستدامة والقابليات التنافسية، كما بينت اجابات العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط وجود علاقة ارتباط تجاه ابعاد القابليات التنافسية تراوحت بين (0.816) لبُعد القابليات الادارية الى (0.922) لبُعد القابليات التسويقية، ما يظهر اهتمام العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط بتحسين قدرتهم على ادارة التنمية المستدامة لتعظيم القابليات التنافسية.

وتأسيسا لما تقدم يمكن قبول صحة الفرضية الرئيسة الثالثة والتي تنص على (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر، والقابليات التنافسية).

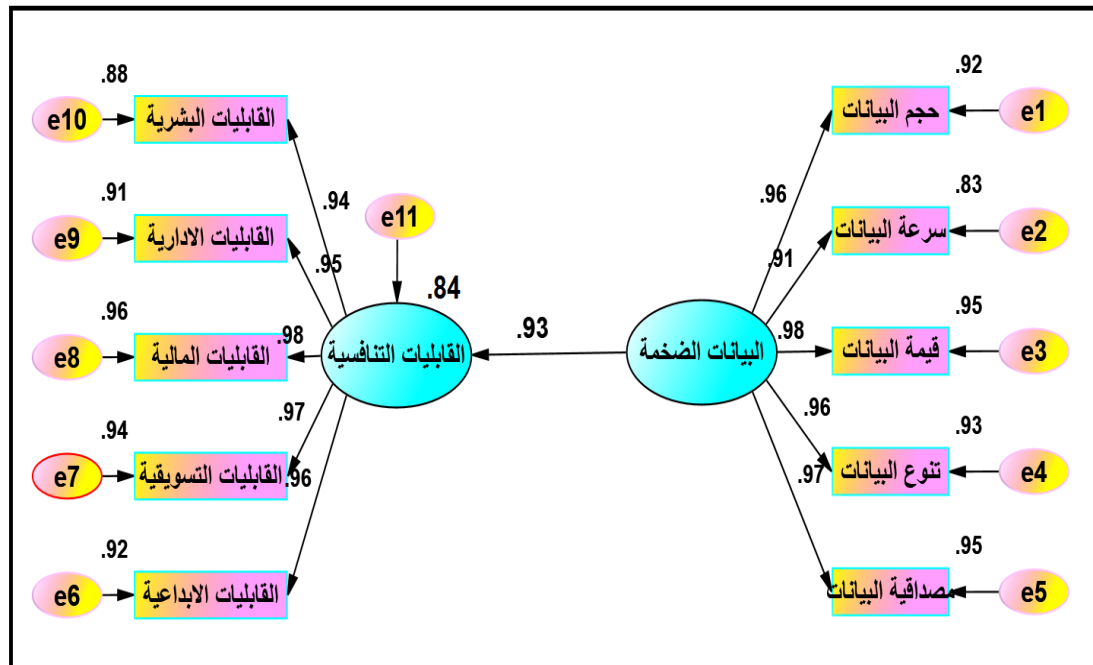
ثانيا: فرضيات التأثير

لغرض اختبار فرضيات التأثير فإن الدراسة سوف تعتمد على الأنموذج الهيكلي باستخدام منهج معادلة النمذجة الهيكلية (SEM) وذلك باستخدام برنامج (AMOS v.26) ، حيث يتم من خلالها بناء نماذج توضح طبيعة العلاقات بين متغيرات الدراسة لغرض اكتشاف تلك العلاقات وبيان اهمية الابعاد العائدة الى كل متغير من المتغيرات ومقارنة بعضها ببعض الآخر في كشف التأثير ومعنويته من خلال فرضيات احصائية صيغت لهذا الغرض والتي تعتمد على استخراج معاملات التأثير المباشر، واختبار تلك المعاملات من خلال اختبارات النسبة الحرجة (C.R.)، واسلوب اعادة المعاينة (Bootstrapping) الذي يعتمد على سحب عينات جزئية من الشركة الرئيسة للبحث وبأعداد كبيرة ومن ثم حساب الحدود الدنيا والعليا للقيمة الاستيعاب للتأثير غير المباشر ومن ثم حسابها والحكم بمعنويتها. ويتم تحديد معنوية معاملات التأثير المباشر من خلال الاعتماد على قيم النسبة الحرجة (C.R.)، فكلما كانت (C.R.) اكبر من (± 1.96) كلما دل على إن معامل التأثير المعياري أو اللامعاري هو ذو دلالة إحصائية (Byrne, 2010:68) ، وكما يتضح من النتائج في عمود الاحتمالية (P) ، حيث انه كلما كانت قيم $(C.R > \pm 1.96)$ كلما كانت قيم (P-value) اصغر من مستوى الدلالة (5%). اما معنوية معاملات التأثير فيتم تحديدها من خلال الاعتماد على قيم مستوى المعنوية (Sig.) في عمود المعنوية (Significance) فكلما كانت قيمة (Sig.) اقل من مستوى الدلالة (5%) كلما

دل على إن معامل التأثير المعياري أو اللامعاري هو ذو دلالة إحصائية (Afthanorhan et al., 2014:189).

الفرضية الرئيسية الرابعة: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للبيانات الضخمة في القابليات التنافسية.

تظهر نتائج الجدول (40) والبيانات المستعرضة في الشكل (25) الى وجود تأثير معنوية البيانات الضخمة في القابليات التنافسية، اذ ان زيادة البيانات الضخمة بمقدار وحدة واحدة يؤدي الى احداث تحسين في القابليات التنافسية قدره (0.923) ونسبة خطأ معياري مساوية لـ (0.132) وبقيمة حرجة مقدارها (7.061)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لأهمية تعزيز القابليات التنافسية من خلال استثمار حجم وسرعة وقيمة وتنوع ومصادقية البيانات الضخمة.



الشكل (25) الانموذج القياسي لتأثير البيانات الضخمة في القابليات التنافسية

كما ساهمت البيانات الضخمة في تفسير (0.839) من مقدار التباين الحاصل في القابليات التنافسية، اما القيمة المتبقية فانها تقع خارج حدود الدراسة.

الجدول (40) نتائج تحليل تأثير البيانات الضخمة في القابليات التنافسية

الاحتمالية (P)	معامل التحديد R^2	القيمة الحرجة	الخطأ المعياري	الاوزان المعيارية	المسار		
0.001	0.839	7.061	0.132	0.932	القابليات التنافسية	<---	البيانات الضخمة

وتتفرع من هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية الاتية:

1. يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية لحجم البيانات في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

ابدى الجدول (41) لعدم وجود تأثير معنوية لبُعد حجم البيانات في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية)، ما يعني يتعين على الشركة المدروسة ادراك لأهمية تحسين القابليات (الابداعية، والتسويقية، والمالية، والادارية، والبشرية) من خلال الاعتماد على حجم البيانات الضخمة.

2. يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية لسرعة البيانات في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

يلحظ من الجدول (41) وجود تأثير معنوية لبُعد سرعة البيانات في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية)، اذ ان زيادة بُعد سرعة البيانات بمقدار وحدة واحدة يؤدي الى احداث تحسين في

القابليات التنافسية قيمته (0.176) ونسبة خطأ معياري مساوية لـ (0.055) وقيمة حرجة مقدارها (3.200)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لأهمية تحسين القابليات (الابداعية، والتسويقية، والمالية، والادارية، والبشرية) من خلال الاعتماد على سرعة البيانات الضخمة.

3. يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية لقيمة البيانات في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

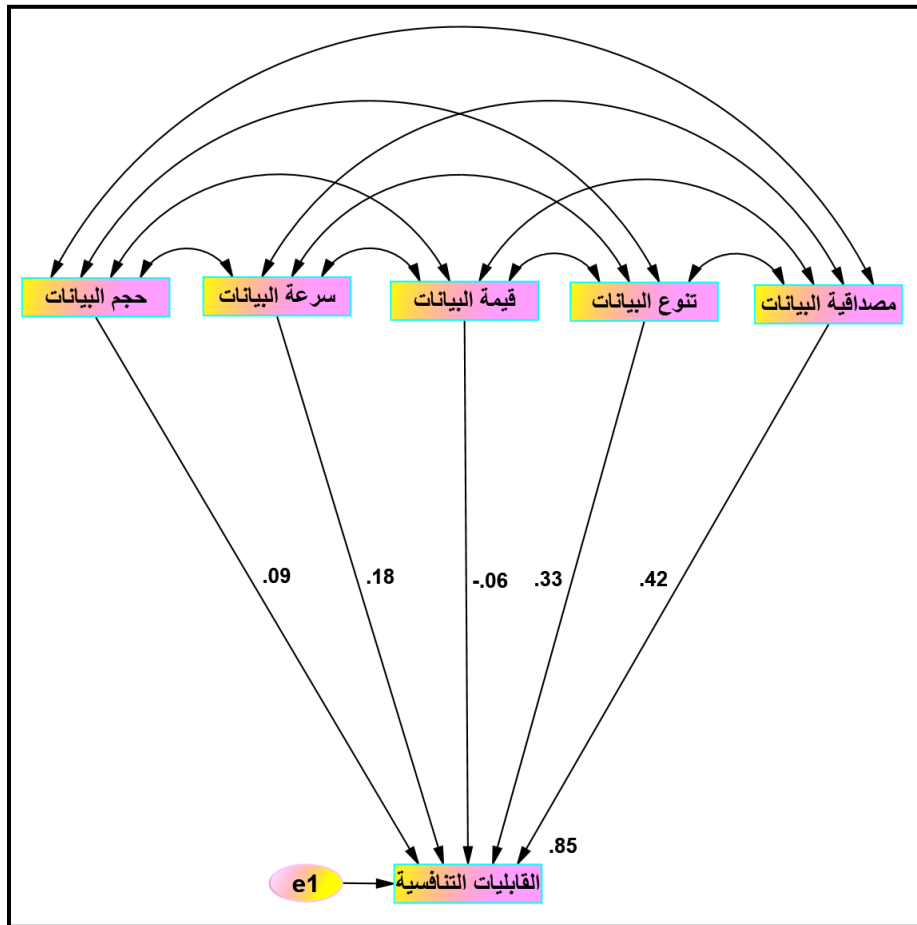
يبين الجدول (41) لعدم وجود تأثير معنوية لبعد قيمة البيانات في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية)، ما يعني يتعين على الشركة المدروسة ادراك أهمية تحسين القابليات (الابداعية، والتسويقية، والمالية، والادارية، والبشرية) من خلال الاعتماد على قيمة البيانات الضخمة.

4. يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية لتنوع البيانات في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

اسفر الجدول (41) عن وجود تأثير معنوية لبعد تنوع البيانات في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية)، اذ ان زيادة بُعد تنوع البيانات بمقدار وحدة واحدة يؤدي الى احداث تحسين في القابليات التنافسية قيمته (0.329) ونسبة خطأ معياري مساوية لـ (0.075) وقيمة حرجة مقدارها (4.387)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لأهمية تحسين القابليات (الابداعية، والتسويقية، والمالية، والادارية، والبشرية) من خلال الاعتماد على تنوع البيانات الضخمة.

5. يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية لمصادقية البيانات في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

يشير الجدول (41) لوجود تأثير معنوية لبعد مصداقية البيانات في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية)، اذ ان زيادة بُعد مصداقية البيانات بمقدار وحدة واحدة يؤدي الى احداث تحسين في القابليات التنافسية قيمته (0.418) ونسبة خطأ معياري مساوية لـ (0.083) وقيمة حرجة مقدارها (5.036)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لأهمية تحسين القابليات (الابداعية، والتسويقية، والمالية، والادارية، والبشرية) من خلال الاعتماد على مصداقية البيانات الضخمة.



الشكل (26) الانموذج القياسي لتأثير ابعاد البيانات الضخمة في القابليات التنافسية

كما ساهمت ابعاد البيانات الضخمة في تفسير (0.849) من مقدار التباين الحاصل في القابليات التنافسية، اما القيمة المتبقية فانها تقع خارج حدود الدراسة.

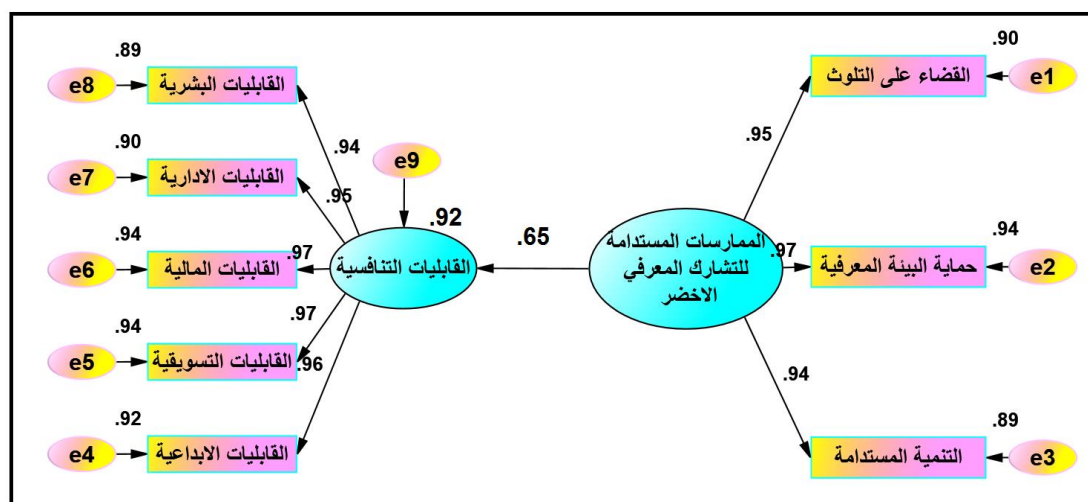
الجدول (41) نتائج تحليل تأثير ابعاد البيانات الضخمة في القابليات التنافسية

الاحتمالية (P)	معامل التحديد R^2	القيمة الحرجة	الخطأ المعياري	الاوزان المعيارية	المسار		
0.244	0.849	1.200	0.075	0.090	القابليات	<---	حجم البيانات
0.001		3.200	0.055	0.176	التنافسية	<---	سرعة البيانات
0.481		-0.705	0.088	-0.062		<---	قيمة البيانات
0.001		4.387	0.075	0.329		<---	تنوع البيانات
0.001		5.036	0.083	0.418		<---	مصادقية البيانات

الفرضية الرئيسية الخامسة: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للممارسات المستدامة للتشارك

المعرفي الاخضر في القابليات التنافسية.

تظهر نتائج الجدول (42) والبيانات المستعرضة في الشكل (27) الى وجود تأثير معنوية للممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في القابليات التنافسية، اذ ان زيادة الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر بمقدار وحدة واحدة يؤدي الى احداث تحسين في القابليات التنافسية قدره (0.645) وبنسبة خطأ معياري مساوية لـ (0.151) وقيمة حرجة مقدارها (4.272)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لأهمية تعزيز القابليات التنافسية من خلال استثمار قدرات الشركة على القضاء على التلوث، وحماية البيئة المعرفية، والتنمية المستدامة.



الشكل (27) الانموذج القياسي لتأثير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في القابليات التنافسية

كما ساهمت الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في تفسير (0.915) من مقدار التباين الحاصل في القابليات التنافسية، اما القيمة المتبقية فانها تقع خارج حدود الدراسة.

الجدول (42) نتائج تحليل تأثير الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في القابليات التنافسية

الاحتمالية (P)	معامل التحديد R ²	القيمة الدرجة	الخطأ المعياري	الاوزان المعيارية	المسار		
0.001	0.915	4.272	0.151	0.645	القابليات التنافسية	<---	الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر

وتتفرع من هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية الآتية:

1. يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية للقضاء على التلوث في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

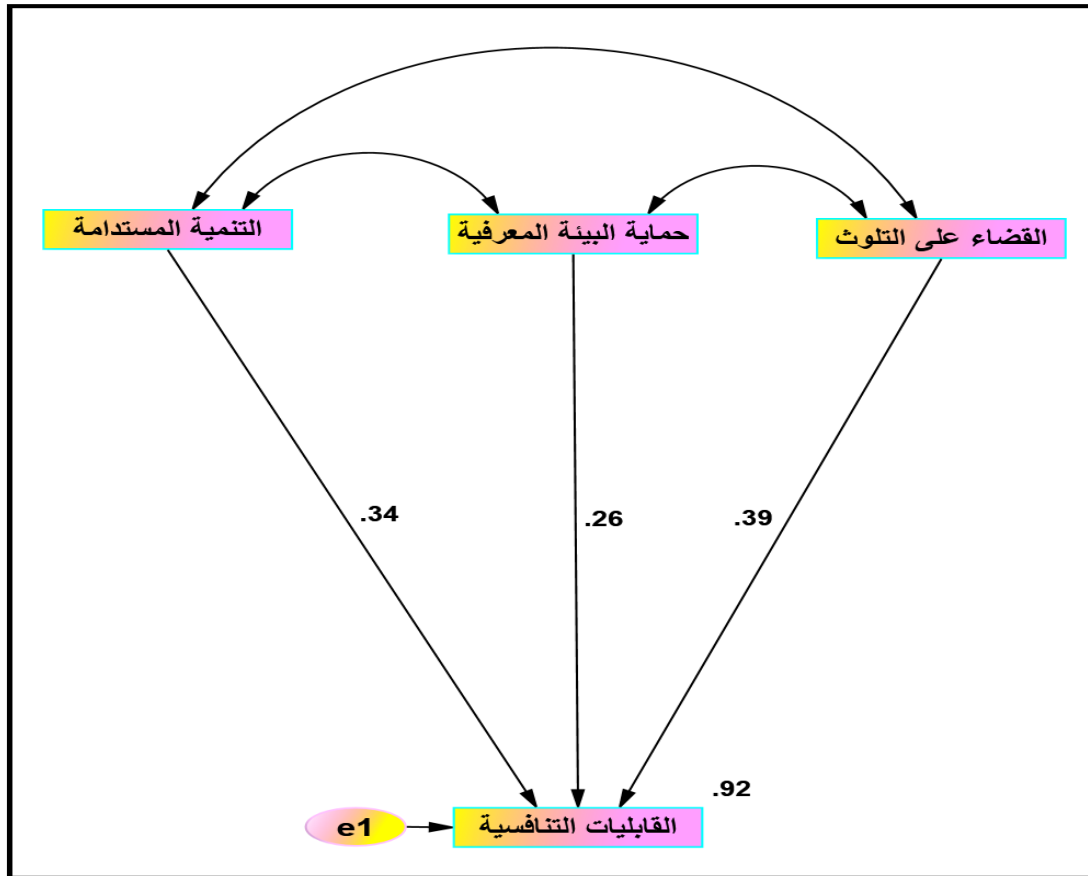
ابدى الجدول (43) وجود تأثير معنوية لبُعد القضاء على التلوث في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية)، اذ ان زيادة بُعد القضاء على التلوث بمقدار وحدة واحدة يؤدي الى احداث تحسين في القابليات التنافسية قيمته (0.390) وبنسبة خطأ معياري مساوية لـ (0.042) وبقيمة حرجة مقدارها (9.286)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لأهمية تحسين القابليات (الابداعية، والتسويقية، والمالية، والادارية، والبشرية) من خلال الاعتماد على القضاء على التلوث.

2. يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية لحماية البيئة المعرفية في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

يلحظ من الجدول (43) وجود تأثير معنوية لبُعد حماية البيئة المعرفية في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية)، اذ ان زيادة بُعد حماية البيئة المعرفية بمقدار وحدة واحدة يؤدي الى احداث تحسين في القابليات التنافسية قيمته (0.258) وبنسبة خطأ معياري مساوية لـ (0.056) وبقيمة حرجة مقدارها (4.607)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لأهمية تحسين القابليات (الابداعية، والتسويقية، والمالية، والادارية، والبشرية) من خلال الاعتماد على حماية البيئة المعرفية.

3. يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية للتنمية المستدامة في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية).

يبين الجدول (43) وجود تأثير معنوية لبُعد التنمية المستدامة في القابليات التنافسية بأبعادها (القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية)، اذ ان زيادة بُعد التنمية المستدامة بمقدار وحدة واحدة يؤدي الى احداث تحسين في القابليات التنافسية قيمته (0.341) وبنسبة خطأ معياري مساوية لـ (0.042) وبقيمة حرجة مقدارها (8.119)، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لأهمية تحسين القابليات (الابداعية، والتسويقية، والمالية، والادارية، والبشرية) من خلال الاعتماد على التنمية المستدامة.



الشكل (28) الانموذج القياسي لتأثير ابعاد الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في القابليات التنافسية

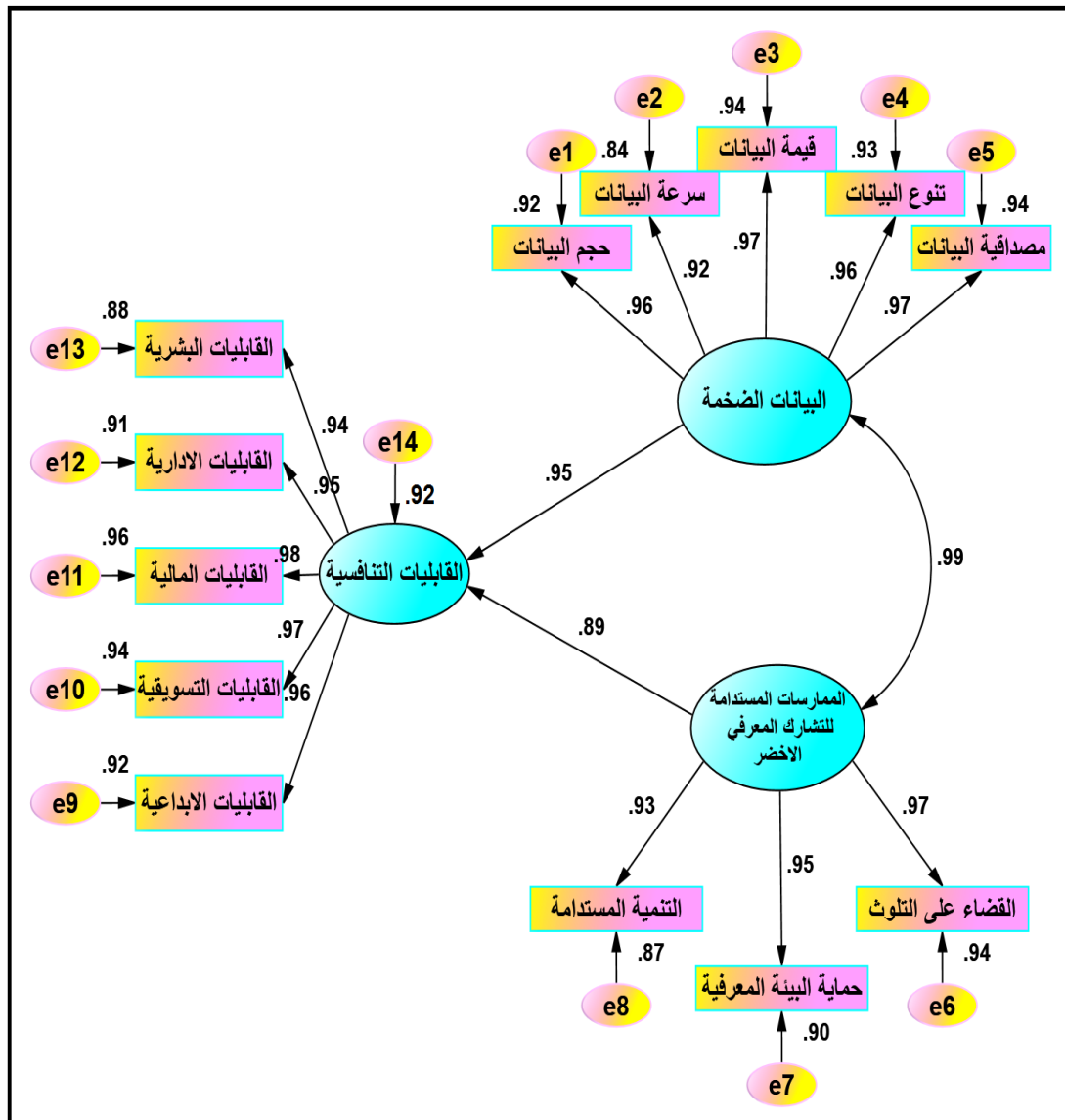
كما ساهمت ابعاد الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في تفسير (0.915) من مقدار التباين الحاصل في القابليات التنافسية، اما القيمة المتبقية فانها تقع خارج حدود الدراسة.

الجدول (43) نتائج تحليل تأثير ابعاد الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في القابليات التنافسية

الاحتمالية (P)	معامل التحديد R^2	القيمة الحرجة	الخطأ المعياري	الاوزان المعيارية	المسار		
0.001	0.915	9.286	0.042	0.390	القابليات	<---	القضاء على التلوث
0.001		4.607	0.056	0.258	التنافسية	<---	حماية البيئة المعرفية
0.001		8.119	0.042	0.341		<---	التنمية المستدامة

الفرضية الرئيسية السادسة: وجود تأثير مشترك ذو دلالة معنوية للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في القابليات التنافسية.

تظهر نتائج الجدول (44) والبيانات المستعرضة في الشكل (29) الى وجود تأثير مشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في القابليات التنافسية، اذ ان زيادة التأثير المشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر بمقدار وحدة واحدة يعزز قابلية الشركة في الاعتماد على البيانات الضخمة بمقدار (0.951) والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر بواقع (0.892) ما يؤدي الى تحسين القابليات التنافسية وتقليل نسبة الخطأ المعياري الى (0.061، 0.062) على التوالي للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر ، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لأهمية تعزيز القابليات التنافسية من خلال استثمار قدرات الشركة في التأثير المشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر.



الشكل (29) الانموذج القياسي التأثير المشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر

كما ساهم التأثير المشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في تفسير (0.915) من مقدار التباين الحاصل في القابليات التنافسية، اما القيمة المتبقية فانها تقع خارج حدود الدراسة.

الجدول (44) نتائج تحليل التأثير المشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر في القابليات التنافسية

الاحتمالية (P)	معامل التحديد R^2	القيمة الحرية	الخطأ المعياري	الاوران المعيارية	المسار		
0.001	0.915	15.590	0.061	0.951	القابليات التنافسية	<---	البيانات الضخمة
0.001		14.387	0.062	0.892		<---	الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الأخضر

الفصل الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

المبحث الأول: الاستنتاجات

المبحث الثاني: التوصيات

المبحث الأول

الاستنتاجات

1. وجود علاقة تأثير مشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر، ما اسهم في ادراك الشركة المدروسة لعملية فحص البيانات بشكل دوري من اجل ضمان سهولة تحليلها والتعامل معها.
2. تركيز ادارة الشركة على توجيه العاملين للالتزام بفحص البيانات بشكل مستمر للتخلص من البيانات المضرة وغير المفيدة، ما ادى الى تعزيز ادراك الشركة المدروسة لاهمية النظر الى استخدام البيانات الضخمة في تطوير عملياتها الداخلية.
3. ادراك الشركة المدروسة لاهمية تحليل البيانات بسرعة وبمجرد استلامها من اجل ضمان تدفق واستمرارية معالجة البيانات بشكل دقيق، ما يعني ان الشركة المدروسة تهتم بتقليص الفترات الزمنية من اجل الحصول على اكبر قدر ممكن من البيانات الجديدة واستثمارها بشكل سريع من اجل استثمار الفرص للحصول المزيد من المردودات المالية وبناء سمعة ايجابية تجاه خواص وامكانية خدماتها في تلبية متطلبات الزبائن لديها.
4. اظهرت النتائج اهتمام الشركة المدروسة بتنوع البيانات من خلال التركيز على فحص البيانات اليت يتم الحصول عليها من مصادر مختلفة، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لاهمية التركيز على تحليل مختلف البيانات التي يتم الحصول عليها وتبويبها بشكل يساهم في يحسن من قيمة ودقة هذه البيانات.
5. بينت النتائج ان الشركة المبحوثة تهتم بمصادقية البيانات التي تحصل عليها من زبائنها وتركز على جودتها بشكل كبير، ما يعني ادراك الشركة المدروسة لاهمية التركيز على معالجة البيانات بمصادقية واتساق عالي.

6. اظهرت النتائج ان مستوى اهتمام العاملين في الشركة المدروسة والحرص على مصداقية وجودة البيانات العالية، ما يعني اهتمام الشركة المدروسة بتطوير قدراتها التقنية الضخمة من اجل التخلص من حالة عدم التأكد وعدم الثقة وتحسين مصداقية الزبائن بحرص الشركة على حفظ بياناتهم بسرية تامة.

7. بينت اجابات العاملين في الشركة ان الشركة المدروسة تحفز العاملين على حماية بيئة العمل من خلال التعاون معها بالالتزام بالمبادئ الضرورية لحماية مناخ العمل.

8. تحرص ادارة الشركة تستثمر جزء من امكانياتها في مجال البحث والتطوير، من خلال ادراك الشركة لاهمية تطوير قدرتها على استثمار التكنولوجيا في عملياتها الى اقصى الحدود، فضلا عن تركيز ادارة الشركة بالتمتلك القابلية في الحصول على تمويل من خلال التركيز على زيادة الاحتياطات المالية من خلال التمويل الذاتي.

9. بينت الاجابات اتفاق اراء العاملين في الشركة المدروسة لتحسين قابلية المنظمة على صياغة استراتيجياتها باستخدام القابليات الابداعية، والقابليات التسويقية، والقابليات المالية، والقابليات الادارية، والقابليات البشرية من أجل تحسين عملياتها الداخلية وتحقيق الاداء والنجاح التنظيمي، وقد اظهرت النتائج الى ان مستوى اهتمام العاملين في الشركة المدروسة تجاه استخدام مهارات ادارية وتسويقية عالية لإدارة مهامها الداخلية.

المبحث الثاني

التوصيات

1. ضرورة ادراك الشركة المدروسة لاهمية اكتشاف المزيد من البيانات الضخمة بهدف استثمارها في تحسين قابليات العاملين لديها، ما يتطلب اليات للاستجابة بشكل سريع لبيانات الزبائن ومعالجتها قدر الامكان.
2. يتطلب ان تهتم الشركة بقيمة البيانات من خلال معالجتها وتوليد فوائد من خلال التحليل الدقيق الذي يرفع من قيمتها، ما يتطلب اليات لمعالج البيانات بشكل يحقق فوائد اعلى من تكلفة جمعها وتحليلها.
3. يتحتم ان تهتم الشركة المدروسة تهتم بتقديم النصيحة للعاملين في الشركة بشأن القضاء على البيانات والمعلومات الضارة والتي من الممكن ان تؤثر على السيرة الذاتية لزيائنها المتعاملين معها، ما يتطلب تنفيذ مدونات اخلاقية تساهم في بيان السلوكيات المرغوبة والسلوكيات غير المرغوبة.
4. ضرورة ادراك الشركة المدروسة لاهمية التركيز على تشجيع العاملين في التعاون مع الشركة من اجل تحسين الوعي البيئي لديهم تجاه اهمية القضاء والحد من التلوث، ما يتطلب اليات لتشجيع العاملين على الانخراط في تحسين عمليات الشركة الداخلية.
5. يتعين على الشركة المدروسة ادراك اهمية التركيز على اتخاذ قرارات رادعة لتوجيه العاملين لحماية بيئة العمل، ما يتطلب اليات تحسين من ادراك الشركة المدروسة لاهمية التركيز على اشعار العاملين بقيمة مشاركتهم المعرفية والسعي لتحقيق التنمية المستدامة للشركة

6. ضرورة اهتمام الشركة المدروسة ببناء علاقات ايجابية مع العاملين وضمان استدامة هذه العلاقة بشكل جيد، ما يتطلب اليات تشجع العاملين على مشاركة ارائهم مع الشركة المدروسة تبادل المعرفة بشكل يضمن استثمار الموارد واكتشاف اليات جديدة لتطوير خدماتها.
7. ضرورة اهتمام الشركة المدروسة بالتخطيط الشامل للمحافظة على جوانب التنمية لديها من خلال التركيز على الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والمالية لتحقيق اهداف الشركة المجتمعية، ما يتطلب تنفيذ اهتمام امكانيات عالية في الحصول على المعرفة وبناء علاقات تخصص بيئة العمل للمساهمة في المحافظة عليه.
8. ضرورة ان تهتم الشركة المدروسة بتوزيع خدماتها بشكل جيد من خلال الافادة من المقترحات القيمة المقدمة من قبل العاملين، ما يتطلب اليات عالية المستوى للحصول على المعلومات العلمية والتكنولوجية.
9. ضرورة تركيز الشركة على بناء مهارات ادارية وتسويقية عالية، ما يتطلب ادراك الشركة المدروسة لاهمية التركيز على التكيف مع ثقافة المجتمع الذي تعمل بصدده، ما يتطلب اليات لتحسين تركيز الشركة المدروسة على تعظيم قدرتها على التكيف مع ثقافة المجتمع الذي تعمل بصدده.

المصادر

- القرآن الكريم

أولاً : المصادر العربية

أ - الدوريات

1. ابراهيم، نهلة محمد، 2023، الدور التفاعلي لاستخدام تحليلات البيانات الضخمة والافصاح المحاسبي عن المعلومات المستقبلية على الربحية في البنوك السعودية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد 4، العدد 1، الجزء الثاني.
2. آدم، عوض الكريم، و حسن، محمد حسن بشير. (2022). اثر التسعير في المزيج التسويقي على زيادة القابلية التنافسية للمنشآت الصناعية في السودان: دراسة حالة مصانع الزيوت من وجهة نظر العاملين بالقطاع. مجلة التحليل و الاستشراف الاقتصادي، 2(2)، 173-203.
3. الاغا، ناصر، ابو الخير، احمد، (2012)، واقع تطبيق عمليات ادارة المعرفة في جامعة القدس المفتوحة وإجراءات تطويرها، مجلة جامعة الأقصى، المجلد 16، العدد 1.
4. جاسم، موج عباس، وغضب، امجد كريم، وكاطع، عباس هادي، 2021، دور الابداع المحاسبي في تشجيع الاستثمار الاجنبي وتحقيق التنمية المستدامة: دراسة تطبيقية في عينة من المصارف العراقية المدرجة في سوق العراق للاوراق المالية، مجلة المثني للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 11، العدد 1.
5. حامد، سهير عادل/ وحنان، صفاء كامل، 2019 " تأثير القابليات الديناميكية في الأسبقية التنافسية: بحث تحليلي في المنظمة العامة للسمنت العراقية" مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 25، العدد 111.

6. حسين، ضياء محمد، ونعمان، سبأ رافع، 2021، البيئة الداخلية للمنظمة وعلاقتها بالأسبقيات التنافسية: دراسة ميدانية في المنظمة العامة لتنفيذ مشاريع النقل، مجلة اقتصاديات الأعمال، العدد 131.
7. حسين، عبد الرزاق، وخلف، خلدون، 2017 " قياس اثر الاستثمار الاجنبي المباشر في التنمية المستدامة سنغافورة نموذجا للمدة (2005-2015)" مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 4، العدد 40.
8. حماد، ماجدة عزت، 2021، العلاقة بين استخدام تكنولوجيا البيانات الضخمة والأداء المالي للمنظمات في إطار التأثير المعدل لجودة نظام المعلومات المحاسبي: دراسة تطبيقية على المنظمات المقيدة بالبورصة المصرية، مجلة المحاسبة والمراجعة لاتحاد الجامعات العربية، العدد الأول.
9. خليل، ليلي جارالله، والنوري، ولاء جمال الدين، 2014، الأسبقيات التنافسية للخدمات السياحية: دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في منظمات مختارة للحج والعمرة في مدينة الموصل، مجلة تنمية الرافدين، المجلد 36، العدد 115.
10. الربيعاوي، سعدون حمود/ والعلاق، مهدي حنون، 2016 " التوجه الاجتماعي للتسويق ودوره في استراتيجيات التنافس: بحث تطبيقي" مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد 22، العدد 94.
11. الزبيدي، سحر عناوي، (2017)، التشارك المعرفي وعلاقته بالسلوك الابداعي دراسة تحليلية لآراء عينة من تدريسي كلية الهندسة جامعة القادسية، المجلد 19، العدد 2 .

12. الزويني، خديجة جمعة، 2007 " دور التجارة الالكترونية في تخفيض التكاليف: دراسة تطبيقية في المنظمة العامة لتجارة السيارات والمكائن" مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد السابع والستون.
13. الساكني، عبير، 2015م " دور الوعي البيئي والتربية البيئية في الحد من مشكلات البيئة (العراق نموذجاً) " مجلة كلية المامون الجامعة، العدد 25.
14. سعدية، خامت، وعبد الرزاق، حميدي، 2020، واقع تطبيق الأساليب التنافسية في المنظمات الصحية، دراسة على عدد من المنظمات الصحية الخاصة بولاية البويرة، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 13، العدد 1.
15. سليم، محمد السيد موسى. (2022). تأثير الرقابة الاستراتيجية على القابلية التنافسية: دراسة ميدانية على المنظمات الصناعية بمدينة العاشر من رمضان". مجلة البحوث التجارية.
16. سميحة، بوعشرين، 2014، دور الرقابة المصرفية في دعم القابليات التنافسية للبنوك التجارية، دراسة حالة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة، جامعة المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية.
17. الشعباني، صالح ابراهيم/ وثابت، الاء وضاح، 2012 " أثر اعتماد منهج إعادة هندسة العمليات الانتاجية في خفض التكاليف بالتطبيق على المنظمة الوطنية لصناعات الأثاث المنزلي في محافظة نينوى" مجلة تنمية الرافدين مجلد 34، العدد 108.
18. صيام، ببا هي محمد طاهر. (2023). أثر الرقابة التنظيمية على القابلية التنافسية للمنظمة: دراسة تطبيقية على مصانع المنطقة الصناعية بدمياط الجديدة. مجلة البحوث المالية والتجارية، 24(1)، 146-169.

19. عبد الحميد، اسلام محمد، ويكر، محمود فرج، 2023، اثر تبني البلوك شين في ظل البيانات الضخمة على تقرير مراقب الحسابات الخارجي، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد 4، العدد 1، الجزء الثاني.
20. عبد الرحمن، جبار، 2013م " قياس الوعي البيئي لدى طلبة جامعة كوية وعلاقته بوجود مادة البيئة في المنهج الدراسي وبعض المتغيرات الاخرى " مجلة الفتح، المجلد 9، العدد 54.
21. عبود، فرج غني، 2022، دور محاسبة استهلاك الموارد في تحقيق الأسبقيات: دراسة ميدانية في مجموعة من المنظمات الصناعية في محافظة الديوانية، مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد 11، العدد 42.
22. عثمان، امينة ماهر، 2022، اثر استخدام تحليلات البيانات الضخمة على تحسين الافصاح عن التنمية المستدامة مع دراسة ميدانية على المنظمات الصناعية المقيدة بالبورصة المصرية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية - المجلد الثالث عشر - العدد الثاني.
23. غيدان، احمد عبد الجبار، 2021، تقويم كتاب الاجتماعيات للصف السادس الابتدائي في ضوء مؤشرات التنمية المستدامة، مجلة كلية التربية جامعة واسط، العدد 43، الجزء الثاني.
24. محمد، مصطفى جمعة خميس محمد، 2020، دور قدرات تحليل البيانات الضخمة في تحسين الأداء التشغيلي-دراسة ميدانية. المجلة العلمية للدراسات المحاسبية، المجلد 2، العدد الثاني، 430-498.
25. محمود، وائل حسين، 2018، مدخل مقترح لتطوير المراجع الداخلية في ظل بيئة البيانات الضخمة: دراسة ميدانية، مجلة الفكر المحاسبي، المجلد 22، العدد 2.
26. مدني، الدريدي أحمد، 2018 " الدور الاستراتيجي لتطوير الموارد البشرية في الأسبقية التنافسية" مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 24، العدد 102.

27. مرابطي زينب، ودامون سمية. "التسويق الصحي كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية في المنظمات الصحية: دراسة حالة المنظمات الصحية لولاية قالمة" 2019، جامعة 8 ماي 1945 - قالمة-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق خدمات.
28. مصطفى، ناصر فرج، 2022، نهج مقترح لتطوير دور نظم المعلومات المحاسبية من منظور تحليلات البيانات الضخمة Big Data لأغراض دعم اتخاذ القرارات: دراسة استطلاعية لبيئة البيانات الضخمة في مصر وعلاقتها بنظم المعلومات المحاسبية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة دمياط، المجلد 4، العدد 1، الجزء الثاني.
29. مهدي، ميادة حياوي، 2019 " المنظمات الريادية الناجحة وأثرها في تعزيز استراتيجية التمايز: دراسة تطبيقية لآراء عينة من المدراء والعاملين في ديوان محافظة النجف الأشرف" مجلة مركز دراسات الكوفة، المجلد 1، العدد 52.
30. النحاس، نبيل ابراهيم، (2022). أثر تطوير المنتجات الصناعية على القابلية التنافسية للصناعات التكميلية بالعاشر من رمضان دراسة ميدانية. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية. حلوان، 36(4)، 341-385.
31. نخال، ايمن محمد، 2020، اثر البيانات الضخمة على مخاطر المراجعة، مجلة الاسكندرية للبحوث المحاسبية قسم المحاسبة والمراجعة، المجلد الرابع، العدد الثاني.
32. النقيرة، احمد محمود محمد، 2019، محددات تحليل البيانات الضخمة وأثرها على المرونة الاستراتيجية: دراسة تطبيقية على شركات الأدوية العاملة في مصر، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارية، المجلد 49، العدد 2.
33. اليحياتية، خديجة بنت عبد الله، 2018، البيانات الضخمة: التحديات، جمعية المكتبات المتخصصة فرع الخليج العربي، المؤتمر السنوي الرابع والعشرين: البيانات الضخمة وآفاق استثمارها: الطريق نحو التكامل المعرفي، مسقط.

34. يوسف، جمال علي محمد، 2018، مدخل مقترح لتقييم أهمية تطوير المحاسبة في ظل بيئة البيانات الضخمة، مجلة الفكر المحاسبي، المجلد 22، العدد 2.

35. د. مقناني، صبرينة، وشبيلة، مقدم، 2019، دور البيانات الضخمة في دعم التنمية المستدامة بالدول العربية. مجلة دراسات وتكنولوجيا المعلومات، المجلد 4، العدد 1.

36. د. مقناني، صبرينة، وشبيلة، مقدم، 2019، دور البيانات الضخمة في دعم التنمية المستدامة بالدول العربية. مجلة دراسات وتكنولوجيا المعلومات، المجلد 4، العدد 1.

ب- الرسائل والاطاريح

37. البناء، زينب مكي محمود، 2009 "دور استراتيجيات المحيط الأزرق في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة دراسة مقارنة بين شركتي زين وأسيا سيل للاتصالات" رسالة ماجستير ، جامعة كربلاء.

38. الجبوري، علاء أحمد، (2005)، أثر الاستراتيجيات التنافسية في تعزيز الأداء الاستراتيجي للمنظمات الصغيرة دراسة ميدانية لبعض المنظمات القطاع الخاص في الموصل، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الموصل.

39. الجنابي، أميرة هاتف، 2006 "اثر تفضيلات أبعاد الجودة في رضا الزبون لتحقيق الميزة التنافسية دراسة تحليلية في المنظمة العامة للصناعات الجلدية" رسالة ماجستير، جامعة الكوفة.

40. خليل، دعاء محمود، 2020، درجة وعي اعضاء الهيئتين الاكاديمية والادارية في الجامعات الاردنية للبيانات الضخمة، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الاوسط، كلية العلوم التربوية، قسم التربية الخاصة وتكنولوجيا التعليم.

41. السليفاني، محمد عبد الرحمن عمر، 2011 "دور إدارة علاقات الزبائن في تحقيق التفوق التنافسي دراسة استطلاعية لعينة من الأفراد العاملين في فنادق الدرجة الأولى في المنطقة الشمالية" رسالة ماجستير ،جامعة الموصل.

42. الشرايعه، جهان علي، 2021، اثر البيانات الضخمة على الاستشراف الاستراتيجي: الابداع المفتوح متغير وسيط: دراسة ميدانية في قطاع الصناعات العلاجية واللوازم الطبية في عمان، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الاوسط، كلية الاعمال، قسم ادارة الاعمال.

43. عباس، سعد كريم حسين، 2021، اثر عناصر المزيج التسويقي الأخضر على سلوك المستهلك البيئي: دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في شركة الاتحاد للصناعات الغذائية المحدودة في محافظة بابل ، رسالة ماجستير، جامعة القادسية، كلية الادارة والاقتصاد.

44. الفاعوري، سامر عبد الرحمن، 2019، أثر القيادة التحويلية في تحقيق الأولويات التنافسية في جامعة البلقاء التطبيقية، رسالة ماجستير، جامعة عمان العربية، كلية الأعمال، تخصص إدارة أعمال.

45. كاظم، رونق جودت، 2021، تأثير القيادة المتناقضة في الابداع التنظيمي: الدور الوسيط لتشارك المعرفة والدور التفاعلي للسلامة النفسية، رسالة ماجستير، جامعة البصرة، كلية الادارة والاقتصاد.

46. نويوة، زينب وناني، مريم ومولاتي، قمره، (2018)، أثر إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الأسبقيات التنافسية، رسالة ماجستير، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

A. Journals & Periodicals

1. Abou-Moghli, A. A., Al Abdallah, G. M., & Al Muala, A. (2012). Impact of innovation on realizing competitive advantage in banking sector in Jordan. *American Academic & Scholarly Research Journal*, 4(5), 1.
2. Adoli, H. L., & Kilika, J. M. (2020). Conceptualizing the Role of Leadership Strategy in the Context of Strategic Management Process: A Review of Literature.
3. Ahmed, L., Nasir, A., Nasir, A., & Bakhtawar, A. (2021). The Influence of Green Human Capital and Green Abilities on Employee Green Behavior with Moderating Role of Green Knowledge Sharing: A Conceptual Study. *South Asian Journal of Social Science and Humanities*, 2(2), 1-12.
4. Ahmed, W., Najmi, A., Mustafa, Y., & Khan, A. (2019). Developing model to analyze factors affecting firms' agility and competitive capability: A case of a volatile market. *Journal of Modelling in Management*.
5. Akkaya, B., & Mert, G. (2022). Organizational Agility, Competitive Capabilities, and the Performance of Health Care Organizations During the Covid-19 Pandemic. *Central European Management Journal*, 30(1), 2-25.
6. Al Ani, M. K., Imran, R., & Al Awaeed, Z. S. (2021). Big Data and Organizational Ambidexterity: A Strategic Perspective. In *Fourth Industrial Revolution and Business Dynamics* (pp. 3-20). Palgrave Macmillan, Singapore.

7. Alalawi, M. S. M., Mishrif, S., & Al-Hashimi, M. (2023). Knowledge Sharing Augments Healthcare Sector Performance in Bahrain. In European, Asian, Middle Eastern, North African Conference on Management & Information Systems (pp. 739-749). Springer, Cham.
8. Al-Bakri.T, & Ismail.H. (2016). The effect of the green marketing mix on consumer behavior to use the renewable energy product An analytical study on a sample of solar heaters users in Amman. Baghdad College of Economic Sciences Journal , (48), 57-76.
9. Aldridge, I. (2019). Big data in portfolio allocation: A new approach to successful portfolio optimization. The Journal of Financial Data Science, 1(1), 45-63.
10. Ali, A., Hazoor, M. S., Bari, M., & Mohsin, B. (2019). Green HRM practices and green innovation: an empirical evidence from pharmaceutical industry in Pakistan. Pacific Business Review International Volume, 11(6), 61-71.
11. Al-jawazneh, B., & Al-Awawdeh, W. (2016). The Mediating Role of Corporate Characteristics on the Relationship between the Strategic Learning and the Competitive Capabilities of the Telecommunications Companies in Jordan. International Business Research, 9(5), 125-134.
12. Al-Omari, Z. H., Al-Shaki, O. T., Ahmad, M. S., & Ahmed, E. M. (2014). Knowledge growth measurement and formulation for enhancing organizational knowledge capital. Journal of the Knowledge Economy, 5(3), 616-632.
13. Al-Rahmi, W. M., Yahaya, N., Aldraiweesh, A. A., Alturki, U., Alamri, M. M., Saud, M. S. B., ... & Alhamed, O. A. (2019). Big data adoption and knowledge management sharing: An empirical investigation on their adoption and sustainability as a purpose of education. Ieee Access, 7, 47245-47258.

14. Al-Zaidi, W., Shaban, F., & Qadir, D. (2022). Internet of Things in Enhancing Competitive Capabilities: An Exploratory Study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 8(2), 25-32.
15. Anatan, L. (2022). An Initial Study of Knowledge Sharing Policies in Higher Education. In *Quantitative Analysis of Social and Financial Market Development* (Vol. 30, pp. 103-118). Emerald Publishing Limited.
16. Anwar, M., Khan, S. Z., & Shah, S. Z. A. (2018). Big data capabilities and firm's performance: a mediating role of competitive advantage. *Journal of Information & Knowledge Management*, 17(04), 1-28.
17. Arief, M., Thoyib, A., Sudiro, A., & Rohman, F. (2013). The effect of entrepreneurial orientation on the firm performance through strategic flexibility: A study on the SMEs cluster in Malang. *Journal of Management Research*, 5(3), 44-62.
18. Awwad, A. (2009). "The Influence of Strategic Flexibility on the Achievement of Strategic Objectives: an Empirical Study on the Jordanian Manufacturing Companies" *Jordan Journal of Business Administration*, Volume 5, No. 3, PP 415-431.
19. Bai, D., & Li, H. (2019). A Summary of Research on Tacit Knowledge Sharing at Home and Abroad.
20. Barnes, T. J. (2013). Big data, little history. *Dialogues in Human Geography*, 3(3), 297-302.
21. Bebbington, J., Russell, S., & Thomson, I. (2017). Accounting and sustainable development: Reflections and propositions. *Critical Perspectives on Accounting*, 48, 1-14.
22. Bhatti, S. H., Zakariya, R., Vrontis, D., Santoro, G., & Christofi, M. (2020). Highperformance work systems, innovation and knowledge sharing. *Employee Relations: The International Journal*, 43(2), 45-77.

23. Bifet, A., & Morales, G. D. F. (2014, December). Big data stream learning with samoa. In 2014 IEEE International Conference on Data Mining Workshop (pp. 1199-1202). IEEE.
24. big data predictive analytics framework over hybrid big data sources with an application for disease analytics. In International Conference on Advanced Information Networking and Applications (pp. 669 680). Springer, Cham.
25. Biwott, G. (2022). Emotional Intelligence As A Driving Engine For Green Knowledge-Sharing Behaviour Among Academic Staff In Kenyan Universities. *Journal of Advanced Research in Economics and Administrative Sciences*, 3(2), 1-17.
26. Bock, A. J., Opsahl, T., George, G., & Gann, D. M. (2012). The effects of culture and structure on strategic flexibility during business model innovation. *Journal of Management Studies*, 49(2), 279-305.
27. Braganza, A., Brooks, L., Nepelski, D., Ali, M., & Moro, R. (2017), Resource management in big data initiatives: Processes and dynamic capabilities. *Journal of Business Research*, 70, 328-337.
28. Bunse, A. (2019). Organizing Boots on the Ground: Proactively Managing Sustainability Risks in Global, Multi-tier Supply Chains.
29. Castaneda, D. I., & Cuellar, S. (2020). Knowledge sharing and innovation: A systematic review. *Knowledge and Process Management*, 27(3), 159-173.
30. Cetin, G., & Nisanci, S. H. (2010). Enhancing students' environmental awareness. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 1830-1834.
31. Chang, T. W., & Hung, C. Z. (2021). How to shape the employees' organization sustainable green knowledge sharing: Cross-level effect of green organizational identity effect on green management behavior and performance of members. *Sustainability*, 13(2), 626.

32. Cingoz.A&Akdogan.A,2013"Strategic flexibility, environmental dynamism, and innovation performance: An empirical study" 9th International Strategic Management Conference, Procedia - Social and Behavioral Sciences 99, 582 – 589
33. Connelly, C.E. &Kelloway, E.K. (2003), —Predictors of employees' perceptions of knowledge sharing cultures‡, Leadership & Organization Development Journal, Vol. 24 No. 5, pp. 294-301.
34. Coyne, E. M., Coyne, J. G., & Walker, K. B. (2018). Big Data information governance by accountants. International Journal of Accounting & Information Management, vol. (26) Issue (1) ,May 5 , pp.153-170.
35. Cuerva, M.C., Triguero-Cano, A. and Corcoles, D. (2014), "Drivers of green and non-green innovation: empirical evidence in Low-Tech SMEs", Journal of Cleaner Production, Vol. 68 No. 1, pp. 104-113.
36. de Castro, R. O., Sanin, C., Levula, A., & Szczerbicki, E. (2022). The Development of a Conceptual Framework for Knowledge Sharing in Agile IT Projects. Cybernetics and Systems, 53(5), 529-540.
37. De Mauro A., Greco M., Grimaldi M., Ritala P. (2018). In (Big) Data we trust: Value creation in knowledge organizations - Introduction to the special issue. Information Processing and Management, Vol. 54, Issue 5. Pp. 755-757.
38. Dehbi, S., Lamrani, H. C., Belgnaoui, T., & Lafou, T. (2022). Big Data Analytics and Management control. Procedia Computer Science, 203, 438-443.
39. Demchenko, Y., Ngo, C., Laat, C. D., Membrey, P., & Gordijenko, D. (2013, August). Big security for big data: Addressing security challenges for the big data infrastructure. In Workshop on secure data management (pp. 76-94). Springer, Cham.
40. Deniz Appelbaum, (2016) , "Securing Big Data Provenance for Auditors: The Big Data Provenance Black Box as Reliable Evidence",

Journal of Emerging Technologies in Accounting, Vol. (13), No. (1), Spring.

41. Dewett, T. (2004). Creativity and strategic management: Individual and group considerations concerning decision alternatives in the top management teams. *Journal of Managerial Psychology*, 19(2), 156-169.

42. Dhaoui, S. I. B., & Renard, L. (2017). Definition and categorization of e-government capabilities: Lessons learned from a Canadian public organization.

43. Ding, X., Tang, Y. Y., Tang, R., & Posner, M. I. (2014). Improving creativity performance by short-term meditation. *Behavioral and Brain Functions*, 10(1), 9.8-1.

44. Dubey, R., Gunasekaran, A., Childe, S. J., Blome, C., & Papadopoulos, T. (2019). Big data and predictive analytics and manufacturing performance: integrating institutional theory, resource-based view and big data culture. *British Journal of Management*, 30(2), 341-361.

45. Emily.C ,Joshua G. Coyne ,Kenton B. walker ,(2018),"big data

46. Errassafi, M., Abbar, H., & Benabbou, Z. (2019). The mediating effect of internal integration on the relationship between supply chain integration and operational performance: Evidence from Moroccan manufacturing companies. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 12(2), 254-273.

47. Eser, H. (2022, May). Big Data, Social Media and Employer Branding: An exploratory study from the hospitality industry. In *International Conference on Tourism Research* (Vol. 15, No. 1, pp. 110-116.)

48. Falahat, Mohammad, Yan-Yin Lee, Pedro Soto-Acosta, and Thurasamy Ramayah. 2021. Entrepreneurial, market, learning and networking orientations as determinants of business capability and international performance: The contingent role of government support. *International Entrepreneurship and Management Journal* 1–22.
49. Ferraris, A., Mazzoleni, A., Devalle, A., & Couturier, J. (2018). Big data analytics capabilities and knowledge management: impact on firm performance. *Management Decision*.
50. Freimane, J., Mezitis, M., & Mihailovs, F. (2017). Maneuver Movements' Safety Increase Using Maneuver Locomotive Identification and Distance Control. *Procedia computer science*, 104, 375-379.
51. Ganciu, M., & Ganciu, O. M. (2014). Development of the Creative Capacity by Means of Aerobic Dance in Higher Deadlock Education. *Procedia–Social and Behavioral Sciences*, 163, 110–114.
52. Garbie, I. H. (2015). Sustainability awareness in industrial organizations. *Procedia CIRP*, 26, 64-69.
53. Ghasemaghaei, M. (2021). Understanding the impact of big data on firm performance: The necessity of conceptually differentiating among big data characteristics. *International Journal of Information Management*, 57, 102055.
54. Ghasemaghaei, M., and Calic, G., (2019),” Can big data improve firm decision quality? The role of data quality and data diagnosticity”, *Decision Support Systems*, No.120, pp.38-49.
55. Gilal, F. G., Ashraf, Z., Gilal, N. G., Gilal, R. G., and Channa, N. A. (2019). Promoting environmental performance through green human resource management practices in higher education institutions: a moderated mediation model. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* 26, 1579–1590.

56. Giménez, J., Madrid-Guijarro, A., & Duréndez, A. (2019). Competitive capabilities for the innovation and performance of Spanish construction companies. *Sustainability*, 11(19), 5475.
57. Green, S., McKinney Jr, E., Heppard, K. and Garcia, L. (2018), "Big Data, digital demand and decision-making", *International Journal of Accounting & Information Management*, Vol. 26, No. 4, pp. 541-555.
58. Guenzi, P., & Troilo, G. (2006). Developing marketing capabilities for customer value creation through Marketing–Sales integration. *Industrial marketing management*, 35(8), 974–988.
59. Gupta, B., Joshi, S., & Agarwal, M. (2012) The effect of expected Benefit and perceived cost on employees' Knowledge sharing Behavior: A study of IT employees in India. *Organizations and Markets in Emerging Economies*, Vol(3) ,No(1), 8-19.
60. Hartono, R., & Sheng, M. L. (2016). Knowledge sharing and firm performance: the role of social networking site and innovation capability. *Technology Analysis & Strategic Management*, 28(3), 335-347.
61. Hassaneen, B, (2020), "Internet of Things and Big Data: Revolution in Education", *Int. J. Learn. Man. Sys*, Vol.8, No.1, p.p 23-43.
62. Hit, M., Ireland, R. & Håkansson, R. (2001). *Strategic Management Competitiveness and Globalization*, South- Western College Publishing, 4th edition, New York.
63. Hossain, K. & Islam, S. (2019). An Analysis of Destination Attributes to Enhance Tourism Competitiveness in Bangladesh. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(2), 1- 17

64. Huddart, L. (2016). Fostering Creative Capacity for Youth Living Homeless Through Their Engagement with Community-Based Arts Organizations.
65. Hutton, S., & Eldridge, S. (2019). Improving productivity through strategic alignment of competitive capabilities. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 1-49.
66. international organization for standardization (ISO/IEC). 2017. "big data". Electronic copy available at: www.iso.org
67. ISACA. (2018). Auditing Big Data in the Enterprise. *ISACA Journal* 1, 1-4.
68. Jackson, N. (2006). Imagining a Different World, in N. Jackson, M. Oliver, M. Shaw, J. Wisdom (Eds) *Developing creativity in higher education: An imaginative curriculum*. London: Routledge, pp.1-9 .
69. Janssen, M., Voort, H., Wahyudi , A.(2017) , " Factors influencing big data decisionmaking quality " , *Journal of Business Research* , Vol. 70 , issue C, pp. 338-345 .
70. Jilani, M. M. A. K., Fan, L., Islam, M. T., & Uddin, M. A. (2020). The influence of knowledge sharing on sustainable performance: A moderated mediation study. *Sustainability*, 12(3), 908.
71. Juwono, E., & Mailangkay, A. B. (2018). IT, BUSINESS MODELAND ORGANIZATIONAL CAPABILITIES. *Jurnal Ilmiah Widya*, 4(3).
72. Kamasak, R., Yavuz, M., Karagulle, A. O., & Agca, T. (2016). Importance of Strategic Flexibility on the Knowledge and Innovation Relationship: An Emerging Market Study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, 126-132.
73. Kamasak, R., Yavuz, M., Karagulle, A. O., & Agca, T. (2016). Importance of Strategic Flexibility on the Knowledge and Innovation

Relationship: An Emerging Market Study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, 126-132.

74. Katal, A., Wazid, M., & Goudar, R. H. (2013). Big data: issues, challenges, tools and good practices. In 2013 Sixth international conference on contemporary computing (IC3) (pp. 404-409). IEEE.

75. Kaufmann, H. R., Panni, M. F. A. K., & Orphanidou, Y. (2012). Factors affecting consumers' green purchasing behavior: An integrated conceptual framework. *Amfiteatru Economic Journal*, 14(31), 50-69.

76. Kay, J A. (1993). *Foundations of Corporate Success*, Oxford: Oxford University Press

77. Kazozcu, S. B. (2011). Role of strategic flexibility in the choice of turnaround strategies: A resource based approach. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 444-459.

78. Kettler, T., & Bower, J. (2017). Measuring Creative Capacity in Gifted Students: Comparing Teacher Ratings and Student Products. *Gifted Child Quarterly*, 61(4), 290–299.

79. Khan, K., Shams, M. S., Khan, Q., Akbar, S., & Niazi, M. M. (2022). Relationship among green human resource management, green knowledge sharing, green commitment, and green behavior: a moderated mediation model. *Frontiers in Psychology*, 13.

80. Khuntia, J., Saldanha, T., & Kathuria, A. (2014). Dancing in the Tigers' Den: MNCs versus Local Firms Leveraging IT-Enabled Strategic Flexibility, 1-19.

81. Kim, H. (2022). Pediatric Cancer Research using Healthcare Big Data. *Clinical Pediatric Hematology-Oncology*, 29(1), 1-11.

82. Kim, Y.J., Kim, W.G., Choi, H.M. and Phetvaroon, K. (2019), "The effect of green human resource management on hotel employees' eco-friendly behavior and environmental performance", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 76, pp. 83-93.

83. Kiprop, G. K. (2014). Competitive strategies and sustainable competitive advantage at the pact incorporation (Doctoral dissertation, University of Nairobi).
84. Kobayak, M. V., Skobkin, S. S., Jarrouj, G., Makhlouf, A., & Bakeev, D. A. (2020). The Creation Of A New Accreditation System As A Factor In Improving The Services Quality In Hotel Enterprises To Ensure Their Sustainable Development. *Science and Technology*, (1), 19-32.
85. Korneyev, M., Pylypenko, A., Popov, O., & Shmatko, N. (2019). Organized management of decentralized economic production systems with joint implementation of development projects. *Восточно-Европейский журнал передовых технологий*, (4 (3)), 22-35.
86. Larrañeta, B., Molina-Morales, F. X., & Herrero, I. (2020). Centrality in networks of geographically proximate firms and competitive capabilities. *BRQ Business Research Quarterly*, 23(4), 254-269.
87. Lasisi, J. O., & Dabiri, M. 2015. Dynamic Competetive Capability And Drivers Of Dynamic Learning In Strategic Allaince In The Nigeria Industrial Sector, *International Journal in Management and Social Science* , Vol.03 Issue-02, 555-569.
88. Le Blanc, D. (2015). Towards integration at last? The sustainable development goals as a network of targets. *Sustainable Development*, 23(3), 176-187.
89. Lebler, D., & McWilliam, E. (2008). Aligning curriculum, pedagogy and assessment for building creative capacity in undergraduate

students: A case study from the conservatorium. In *Creating Value: between Commerce and Commons Conference*.

90. Lee, I. (2017). Big data: Dimensions, evolution, impacts, and challenges. *Business Horizons*, 60(3), 293-303.

91. Lee, I. (2017). Big data: Dimensions, evolution, impacts, and challenges. *Business Horizons*, 60(3), 293-303.

92. Le-Hong, H. and Laney, D. (2013). Toolkit: Board-ready slides on big data trends and opportunities, *GHARTNER RESEARCH*, 1 (3), 45-83.

93. Li, Q., & Kang, Y. (2019). Knowledge sharing willingness and leakage risk: An evolutionary game model. *Sustainability*, 11(3), 596.

94. Liao, S. H., Chen, C. C., & Hu, D. C. (2018). The role of knowledge sharing and LMX to enhance employee creativity in theme park work team: A case study of Taiwan. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(5), 2343-2359.

95. Lin, Y. H., and Chen, Y. S. (2017). Determinants of green competitive advantage: the roles of green knowledge sharing, green dynamic capabilities, and green service innovation. *Quality Quantity* 51, 1663–1685 .

96. Liu, M.S., & Liu, N.C.(2008). Sources of knowledge acquisition and patterns of knowledge sharing behaviors-An empirical study of Taiwanese high tech firms. *International Journal of Knowledge Management* (28), 423-432.

97.Lo, M. F., & Tian, F. (2020). Enhancing competitive advantage in Hong Kong higher education: Linking knowledge sharing, absorptive capacity and innovation capability. *Higher Education Quarterly*, 74(4), 426-441.

98. Løbner, K., & Goduscheit, R. C. (2022). A configurational approach to capabilities of business model innovation: Insights from a project-based firm. *Creativity and Innovation Management*.
99. Lučić, A., Barbić, D., & Uzelac, M. (2023). Theoretical underpinnings of consumers' financial capability research. *International Journal of Consumer Studies*, 47(1), 373-399.
100. Ma, L., Ali, A., Shahzad, M., & Khan, A. (2022). Factors of green innovation: the role of dynamic capabilities and knowledge sharing through green creativity. *Kybernetes*, (ahead-of-print.)
101. MacKinnon, W., Grant, G., & Cray, D. (2008). Enterprise information systems and strategic flexibility. In *Hawaii International Conference on System Sciences, Proceedings of the 41st Annual* (pp.1-9).
102. Manita, R., Elommal, N., Baudier, P.; & Hikkerova, L., (2020), "The digital transformation of external audit and its impact on corporate governance", *Technological Forecasting and Social Change*, vol. 150, issue C
103. Manyika, J., Chui, M., Brown, B., Bughin, J., Dobbs, R., Roxburgh, C., & Byers, A. H. (2011). *Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity*
104. Mariadoss, B. J., Tansuhaj, P. S., & Mouri, N. (2011). Marketing capabilities and innovation-based strategies for environmental sustainability: An exploratory investigation of B2B firms. *Industrial Marketing Management*, 40(8), 1305-1318.
105. Mata, M. N., Falahat, M., Correia, A. B., & Rita, J. X. (2021). Impact of institutional support on export performance. *Economies*, 9(3), 101, 1-13.
106. Mikalef, P., Boura, M., Lekakos, G., & Krogstie, J. (2019). Big data analytics capabilities and innovation: the mediating role

of dynamic capabilities and moderating effect of the environment. *British Journal of Management*, 30(2), 272-298.

107. Mikalef, P., Pappas, I. O., Krogstie, J., & Giannakos, M. (2017). Big data analytics capabilities: a systematic literature review and research agenda. *Information Systems and e Business Management*, 1-32.

108. Mishra, L. (2011). Financial Capability of Educated Middle Class in India—A Study. *LBS Journal of Management & Research*, 9(1and2), 26-36.

109. Mohammed, A. A., & Rashid, B. (2012). Customer Relationship Management (CRM) in Hotel Industry: A framework proposal on the relationship among CRM dimensions, Marketing Capabilities, and Hotel performance. *International Review of Management and Marketing*, 2(4), 220-230.

110. Mokhadinyana, S. M. (2021). Big data analytics and firm performance: The role of knowledge sharing and organisational factors (Doctoral dissertation, University of Pretoria.)

111. Moreira, A., Navaia, E., & Ribau, C. (2022). Moderation Effects of Government Institutional Support, Active and Reactive Internationalization Behavior on Innovation Capability and Export Performance. *Economies*, 10(8), 177.

112. Mostafa, M. & Masry, A. (2008) "Perceived barriers to organizational creativity A cross-cultural study of British and Egyptian future marketing managers" *Cross Cultural Management: An International Journal* Vol. 15 No. 1, pp. 81-93

113. Mustika, S. I., Rahardjo, K., & Prasetya, A. (2020). The Effect of Perceived Organizational Support and Psychological Capital on Job

Satisfaction and Knowledge Sharing. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 27(1), 25-33.

114. Nathania, C. (2022). The Relationship Of Agile Capability, Marketing Capability, Operational Capability And SME Performance In FnB SMEs. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, 1(11), 1463-1482.

115. Nazir, S., Khan, S., Khan, H. U., Ali, S., Garcia-Magarino, I., Atan, R. B., & Nawaz, M. (2020). A comprehensive analysis of healthcare big data management, analytics and scientific programming. *IEEE Access*, 8, 95714-95733.

116. Newbert, S. L. (2008). Value, Rareness, Competitive Advantage, and Performance: A Conceptual–Level Empirical Investigation of the Resource-Based View of the Firm, *Strategic Management Journal*, 29, 745–768.

117. Nham, T. P., Nguyen, T. M., Tran, N. H., & Nguyen, H. A. (2020). Knowledge sharing and innovation capability at both individual and organizational levels: An empirical study from Vietnam's telecommunication companies. *Management & Marketing*, 15(2), 275-301.

118. Ogan, T. V., Akpan, E. G., & Edodi, S. O. (2020). Mitigating the Niger Delta Environmental Problem through Sustainable Development. *International Journal of Peace and Conflict Studies*, 6(2), 63-70.

119. Parvathy, V. K., & Kumar, J. (2022). Financial capability and financial wellbeing of women in community-based organizations: mediating role of decision-making ability. *Managerial Finance*, (ahead-of-print).

120. Pence, H. E. (2014). What is big data and why is it important?. *Journal of Educational Technology Systems*, 43(2), 159-171.
121. Pence, H. E., & Williams, A. J. (2016). Big data and chemical education. *Journal of Chemical Education*, 93(3), 504-508.
122. Pham, Q. T., & Tran, N. K. P. (2020). The impact of incentive mechanism and knowledge sharing motivation on the satisfaction of fanpage's members on Facebook in Vietnam. *International Journal of Entertainment Technology and Management*, 1(1), 64-79.
123. Qadeer, N., & Nauman, S. (2021). How Green Knowledge Sharing Enhances Green Innovation: The Roles of Innovation Capacity and Knowledge Creation.
124. Rahman, M. S., Mannan, M., Hossain, M. A., Zaman, M. H., & Hassan, H. (2018). Tacit knowledge-sharing behavior among the academic staff. *International Journal of Educational Management*.
125. Raissa, G., Sihotang, S., Christy, F., & Wijaya, K. (2021, May). Identification of cultural capital and sustainable behavior towards sustainable development. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 764, No. 1, p. 012015). IOP Publishing.
126. Ramona, A. (2019). "Big Data and Business Opportunities", *Knowledge Horizons - Economics*, Vol. 11, No. 2, pp. 38 -43.
127. Ramphal, R.R. & Nicolaides, A. (2014). Service and quality and quality service: satisfying customers in the hospitality industry. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 3(2), 1-18
128. Ranta, M., & Salmela-Aro, K. (2018). Subjective financial situation and financial capability of young adults in Finland. *International Journal of Behavioral Development*, 42(6), 525-534.

129. Rata, G., (2011), Creativitatea în activitățile specifice educației fizice, sportului și kinetoterapiei, Ed. Alma Mater
130. Rialti, R., Marzi, G., Ciappei, C., & Busso, D. (2019). Big data and dynamic capabilities: a bibliometric analysis and systematic literature review. *Management Decision*.
131. Ripollés, M., & Blesa, A. (2012). International new ventures as “small multinationals”: The importance of marketing capabilities. *Journal of World Business*, 47(2), 277–287.
132. Rubel, M. R. B., Kee, D. M. H., & Rimi, N. N. (2021). The influence of green HRM practices on green service behaviors: the mediating effect of green knowledge sharing. *Employee Relations: The International Journal*.
133. Sadq, Z. M., Othman, B., & Khorsheed, R. K. (2019). The impact of tourism marketing in enhancing competitive capabilities. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(5), 1-11.
134. Sadq, Z.M., Aljaf, N.A. & Hasan, R.S. (2018). The Role of Human Capital in Achieving Competitive Advantages: An Empirical Study at Knowledge Private University /Erbil, Iraq, *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 4(4), 53-63.
135. Sahoo, S., Kumar, A., & Upadhyay, A. (2022). How do green knowledge management and green technology innovation impact corporate environmental performance? Understanding the role of green knowledge acquisition. *Business Strategy and the Environment*.
136. Schwerhoff, G., & Sy, M. (2017). Financing renewable energy in Africa—Key challenge of the sustainable development goals. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 75, 393-401.

137. Setyanti, S. W. L. H., Troena, E. A., Nimran, U., & Rahayu, M. (2013). Innovation role in mediating the effect of entrepreneurship orientation, management capabilities and knowledge sharing toward business performance: Study at Batik SMEs in East Java Indonesia. *IOSR J. Business Manag*, 8(4), 16-27.
138. Sharma, P., & Patro, B. D. K. (2022). A New Approach to Most Advanced Technique for Data Mining of the Big Data. *JOURNAL OF ALGEBRAIC STATISTICS*, 13(3), 3634-3640.
139. Shyle, I., Xhafka, E., & Teta, J. (2021). Challenges of Albanian Companies for Sustainable Development in the Era of Industry 4.0. In International Conference “New Technologies, Development and Applications” (pp. 260-269). Springer, Cham.
140. Simsekli, Y. (2015). An implementation to raise environmental awareness of elementary education students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 191, 222-226.
141. Singla, A., Ahuja, I. P. S., & Sethi, A. P. S. (2017). The effects of demand pull strategies on sustainable development in manufacturing industries. *International Journal of Innovations in Engineering and Technology*, 8(2), 27-34.
142. Song, M., Yang, M. X., Zeng, K. J., and Feng, W. (2020). Green knowledge sharing, stakeholder pressure, absorptive capacity, and green innovation: evidence from Chinese manufacturing firms. *Bus. Strategy Environ.* 29, 1517–1531.
143. Souza, J., Leung, C. K., & Cuzzocrea, A. (2020, April). An innovative
144. Suprobo, F. P., Laksmana, A., & Wulani, F. (2021). Possibility of Realizing Green Innovation by Urban Social Enterprises in Indonesia. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 8(9), 28-41.

145. Suurnäkki, M. (2019). Global Integration and Local Flexibility: Managing Contradictions in a Global Company-A Case Study of a Multi-National Service-Oriented Manufacturing Company.
146. The Institute of Internal Auditors (IIA).(2017) , " Global Technology Audit Guide (GTAG): Understanding and Auditing Big Data " , pp. 1-49 , Available at : <https://na.theiia.org/>
147. Theodosiou, M., Kehagias, J., & Katsikea, E. (2012). Strategic orientations, marketing capabilities and firm performance: An empirical investigation in the context of frontline managers in service organizations. *Industrial Marketing Management*, 41(7), 1058–1070.
148. Tregidga, H., Milne, M. J., & Kearins, K. (2018). Ramping up resistance: Corporate sustainable development and academic research. *Business & Society*, 57(2), 292-334.
149. Tregidga, H., Milne, M. J., & Kearins, K. (2018). Ramping up resistance: Corporate sustainable development and academic research. *Business & Society*, 57(2), 292-334.
150. Tura, T., & Harmaakorpi, V. (2005). Social capital in building regional innovative capability. *Regional Studies*, 39(8), 1111-1125.
151. van Zeijl-Rozema, A., Cörvers, R., Kemp, R., & Martens, P. (2008). Governance for sustainable development: a framework. *Sustainable Development*, 16(6), 410-421.
152. Vasarhelyi, M. A. (2012). Financial accounting standards should not matter: It's just a layer. *Journal of Information Systems*, 26(2), 1-11.
153. Vicente.M,Antunes.M&Malva.M,2016" The impact of marketing capabilities, technological capabilities and organizational innovation on export performance" *Universidade europeia* ,328–337.

154. Vrontis, D., & Christofi, M. (2019). R&D internationalization and innovation: A systematic review, integrative framework and future research directions. *Journal of Business Research*. 8(11),7754-7838 .
155. Walraven, P., Van De Wetering, R., Caniëls, M., Versendaal, J., & Helms, R. (2021, January). Capturing Co-evolutionary Information Systems Alignment: Conceptualization and Scale Development. In *Proceedings of the 54th Hawaii International Conference on System Sciences* (p. 6017).
156. Wang, N., Wang, L., Ma, Z., & Wang, S. (2022). From knowledge seeking to knowledge contribution: A social capital perspective on knowledge sharing behaviors in online Q&A communities. *Technological Forecasting and Social Change*, 182, 121864.
157. Wang, N., Zhang, S. J., & Wang, W. (2022). Impact of environmental innovation strategy on green competitiveness: Evidence from China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(10), 5879.
158. Wang,S.,&Noe,R.A.(2010). knowledge sharing : A Review and Directions for Future Research, *Human Resource Management Review* ,vol (20) ,n (2) ,: 115-131.
159. Wessels, T., & Jokonya, O. (2022). Factors affecting the Adoption of Big Data as a Service in SMEs. *Procedia Computer Science*, 196, 332-339.
160. Williams Jr, R. I., Morrell, D. L., & Mullane, J. V. (2014). Reinvigorating the mission statement through top management commitment. *Management Decision*.
161. Wingerden, J. V., Bakker, A. B., & Derks, D. (2016). A test of a job demands-resources intervention. *Journal of Managerial Psychology*, 31(3), 686-701.

162. Xiao, J. J., Huang, J., Goyal, K., & Kumar, S. (2022). Financial capability: a systematic conceptual review, extension and synthesis. *International Journal of Bank Marketing*, (ahead-of-print).
163. Xiao, J. J., Huang, J., Goyal, K., & Kumar, S. (2022). Financial capability: a systematic conceptual review, extension and synthesis. *International Journal of Bank Marketing*, (ahead-of-print).
164. Yang, C., & Chen, L. C. (2007). Can organizational knowledge capabilities affect knowledge sharing behavior?. *Journal of information science*, 33(1), 95-109.
165. Yang, C., & Chen, L. C. (2007). Can organizational knowledge capabilities affect knowledge sharing behavior?. *Journal of information science*, 33(1), 95-109.
166. Yang, J., Zhang, F., Jiang, X., & Sun, W. (2015). Strategic flexibility, green management, and firm competitiveness in an emerging economy. *Technological Forecasting and Social Change*, 101, pp 1-10.
167. Yang, X., Xu, G., Lv, T. J., & Chen, X. (2016). Analysis of incentive mechanism of knowledge sharing based on big data and principal agent theory. *International Journal of Simulation: Systems*, 17(22), 1-11.
168. Yeoman, I. (2019). Big data. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 18(1), 1-1.
169. Yi Man Li, R., & Wahpoon, S. (2009) Future motivation in construction safety knowledge sharing by means of information technology in Hong Kong. *Science*, Vol. (3) No(9): 457-472.
170. Yong, J. Y., Yusliza, M. Y., Ramayah, T., Chiappetta Jabbour, C. J., Sehnem, S., & Mani, V. (2020). Pathways towards sustainability in manufacturing organizations: Empirical evidence on the role of green

human resource management. *Business Strategy and the Environment*, 29(1), 212-228.

171. Zaidi, N. F. Z., Zulkiffli, S. N. A., & Hussin, N. Z. I. (2019). Competitive Capabilities of Small and Medium-Sized Accommodations (SMSAs) in East Coast of Malaysia. *Universiti Malaysia Terengganu Journal of Undergraduate Research*, 1(1), 24-32.

172. Zhang, X., Meng, Q., & Le, Y. (2022). How Do New Ventures Implementing Green Innovation Strategy Achieve Performance Growth?. *Sustainability*, 14(4), 1-16.

173. Zhou, M., Govindan, K., & Xie, X. (2020). How fairness perceptions, embeddedness, and knowledge sharing drive green innovation in sustainable supply chains: An equity theory and network perspective to achieve sustainable development goals. *Journal of Cleaner Production*, 260, 120950.

174. Žogla, I., Ušča, S., & Mikhailenko, 2019. Capability Approach in Technology-Enhanced Tertiary Education: Looking for new directions.

175. Zulkiffli, S. N., Padlee, S. F., Yusof, J. M., Khatijah, O., & Sebadak, M. (2019). Competitive capabilities, operational capabilities and business performance: a study of Malaysia SMEs. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (24), 1255-1271.

176. Żywiołek, J., Tucmeanu, E. R., Tucmeanu, A. I., Isac, N., & Yousaf, Z. (2022). Nexus of Transformational Leadership, Employee Adaptiveness, Knowledge Sharing, and Employee Creativity. *Sustainability*, 14(18), 11607.

B. Thesis& Dissertation

1. Coninck, N. (2017). The relationship between big data analytics and operations research, (Unpublished Master Thesis), Universiteit Gent, Ghent: Belgium.

2. Fekete, J. (2015). Big data in mining operations, (Unpublished Master Thesis) Copenhagen Business School: British.



الملاحق

الملاحق

ملحق (1)

اسماء السادة المحكمين

ت	الاسم	التخصص	مكان العمل/ كلية/ جامعة
1	أ.د. احسان دهش جلاب	ادارة لاستراتيجية	الإدارة والاقتصاد/ جامعة القادسية
2	أ.د. حامد كاظم متعب	ادارة امداد	الإدارة والاقتصاد/ جامعة القادسية
3	أ.د. اسيل علي مزهر	ادارة انتاج وعمليات	الإدارة والاقتصاد/ جامعة القادسية
4	أ.د. حسين علي عبد الرسول	ادارة تسويق	الإدارة والاقتصاد/ جامعة القادسية
5	أ.د. فراس عدنان عباس الطبطبائي	نظم معلومات استراتيجية	الإدارة والاقتصاد/ جامعة القادسية
6	أ.د. ليث علي يوسف	نظرية منظمة وسلوك تنظيمي	الإدارة والاقتصاد/ جامعة الكوفة
7	أ.د. حامد كريم الحدر اوي	نظم معلومات استراتيجية	الإدارة والاقتصاد/ جامعة الكوفة
8	أ.د. فيصل علوان الطائي	نظم معلومات مكتبية	الإدارة والاقتصاد/ جامعة كربلاء
9	أ.م.د. هاشم جبار مجيد	ادارة معرفة	الإدارة والاقتصاد/ جامعة بابل
10	أ.م.د. جواد محسن راضي	ادارة استراتيجية	الإدارة والاقتصاد/ جامعة القادسية
11	أ.م.د. باسم عباس كريدي	ادارة استراتيجية	الإدارة والاقتصاد/ جامعة القادسية
12	أ.م.د. امانى غالب راشد	ادارة معرفة وموارد بشرية	الإدارة والاقتصاد/ جامعة كربلاء
13	أ.م.د. اميمة حميد العادلي	نظم معلومات	الإدارة والاقتصاد/ جامعة كربلاء
14	أ.م.د. لطيف عبد الرضا عطية	موارد بشرية	الإدارة والاقتصاد/ جامعة القادسية
15	أ.م.د. بشرى عبد الحمزة	ادارة انتاج وعمليات	الإدارة والاقتصاد/ جامعة القادسية

ملحق (2)

استمارة التحكيم



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة القادسية
كلية الإدارة والاقتصاد
قسم إدارة أعمال / الدراسات العليا
برنامج الماجستير

تقديم آراء الخبراء حول (مدق اعادة القياس) الخاصة بمشروع بحث رسالة

الماجستير

الموسومة

التأثير المشترك للبيانات الخدمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي

الأخضر في تحسين القابليات التنافسية للمنظمة

دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات

الأوسط

اعداد الطالبة

سحر جبار رحمن

المشرف

أ.م. د سناء جواد كاظم

2023 م

1444 هـ

السيد الخبير المحترم

تحية حب واحترام

نظراً لما تتمتعون به من خبرة وجدارة علمية فذة نضع بين ايديكم الاستبانة الخاصة برسالة الماجستير الموسومة ﴿ **التأثير المشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في تحسين القابليات التنافسية للمنظمة: دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط** ﴾.

راجين تفضلكم التمعن في الاستبانة وابداء ملاحظاتكم العلمية السديدة والتي سوف تقوم سياق ومسار الرسالة علميا.

وقد تم الاعتماد على تدرج (Likert) الخماسي الدرجة لتحديد اجابات افراد عينة البحث.

يرجى التفضل بأبداء رأيكم حول الاستبانة ومكوناتها وفقراتها، مع بيان الملاحظات الضرورية في ضوء الاجابة على الاسئلة الآتية:

1. هل ان فقرات الاستبانة تعبر عن كل متغير تنتمي اليه؟
2. هل فقرات الاستبانة واضحة وخدم غرض البحث؟
3. هل هناك فقرات اخرى يمكن اضافتها الى كل متغير من متغيرات البحث لتكثيف المقاييس؟

4. هل مكان التطبيق المقترح مناسب ام تقترحون مكان تطبيق افضل؟

علما ان الاستبانة أعدت استناداً الى مجموعة من المقاييس العالمية المعتمد في قياس متغيرات البحث والتي يمكن ايضاحها وكما في الجدول الآتي:

المتغيرات	الابعاد	الفقرات	المصادر
البيانات الضخمة	حجم البيانات	4	Ghasemaghaei,2021
	سرعة البيانات	4	
	قيمة البيانات	4	
	تنوع البيانات	3	
	مصادقية البيانات	3	
الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر	القضاء على التلوث	5	Chang& Hung,2021
	حماية البيئة المعرفية	5	
	التنمية المستدامة	5	
القابليات التنافسية	القابليات الابداعية	3	Giménez et al.,2019
	القابليات التسويقية	4	
	القابليات المالية	6	
	القابليات الادارية	3	
	القابليات البشرية	4	

نشكر تعاونكم خدمة للمسيرة العلمية .. مع تمنياتنا لحضراتكم دوام التوفيق

المحور الاول/ المعلومات التعريفية بعينة البحث

الخصائص الشخصية للمستجيب: يرجى وضع علامة (✓)

﴿1﴾ النوع الاجتماعي:

ذكر

انثى

☐

﴿2﴾ العمر:

30 فأقل

40 - 31

50 - 41

☐
☐
☐

60 - 51

61 فأكثر

☐

﴿3﴾ التحصيل العلمي:

ماجستير

دكتوراه

☐
☐

﴿4﴾ المنصب الوظيفي:

رئيس قسم

معاون عميد

عميد

☐
☐
☐

﴿5﴾ عدد سنوات الخدمة في

5 سنوات فأقل

10 - 6

15 - 11

☐
☐
☐

الكلية الحالية:

20 - 16

25 - 21

26 فأكثر

☐
☐
☐

أولاً:- البيانات الضخمة:- تمثل توليفة كبيرة من البيانات المهيكلة وغير المهيكلة وشبه المهيكلة التي يمكن تحويلها الى معرفة يمكن استثمارها في تحسين اداء المنظمة من خلال التقاط ومشاركة وتخزين وتطبيق المعرفة.

ت	الفقرات	وضوح العبارة		انتماء العبارة		الملاحظات
		واضحة	غير واضحة	تنتمي	لا تنتمي	
حجم البيانات: هو عدد التيرابايت التي تطلق يوميا من البيانات الموجودة في المحتوى، التي يزداد حجمها مع ضخامة حجم الآلات، والأجهزة التي تعتمد في مبدئها على الإنترنت (Coninck, 2017:5).						
1	تحرص الشركة على تحديد كمية البيانات بشكل دوري					
2	تحرص الشركة على تحليل البيانات الضخمة					
3	تحرص الشركة على فحص البيانات بشكل مستمر للتخلص من البيانات الضارة					
4	تحرص الشركة على استخدام البيانات الضخمة في تطوير عملياتها					
سرعة البيانات: هي سرعة تدفق البيانات والتي تتطلب سرعة معالجة البيانات وتحليلها في الوقت اللحظي، حيث تتطلب بعض البيانات استجابة سريعة لتحليلاتها (عثمان، 2022: 561).						
1	تحرص الشركة على تقليص الفترة الزمنية بين الحصول على بيانات جديدة ووقت تحليلها					
2	تحرص الشركة على تحليل البيانات بمجرد استلامها					
3	تحرص الشركة على تحليل البيانات بسرعة					
4	تحرص الشركة على اكتشاف المزيد من البيانات الضخمة لغرض استثمارها في عملياتها					
قيمة البيانات: هي السمة التي تصف الهدف الرئيسي لجمع حجم هائل من البيانات وتوضح القيمة ما إذا كانت البيانات مفيدة ام لا (مصطفى، 2022: 1223).						

1	تحرص الشركة على استخدام البيانات التي توفر فائدة اقتصادية				
2	تحرص الشركة على تحليل البيانات التي تولد رؤى ذات قيمة اقتصادية				
3	تحرص الشركة على معالجة البيانات التي تولد فوائد من خلال الاستخراج والتحويل				
4	تحرص الشركة على معالجة البيانات التي تولد فوائد أعلى من تكلفة جمعها وتحليلها				
تنوع البيانات: وتشمل كلا من البيانات المهيكلية (الأرقام) والبيانات غير المنظمة (الصور، ومراجعات الزبائن، والصوت، وبيانات المستشعر) (Ghasemaghaei,2021:3).					
1	تحرص الشركة على تحليل العديد من أنواع مختلفة البيانات كل يوم.				
2	تحرص الشركة على استخدام عدة مصادر مختلفة للبيانات لاكتساب الرؤى				
3	تحرص الشركة على فحص البيانات التي يتم الحصول عليها من العديد من المصادر				
مصادقية البيانات: هي قابلية تكنولوجيا البيانات الضخمة علي التخلص من التحيزات والشذوذ في البيانات كما تم تطوير أدوات وتكنولوجيا إحصائية للتعامل مع عدم التأكد وعدم الثقة للبيانات مع مستويات ثقة محددة أو فترات محددة (Lee,2017:293).					
1	تحرص الشركة على تحليل البيانات بجودة عالية				
2	تحرص الشركة على التعامل مع البيانات بشكل دقيق ومحدد				
3	تحرص الشركة على معالجة البيانات بمصادقية واتساق عالي				

ثانياً:- الممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر:- تمثل توليفة لنقل وتبادل المعرفة الخضراء بين العاملين في المنظمة بهدف تحسين امكانيات المنظمة في استثمار الموارد واكتشاف اليات جديدة لتطوير منتجاته.

ت	الفقرات	وضوح العبارة		انتماء العبارة		الملاحظات
		واضحة	غير واضحة	تنتمي	لا تنتمي	
القضاء على التلوث: هو مدى اسهام المنظمة في تحسين الوعي البيئي والحساسية البيئية العاملين على العيش في بيئة أكثر صحة وأماناً (Cetin&Nisanci,2010:1830).						
1	ان مشاركة معرفتي الخضراء تساعد المنظمة على القضاء على التلوث من خلال التعاون مع اعضاء المنظمة الاخرين بشكل جيد					
2	ان مشاركة معرفتي الخضراء تؤثر على قرارات اعضاء المنظمة *					
3	ان تجربتي في مشاركة معرفتي الخضراء للقضاء على التلوث امر ممتع					
4	ان مشاركة معرفتي الخضراء للقضاء على التلوث يقدم قيمة عالية للمنظمة					
5	اشعر بان تقديم النصيحة لاعضاء المنظمة للقضاء على التلوث امر حكيم					
حماية البيئة المعرفية: هي معرفة وقائع ومفاهيم وعلاقات تخص البيئة الطبيعية والانظمة البيئية البارزة (Kaufmann et al.,2012:52)						
1	ان مشاركة معرفتي الخضراء تساعد المنظمة على حماية البيئة من خلال التعاون مع اعضاء المنظمة الاخرين بشكل جيد					
2	ان مشاركة معرفتي الخضراء تؤثر على قرارات اعضاء المنظمة في حماية البيئة *					
3	ان تجربتي في مشاركة معرفتي الخضراء لحماية البيئة امر ممتع					
4	اشعر بقيمة عالية لمشاركة معرفتي الخضراء في حماية بيئة المنظمة					

5	اشعر بان تقديم النصيحة لاعضاء المنظمة لحماية البيئة امر حكيم				
التنمية المستدامة: هي عملية شاملة تتناول مختلف مقومات الحياة الاجتماعية معتمدة في ذلك على التخطيط الشامل مختلف الجوانب الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع من اجل تحقيق اهداف معينة في المجتمع والتي تتمثل برفع مستوى معيشة العاملين وبما لا يتعارض مع المحافظة على الموارد الطبيعية والبيئية (حسين و خلف، 2017: 221-222).					
1	ان مشاركة معرفتي الخضراء تساعد المنظمة على استدامة العلاقات بين اعضاء المنظمة الاخرين بشكل جيد				
2	ان مشاركة معرفتي الخضراء تؤثر على قرارات اعضاء المنظمة في التنمية المستدامة *				
3	ان تجربتي في مشاركة معرفتي الخضراء للتنمية المستدامة امر ممتع				
4	اشعر بقيمة عالية لمشاركة معرفتي الخضراء في سعبي لتحقيق التنمية المستدامة للمنظمة				
5	اشعر بان تقديم النصيحة لاعضاء المنظمة للتنمية المستدامة امر حكيم				

ثالثاً:- القابليات التنافسية:- تمثل توليفة من القابليات والأسبقيات الهادفة الى تحسين قابلية المنظمة على صياغة استراتيجياتها باستخدام التكلفة والجودة والمرونة والوقت من أجل تحسين عملياتها الداخلية وتحقيق الاداء والنجاح التنظيمي.

ت	الفقرات	وضوح العبارة		انتماء العبارة		الملاحظات
		واضحة	غير واضحة	تنتمي	لا تنتمي	
القابليات الابداعية: هي قابلية المنظمة على تحقيق التميز في الانشطة الترويجية الداخلية والقابلية على فهم متطلبات البيئة وابداع طرق واساليب جديدة لتحسين اداء المنظمة (Moreira et al.,2022:179).						
1	تمتلك ادارة الشركة القابلية على البحث والتطوير					
2	تمتلك ادارة الشركة القابلية على استثمار التكنولوجيا في عملياتها الى اقصى الحدود					
3	تمتلك ادارة الشركة مستوى عالٍ					

					من المعلومات العلمية والتكنولوجية
القابليات التسويقية: هي العمليات التي تختار المنظمة من خلالها مقترحات القيمة المقصودة لعملائها المستهدفين وتنتشر الموارد التنظيمية لتقديمها (Nathania,2022:1468).					
1					تمتلك ادارة الشركة شبكة توزيع جيدة لخدماتها
2					تمتلك ادارة الشركة القابلية على التقاط واستخدام معلومات السوق ذات الصلة
3					تمتلك ادارة الشركة القابلية على التنبؤ بالاحتياجات المستقبلية للزبائن
4					تمتلك ادارة الشركة القابلية على تحديد الزبائن المحتملين
القابليات المالية: هي القابلية العاملة على تطبيق المعرفة المالية المناسبة ، وأداء السلوكيات المالية المرغوبة واتخاذها (Xiao et al.,2022:2).					
1					تمتلك ادارة الشركة القابلية على زيادة الاحتياطات المالية من خلال التمويل الذاتي
2					تمتلك ادارة الشركة القابلية على زيادة رأس المال من خلال التمديدات
3					تمتلك ادارة الشركة القابلية على الوصول إلى أسواق رأس المال
4					تمتلك ادارة الشركة القابلية على الحصول على تمويل بمتوسط تكلفة منخفضة
5					تمتلك ادارة الشركة القابلية على الحصول على قروض خارجية مربحة
6					تمتلك ادارة الشركة القابلية على الحصول على تمويل دولي مناسب
القابليات الادارية: هي عمليات التنسيق التي تمارسها المنظمة من اجل توجيه العاملين نحو تحقيق اهداف المنظمة (Løbner& Goduscheit,2022:9).					
1					تمتلك ادارة الشركة مهارات ادارية وتسويقية عالية
2					تمتلك ادارة الشركة مهارة عالية

					في ادارة مهامها الداخلية	
					تمتلك ادارة الشركة في التكيف مع ثقافة المجتمع الذي تعمل بصدده	3
القابليات البشرية: هي فرصة لتحقيق أنماط قيّمة من الوظائف البشرية وفي أنشطته / أنشطتها تُظهر ما يمكن للعامل ان يقدمه للمنظمة (Žogla et al.,2019:11).						
					تعمل ادارة الشركة على تأهيل العاملين بشكل دوري	1
					تركز ادارة الشركة على تحقيق التكامل العالي بين العاملين	2
					تشجع ادارة الشركة العاملين على تقديم افضل امكانياتهم	3
					تهتم ادارة الشركة بالعمل الفرقي	4

ملحق (3)

استمارة الاستبيان



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة القادسية / كلية الإدارة والاقتصاد

قسم ادارة اعمال // الدراسات العليا // برنامج الماجستير

م/ استبانة

السيد المحترم

السيدة المحترمة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يسرنا أن نضع بين أيديكم الكريمة الاستبانة التي أعدت كجزء من متطلبات انجاز الدراسة الموسومة ﴿ **التأثير المشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة** **للتشارك المعرفي الاخضر في تحسين القابليات التنافسية للمنظمة: دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في شركة الماستر كارد بمنطقة الفرات الاوسط** ﴾ وهي جزء من متطلبات برنامج الماجستير في ادارة الاعمال، لذا نلتمس معاونتكم في ملئ الاستبانة التي بين ايديكم من خلال وضع علامة (√) في المربع الذي ترونه مناسباً للمقاييس (اتفق تماماً ،اتفق ،محاييد، لا اتفق ،لا اتفق تماماً) وان نجاح هذه البحث مرهون بدرجة استجابتكم بما تمثله الإجابات من دقة وموضوعية على أمل أن تخرج هذه الاستبانة بنتائج تخدم مسيرة البحث العلمي في بلدنا بشكل عام وشركتنا بشكل خاص .علما انه لا داعي لذكر الاسم ،اذ تستخدم هذه الاستبانة لأغراض علمية فقط.

شاكرين لكم سلفاً جهودكم المباركة وحسن تعاونكم معنا .. ومن الله التوفيق.

الجزء الاول

معلومات عامة

الخصائص الشخصية للمستجيب: يرجى وضع علامة (✓)

- ﴿1﴾ النوع الاجتماعي: ذكر ☐ انثى ☐
- ﴿2﴾ العمر: 30 فأقل ☐ 31 - 40 ☐ 41 - 50 ☐ 51 - 60 ☐ 61 فأكثر ☐
- ﴿3﴾ التحصيل العلمي: اعدادية ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه ☐
- ﴿4﴾ عدد سنوات الخدمة في 5 سنوات فأقل ☐ 6 - 10 ☐ 11 - 15 ☐
- الشركة: 16 - 20 ☐ 21 فأكثر ☐
- ﴿5﴾ عدد الدورات المشارك داخل البلد ☐ خارج البلد ☐
- بها:

الجزء الثاني

متغيرات الدراسة

أولاً:- البيانات الضخمة:- تمثل توليفة كبيرة من البيانات المهيكلة وغير المهيكلة وشبه المهيكلة التي يمكن تحويلها الى معرفة يمكن استثمارها في تحسين اداء المنظمة من خلال التقاط ومشاركة وتخزين وتطبيق المعرفة.

ت	الفقرات	اتفق تماما	اتفق	محا يد	لا اتفق	لا اتفق تماما
حجم البيانات: هو حجم البيانات المتولدة التي تطلق يوميا من البيانات الموجودة في المحتوى، التي يزداد حجمها مع ضخامة حجم الآلات، والأجهزة التي تعتمد في مبدئها على الإنترنت (Coninck, 2017:5).						
1	تحرص الشركة على فحص حجم بياناتها بشكل دوري لتهيئة الملاكات البشرية اللازمة لتحليلها والتعامل معها					
2	تحرص الشركة على تحليل البيانات الضخمة					
3	تحرص الشركة على فحص البيانات بشكل مستمر للتخلص من البيانات غير المفيدة					
4	تحرص الشركة على استخدام البيانات الضخمة في تطوير عملياتها					
سرعة البيانات: هي سرعة تدفق البيانات والتي تتطلب سرعة معالجة البيانات وتحليلها في الوقت اللحظي، حيث تتطلب بعض البيانات استجابة سريعة لتحليلاتها (عثمان، 2022: 561).						
1	تحرص الشركة على تقليص الفترة الزمنية بين الحصول على بيانات جديدة ووقت تحليلها					
2	تحرص الشركة على تحليل البيانات بمجرد استلامها					
3	تحرص الشركة على تحليل البيانات بسرعة					
4	تحرص الشركة على اكتشاف المزيد من البيانات الضخمة لغرض استثمارها في عملياتها					
قيمة البيانات: هي السمة التي تصف الهدف الرئيسي لجمع حجم هائل من البيانات وتوضح القيمة ما إذا كانت البيانات مفيدة ام لا (مصطفى، 2022: 1223).						
1	تحرص الشركة على استخدام البيانات التي توفر فائدة اقتصادية					
2	تعمل الشركة على تحليل البيانات التي تولد رؤى ذات قيمة اقتصادية					
3	تعالج الشركة البيانات التي تولد فوائد من خلال التحليل الدقيق الذي يرفع من قيمتها					
4	تعمل الشركة على معالجة البيانات التي تولد فوائد أعلى من تكلفة جمعها وتحليلها					

1	مشاركة معرفتي الخضراء تساعد المنظمة على حماية البيئة من خلال التعاون مع اعضاء المنظمة الاخرين بشكل جيد				
2	تؤثر معرفتي الخضراء على قرارات اعضاء المنظمة في حماية البيئة *				
3	اجرب مشاركة معرفتي الخضراء لحماية البيئة امر ممتع				
4	اشعر بقيمة عالية لمشاركة معرفتي الخضراء في حماية بيئة المنظمة				
5	اشعر بان تقديم النصيحة لاعضاء المنظمة لحماية البيئة امر حكيم				

التنمية المستدامة: هي عملية شاملة تتناول مختلف مقومات الحياة الاجتماعية معتمدة في ذلك على التخطيط الشامل مختلف الجوانب الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع من اجل تحقيق اهداف معينة في المجتمع والتي تتمثل برفع مستوى معيشة العاملين وبما لا يتعارض مع المحافظة على الموارد الطبيعية والبيئية (حسين و خلف، 2017: 221-222).

1	مشاركة معرفتي الخضراء تساعد المنظمة على استدامة العلاقات بين اعضاء المنظمة الاخرين بشكل جيد				
2	مشاركة معرفتي الخضراء تؤثر على قرارات اعضاء المنظمة في التنمية المستدامة *				
3	تجربتي في مشاركة معرفتي الخضراء للتنمية المستدامة امر ممتع				
4	اشعر بقيمة عالية لمشاركة معرفتي الخضراء في سعيي لتحقيق التنمية المستدامة للمنظمة				
5	اشعر بان تقديم النصيحة لاعضاء المنظمة للتنمية المستدامة امر حكيم				

ثالثاً:- القابليات التنافسية:- تمثل توليفة من القابليات والأسبقيات الهادفة الى تحسين قابلية المنظمة على صياغة استراتيجياتها باستخدام التكلفة والجودة والمرونة والوقت من أجل تحسين عملياتها الداخلية وتحقيق الاداء والنجاح التنظيمي.

ت	الفقرات	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماماً
	القابليات الابداعية: هي قابلية المنظمة على تحقيق التميز في الانشطة الترويجية الداخلية والقابلية على فهم متطلبات البيئة وابداع طرق واساليب جديدة لتحسين اداء المنظمة (Moreira et al.,2022:179).					
1	تستثمر ادارة الشركة جزء من امكانياتها في مجال البحث والتطوير					

2	تمتلك ادارة الشركة القابلية على استثمار التكنولوجيا في عملياتها الى اقصى الحدود				
3	تمتلك ادارة الشركة مستوى عالٍ من المعلومات العلمية والتكنولوجية				
القابليات التسويقية: هي العمليات التي تختار المنظمة من خلالها مقترحات القيمة المقصودة لعملائها المستهدفين وتنتشر الموارد التنظيمية لتقديمها (Nathania,2022:1468).					
1	تمتلك ادارة الشركة شبكة توزيع جيدة لخدماتها				
2	تمتلك ادارة الشركة القابلية على التقاط واستخدام معلومات السوق ذات الصلة				
3	تمتلك ادارة الشركة القابلية على التنبؤ بالاحتياجات المستقبلية للزبائن				
4	تمتلك ادارة الشركة القابلية على تحديد الزبائن المحتملين				
القابليات المالية: هي القابلية العاملة على تطبيق المعرفة المالية المناسبة ، وأداء السلوكيات المالية المرغوبة واتخاذها (Xiao et al.,2022:2).					
1	تمتلك ادارة الشركة القابلية على زيادة الاحتياطات المالية من خلال التمويل الذاتي				
2	تمتلك ادارة الشركة القابلية على زيادة رأس المال من خلال التمديدات				
3	تمتلك ادارة الشركة القابلية على الوصول إلى أسواق رأس المال				
4	تمتلك ادارة الشركة القابلية على الحصول على تمويل بمتوسط تكلفة منخفضة				
5	تمتلك ادارة الشركة القابلية على الحصول على قروض خارجية مريحة				
6	تمتلك ادارة الشركة القابلية على الحصول على تمويل دولي مناسب				
القابليات الادارية: هي عمليات التنسيق التي تمارسها المنظمة من اجل توجيه العاملين نحو تحقيق اهداف المنظمة (Løbner& Goduscheit,2022:9).					
1	تمتلك ادارة الشركة مهارات ادارية وتسويقية عالية				
2	تمتلك ادارة الشركة مهارة عالية في ادارة مهامها الداخلية				
3	تمتلك ادارة الشركة في التكيف مع ثقافة المجتمع الذي تعمل بصدده				

القابليات البشرية: هي فرصة لتحقيق أنماط قيّمة من الوظائف البشرية وفي أنشطته / أنشطتها تُظهر ما يمكن للعامل ان يقدمه للمنظمة (Žogla et al.,2019:11).

1	تعمل ادارة الشركة على تدريب العاملين بشكل دوري				
2	تركز ادارة الشركة على تحقيق التكامل العالي بين العاملين				
3	تشجع ادارة الشركة العاملين على تقديم افضل امكانياتهم				
4	تهتم ادارة الشركة بالعمل الفرقي				

ملحق (4)

تسهيل مهمة

جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة القادسية
كلية الإدارة والاقتصاد
وحدة الدراسات العليا

العدد /
التاريخ / ٢٠٢٣ / ١٢ / ١٢

سما تسامحة فرائدا المسلحة الياسلة لبحر الارهاب

الى / شركة الماسستر كارد في بغداد (شركة بوابة العراق الالكترونية)

م / تسهيل مهمة

تحية طيبة...

انطلاقاً من مبدأ التعاون بين مؤسسات الدولة يرحب تسهيل مهمة الطالب (سحر جبار رحمن) الدراسات العليا / ماجستير / قسم (ادارة الاعمال) لغرض الحصول على بعض المعلومات والبيانات لغرض انجاز الرسالة الموسومة (التأثير المشترك للبيانات الضخمة والممارسات المستدامة للتشارك المعرفي الاخضر في تحسين القابليات التنافسية للمنظمة).

...مع التقدير...

أ.د. طاهر ريسان دخيل
معاون العميد للشؤون العلمية والدراسات العليا

٢٠٢٣ / ١٢ / ١٢

نسخة منه الى

- مكتب السيد العميد للتفضل بالاطلاع ... مع التقدير .
- وحدة الدراسات العليا مع الاذونات .
- اذنيارة الطالب اعلاه

Abstract

The present study aims to reveal the role of the combined impact of big data: (data volume, data speed, data value, data diversity, data credibility) and Sustainable Practices of Green Knowledge Sharing in their dimensions (eradication of pollution, protection of the knowledge environment, and sustainable development) in the Competitive capabilities of: (innovation capabilities, marketing capabilities, financial capabilities, managerial capabilities, and human capabilities), as the study attempts to address a realistic problem reflected in the role of the combined influence of big data and sustainable practices of green knowledge sharing with MasterCard in Iraq in sustainable abilities, as the researcher distributed (350) questionnaire form randomly on a sample of Mastercard's employees in Iraq, and the number of forms valid for analysis (328) (94%), analyzed using advanced statistical software (SPSS.V.28 & AMOS.V.26), the current study pioneers its variables, as it addresses important variables that will highlight how the combined impact of big data and Sustainable Practices of Green Knowledge Sharing can be invested in improving the organization's Competitive capabilities. The study summarized a set of conclusions, most notably the focus of the company's management on guiding employees to be obliged to continuously examine data to get rid of harmful and unhelpful data. This has enhanced the company's perception of the importance of viewing the use of big data in development of its internal operations.

Keywords: big data, Sustainable Practices of Green Knowledge Sharing, Competitive capabilities.

Ministry of Higher Education
and Scientific Research
University of AL- Qadisiyah
College of Administration
and Economics



The Combined Impact of Big Data and Sustainable Practices of Green Knowledge Sharing on Improving Organization's Competitive capabilities

**An Analytical study of a sample of Mastercard's employees
In Ai-Furat Al-Awsat Region**

A thesis

**Submitted of The Council of the College of Administration and
Economics, AL-Qadisiya University, In partial Fulfillment of
Requirements of the
Master Degree in Business Administration**

By

Sahar Jabbar Rahman

Supervised by

Prof. Dr.

Sanaa Jawad Kdahan

2023 A.D

1444 H.D