

عنوان الرسالة: إدارة المعرفة كمدخل لتعزيز القدرات التنافسية (منظور استراتيجي)
دراسة تطبيقية على شركة فودافون

إعداد: مروة محمد طه محمد السيد
إشراف:

أ.د / أحمد سيد مصطفى
أستاذ إدارة الأعمال المتفرغ
كلية التجارة - جامعة بنها

أ.د / أسامة محمد عبد المنعم
أستاذ إدارة الأعمال المتفرغ ووكيل الكلية سابقاً
كلية التجارة - جامعة بنها

د / أحمد عبد المنعم شفيق
مدرس إدارة الأعمال
كلية التجارة - جامعة بنها

ملخص الرسالة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تطبيق شركة فودافون مصر لمدخل إدارة المعرفة و

تحديد مدى مساهمة هذا المدخل في بناء قدرات تنافسية للشركة، وتحديد أهم المعوقات التي تؤثر سلباً على عمليات الإدارة الاستراتيجية للمعرفة في شركة فودافون. كما استهدفت الدراسة توضيح طبيعة إدارة المعرفة وتحديد مدى إمكانية الاعتماد عليها كتوجه استراتيجي في تدعيم القدرة التنافسية لشركة فودافون مصر.

ومن خلال الدراسة الاستطلاعية التي أجرتها الباحثة توصلت إلى بعض الظواهر السلبية التي تدل على وجود مشكلة الدراسة تتلخص فيما يلي:

- أن الحصة السوقية لشركة فودافون قد تراجعت من ٤٥% عام ٢٠١٠ إلى ٤٠.٨% عام ٢٠١٢ بمعدل ٤.٢%، وذلك بسبب حدة المنافسة بين الشركات الأخرى، وأيضاً الأجواء السياسية الغير مستقرة.
 - تراجع جودة الخدمة المقدمة من الشركة والخاصة بالمؤشرات التي وضعها الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات (كما سبق ذكرها) من عام ٢٠١٠ إلى عام ٢٠١٢.
 - تراجع الإقبال على خدمات الجيل الثالث (3G) التي تقدمها الشركة في ٢٠١٢ نظراً لارتفاع أسعارها مقارنة بالإنترنت المنزلي. والذي يمثل تحدياً لدخول خدمات الجيل الرابع في مصر (4G) والذي يتوقع دخوله في أوائل عام ٢٠١٥، حيث يشترط أن يصل استخدام (3G) في ٢٠١٥ إلى ٩٨% قبل تفعيل خدمات الجيل الرابع (4G).
- لذلك يتعين على شركات المحمول بشكل عام والشركة محل الدراسة (فودافون) بشكل خاص تطوير استراتيجياتها واستخدام مداخل استراتيجية حديثة لاستغلال مواردها الاستراتيجية وأهمها المعرفة من أجل بناء قدرات تنافسية تمكنها من البقاء والاستمرار في ظل البيئة التنافسية المتسارعة التغيير في سوق الاتصالات في مصر، وتمكنها من مواكبة التطور التكنولوجي والمعلوماتي المتسارع في بيئة شديدة المنافسة.

وقد قامت الدراسة على فرض رئيسي ينبثق منه أربعة فروض فرعية كما يلي:

الفرض الرئيسي:

هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الإدارة الاستراتيجية للمعرفة وبين تعزيز القدرات التنافسية لشركة فودافون مصر.

الفروض الفرعية:

١. توجد علاقة طردية ذات تأثير معنوي بين الثقافة التنظيمية الداعمة للمعرفة وبين تعزيز القدرات التنافسية للشركة.
٢. توجد علاقة طردية ذات تأثير معنوي بين الهيكل التنظيمي المرن وبين تعزيز القدرات التنافسية للشركة.
٣. توجد علاقة طردية ذات تأثير معنوي بين قيادة المعرفة وبين تعزيز القدرات التنافسية للشركة.
٤. توجد علاقة طردية ذات تأثير معنوي بين التكنولوجيا الفاعلة للمعلومات وبين تعزيز القدرات التنافسية للشركة.

وقد تكونت الدراسة من الإطار العام الذي يحتوي على مشكلة الدراسة، أهدافها، أهميتها، وأهم الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة، ثم يأتي القسم الأول والذي يتكون من ثلاثة فصول تمثل الجانب النظري للمدخل الاستراتيجي لإدارة المعرفة. أما القسم الثاني فهو يتكون من ثلاثة فصول تمثل الدراسة الميدانية و أهم نتائج وتوصيات الدراسة.

ولغرض اختبار الفروض اعتمدت الباحثة على البيانات الثانوية والتي ساهمت في تكوين الإطار النظري للدراسة، إضافةً إلى البيانات الأولية التي تم جمعها عن طريق المقابلات الشخصية وقائمة الاستقصاء والتي تضم أربعون سؤالاً على مجتمع الدراسة والمتمثل في ١٥٠ مفردة من مديري الإدارة العليا والوسطى في شركة فودافون (كدراسة حالة)، وتمثلت عينة الدراسة في حصر شامل نظراً لصغر مجتمع البحث، وكانت نسبة الاستجابة ٦٣.٣٣% بواقع ٩٥ استمارة.

وفيما يتعلق بنتائج اختبارات الفروض، فقد اتضح صحة الفرض الرئيسي بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإدارة الاستراتيجية للمعرفة والقدرات التنافسية بشركة فودافون، وأيضاً صحة الفروض الفرعية ووجود تأثير معنوي بين كل من الثقافة التنظيمية الداعمة للمعرفة، قيادة المعرفة، الهيكل التنظيمي المرن، والتكنولوجيا الفاعلة للمعلومات على الترتيب على القدرات التنافسية بالشركة محل الدراسة.

وأخيراً قدمت الباحثة إطاراً مقترحاً لتطبيق مدخل إدارة المعرفة من منظور استراتيجي في شركة فودافون يُمكنها من تحقيق قدرات تنافسية، كما يمكن الاسترشاد بهذا الإطار في شركات المحمول الأخرى لتدعيم موقفها التنافسي في بيئة الأعمال شديدة التنافسية.