



دور المعرفة الرقمية في تحقيق التفوق الاستراتيجي: دراسة تحليلية لآراء عينة من التدريسيين لعدد من المدارس الاهلية في محافظة

واسط

أ. م. د. ضرغام علي مسلم العميدي⁽²⁾

بشير عطاوي رزاق العتبي⁽¹⁾

dr.dhrgam.ameedi.cku@atu.edu.iq

basheraletpy@gmail.com

المستخلص

يهدف هذا البحث التعرف لأثر المعرفة الرقمية في تحقيق التفوق الاستراتيجي؛ إذ طُبّق في عددٍ من المدارس الأهلية في محافظة واسط.

وتجسّدت مشكلة الدراسة في سؤال جوهري مفاده: ما أثر المعرفة الرقمية في تحقيق التفوق الاستراتيجي؟ إذ ترجم هذا التساؤل إلى أنموذج فرضي تضمّن متغيرين، أحدهما: مستقل هو المعرفة الرقمية بأبعاده الثلاثة: (البعد العرفي، والبعد المهاري، والبعد الوجداني).

أما المتغير التابع فهو التفوق الاستراتيجي بمتغيراته الثلاثة: (مجال النفوذ، والضغط التنافسي، والتكوين التنافسي).

ويسعى الباحث إلى تحقيق أهداف الدراسة عن طريق استعمال المنهج الوصفي التحليلي للحصول على المعلومات واعتماداً على مصادر عدة كالبينات والملاحظة والمقابلات الشخصية، ثم استعمل طريقة المسح الميداني عن طريق توزيع استبانة وزعت على عينة من التدريسيين والبالغ عددهم (180) يعملون في عدد من المدارس الاهلية في محافظة واسط، من مجموع مجتمع الدراسة البالغ (290) موظفاً، وكان عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الاحصائي (168) استبانة. وأجريت عملية التحليل اعتماداً على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS v.26). وتوصلت الدراسة بعد ذلك إلى مجموعة من النتائج الإحصائية، تمثلت بوجود علاقة ارتباط وتأثير معنوية (إيجابية) بين المعرفة الرقمية والتفوق الاستراتيجي.

الكلمات المفتاحية: المعرفة الرقمية والتفوق الاستراتيجي .

Abstract:

The purpose of this study is to determine how digital knowledge contributes to attaining strategic superiority. The study was implemented in several governorate-wide private

schools.. The problem of the study was embodied in a fundamental question: What is the role of digital knowledge in achieving strategic superiority? This question was translated into a hypothetical model that included two variables, one of which is independent, which is digital knowledge in its three dimensions: (the customary dimension, the skill dimension, and the emotional dimension), while the dependent variable is strategic superiority, with its three variables: (sphere of influence, competitive pressure, and competitive formation). . The researcher seeks to achieve the objectives of the study by using the descriptive analytical approach to obtain information and relying on several sources such as data, observation, and personal interviews. Then he used the field survey method by distributing a questionnaire, which was distributed to a sample of (180) teachers working in a number of schools. Civil society in Wasit Governorate, from the total study population of (290) employees, and the number of questionnaires suitable for statistical analysis was (168) questionnaires. I conducted the analysis process based on the statistical analysis program (SPSS v.26). The study then reached a set of statistical results represented by the substantial (positive) influence and link between strategic superiority and digital knowledge.

Keywords: digital knowledge, strategic superiority.

المقدمة

لقد أصبح من الضروري للمنظمات أن تتفوق في المجال الرقمي وأن يكون لديها استراتيجيات رقمية تمكنها من مواجهة البيئة الحالية وتطوير استراتيجيات تجمع بين المعلومات الرقمية والموارد الملموسة، وغالباً ما دُرِسَ التصميم الرقمي بوصفه جزءاً من استراتيجيات الأعمال الشاملة.

تعتمد الشركات التي تنتقل إلى الرقمنة على الاستراتيجيات أكثر من اعتمادها على التكنولوجيا، مما يعني أنَّ التحول الرقمي مرتبط بالاستراتيجيات الرقمية أكثر من ارتباطه بالرقمنة. بالنسبة للنشاط التجاري الحالي أو التركيز على تمكين القدرات الرقمية الجديدة في أعمالها، يمكن صياغة الاستراتيجيات الرقمية وتنفيذها عبر طرقٍ مختلفة، بما تنسجم مع توجهات المنظمة لتحقيق رؤيتها وأهدافها المنشودة. (Jambekar, Ghosh, & 2003:5)

وفي ظل التحولات الكبيرة، والمنافسة المحمومة بين المنظمات، وتدويل الأسواق، وتعدد المنتجات السلعية والخدمات المقدمة، ومع تزايد اهتمام المنظمات بالنمو وكسب الزبائن، علاوة عن وعيها بأهمية تحقيق الميزة التنافسية، ولدت هذه الظواهر والمفاهيم والاستراتيجيات، وأخذت منحى جديداً ذا أهمية كبيرة في مستقبل المنظمات وبقائها؛ لأنَّها مصدر لتشجيع المنظمات وتحفيز جهودها لاستثمار الفرص الضعيفة أمام المنافسين، وتطوير أساليب جديدة لتحسين القدرة التنافسية على المستوى المعرفي والتكنولوجي. لتحقيق التفوق الاستراتيجي. لاحظت الكثير من المنظمات في مجال مفهوم التفوق الاستراتيجي التصاعد السريع للمنافسة، ليس فقط في الصناعات سريعة الحركة وعالية التقنية، مثل

تكنولوجيا المعلومات، ولكن في جميع القطاعات تقريباً ، وقد أدى ذلك إلى ظهور مصطلح "التفوق الاستراتيجي" بشكل متكرر في الأدبيات الاستراتيجية، ويتميز هذا الوضع التنافسي بمنافسة شديدة وقوية.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً-مشكلة البحث.

يعدُّ اهتمام المدارس الأهلية بالكيفية التي يمكن عن طريقها الوصول إلى التفوق الاستراتيجي، من أبرز الموضوعات الحيوية المهمة التي أصبحت في العصر الحالي (عصر التكنولوجيا) محور اهتمام منظمات الأعمال؛ وخصوصاً الحريصة منها على تحقيق أهدافها والتفوق والحصول على مساحة سوقية؛ إذ إن على المنظمات التي تسعى إلى البقاء والنمو تقديم أفضل ما لديها من السلع والخدمات إلى الزبائن الحاليين والمستقبليين، وتلبية احتياجاتهم ورغباتهم المتجددة في ظل التطور التكنولوجي السريع الذي يشهده العالم، وترتبط الثورة الرقمية التي تتضمن الاعتماد على التكنولوجيا الرقمية، والتطبيقات والبرامج، ومواقع الويب، والأجهزة الذكية، ارتباطاً وثيقاً بالممارسات الاجتماعية والإدارية.

ومن هنا، اكتسبت هذه التطبيقات مكانة بارزة في مجالات الحياة المختلفة؛ وتعمل بشكل تدريجي على تغيير أنماط الحياة؛ ولعل ما يدعم هذا الاهتمام في الواقع الميداني لتوجهات الباحث في دراسة المدارس الأهلية في البيئة العراقية بوصفها منظمات الأعمال المهمة؛ زيادة على ظهور الكثير من المدارس الأهلية التي أصبحت تحمل إبعاداً لتحقيق التفوق في المستويات التنظيمية المختلفة؛ الأمر الذي يجعلها ناجحة ومتطورة ومزدهرة أكثر من غيرها؛ خصوصاً بعد أن أثبتت المعرفة الرقمية في مجالات كثيرة، قدرتها على تحسين أداء المنظمات بمختلف أصنافها وأنشطتها؛ الأمر الذي ينعكس بشكل فعالٍ على تحقيق فرص التفوق الاستراتيجي؛ وإن مشكلة الدراسة تتمثل باعتماد المعرفة الرقمية؛ بوصفها وسيلة لتطوير وتحقيق التفوق الاستراتيجي على منظمات الأعمال المنافسة؛ ومما تقدم يمكن توضيح مشكلة الدراسة بواسطة طرح السؤال الرئيس الآتي:

(ما أثر المعرفة الرقمية في تحقيق التفوق الاستراتيجي في المدارس الأهلية في محافظة واسط ؟) ومن أجل الخوض في المضمون الأساس للمشكلة تنطلق من تجذر مفاهيمي ومعرفي للعلاقة بين متغيرات الدراسة؛ ومن خلال السؤال الرئيس الذي يتفرع إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تعبر عن مشكلة الدراسة، وكما يأتي: -

1. ما أثر البعد المعرفي في تحقيق التفوق الاستراتيجي بالمدارس المبحوثة.
2. ما أثر البعد المهاري في تحقيق التفوق الاستراتيجي بالمدارس المبحوثة.
3. ما أثر البعد الوجداني في تحقيق التفوق الاستراتيجي بالمدارس المبحوثة

ثانياً-أهمية البحث

تتمثل أهمية البحث بالنقاط الآتية: -

1. تكمن أهمية البحث في أنَّها ركزت على مفهوم حديث هو (المعرفة الرقمية) الذي يعدُّ طريقاً مهماً لإغناء مهارات الأفراد، الذي ينعكس بصورة إيجابية على أداء المنظمة.

2. يُعدُّ البحث من الدراسات الحديثة التي تناولت موضوع المعرفة الرقمية وأثرها في تحقيق التفوق الاستراتيجي.
3. يسعى البحث إلى جذب أنظار القيادات التي تهتم بالرقمنة المرتبطة باتخاذ القرارات الاستراتيجية، ولفت انتباههم على أهمية إدخال المعرفة الرقمية وتطبيقها بالشكل الصحيح في المنظمات العصرية.
4. يقدم هذا البحث مصطلحات علمية صالحة للتطبيق في المنظمات التعليمية، التي تسهم في تحقيق التفوق الاستراتيجي.

ثالثاً-أهداف البحث.

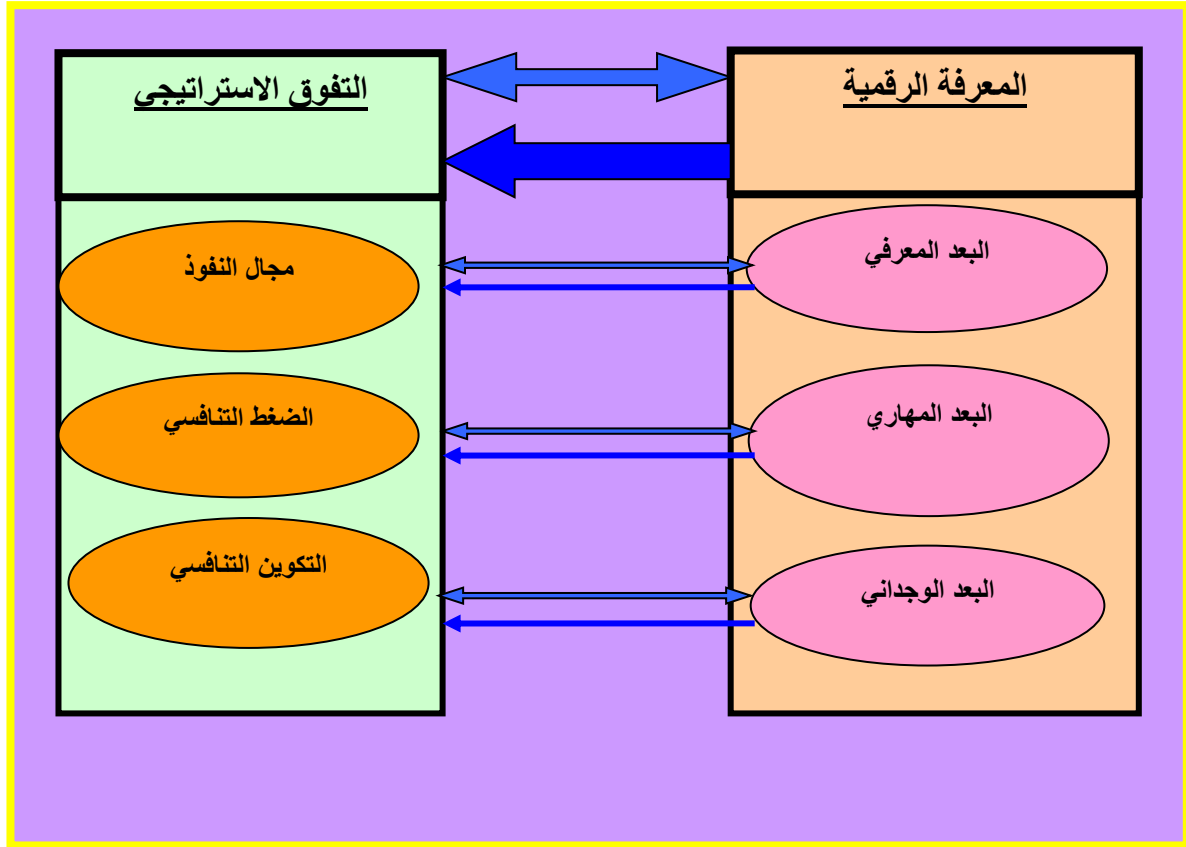
يكمُن الهدف الرئيس للبحث هو اختبار العلاقة بين المعرفة الرقمية والتفوق الاستراتيجي في المدارس الأهلية المبحوثة بمحافظة واسط؛ وينبثق عن الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية وكما يأتي :-

1. التعرف على مدى توافر تطبيق أنشطة المعرفة الرقمية في المدارس المبحوثة.
2. بيان مستوى توافر أسس التفوق الاستراتيجي في المدارس المبحوثة.
3. الكشف عن طبيعة العلاقة بين المعرفة الرقمية والتفوق الاستراتيجي في المدارس المبحوثة.
4. اختبار مدى تأثير المعرفة الرقمية في التفوق الاستراتيجي في المدارس المبحوثة.
5. تزويد أعضاء الهيئة التدريسية والإدارات في المدارس الأهلية بتصوّر علمي يمكن عن طريقه تطوير الأساليب الإدارية والقيادية المتعلقة بالتكنولوجيا التي تنمّي قدراتهم لتحقيق التفوق الاستراتيجي.

رابعاً-المخطط الفرضي للبحث.

تأتي الفكرة الأساسية لمخطط البحث الفرضي من إمكانية تحقيق الاتساق والتكامل بين طروحات الباحثين وتوجهاتهم لأبعاد المعرفة الرقمية وأبعاد التفوق الاستراتيجي، واستناداً إلى الإطار الفكري والمعرفي حول متغيرات البحث، وفي ضوء مشكلة البحث وأهدافه، عمل الباحث على بناء المخطط الفرضي بالشكل الذي يحاكي جميع متغيرات البحث، فقد صُمم مخطط البحث الفرضي لتوضيح آلية الترابط بين كل من: -

- **المكون الاول لمخطط البحث:** (المتغير المستقل) يمثل المعرفة الرقمية بأبعادها الثلاثة وهي: (البعد المعرفي، والبعد المهاري، والبعد الوجداني).
 - **المكون الثاني لمخطط البحث:** (المتغير التابع) يمثل التفوق الاستراتيجي بأبعاده الثلاثة وهي (مجال النفوذ، والضغط التنافسي، والتكوين التنافسي).
- والشكل (1) الآتي يوضح المخطط الفرضي للبحث



الشكل (1) مخطط البحث الفرضي

خامساً فرضيات البحث.

استكمالاً لمتطلبات البحث وبهدف الإجابة عن أسئلته، صيغت الفرضيات على وفق مشكلة البحث وأهدافه ومخططه، وكما يأتي:

1. الفرضية الرئيسية الأولى: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين المعرفة الرقمية بأبعادها الفرعية والتفوق الاستراتيجي على مستوى المدارس الأهلية المبحوثة. وتنبتق من هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية وكما يأتي: -

- لا توجد دالة إحصائية بين البعد المعرفي والتفوق الاستراتيجي.
- لا توجد دالة إحصائية بين البعد المهاري والتفوق الاستراتيجي.
- لا توجد دالة إحصائية بين البعد الوجداني والتفوق الاستراتيجي.

2. الفرضية الرئيسية الثانية: لا يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية معنوية للمعرفة الرقمية بأبعادها الفرعية في التفوق الاستراتيجي على مستوى المدارس الأهلية المبحوثة. وتنبتق من هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية وكما يأتي: -

- لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية للبعد المعرفي في التفوق الاستراتيجي.
- لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين للبعد المهاري في التفوق الاستراتيجي.
- لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين للبعد الوجداني في التفوق الاستراتيجي.

سادساً مجتمع وعينة البحث.

اشتمل مجتمع الدراسة على جميع اعضاء الهيئة التدريسية في (17) مدرسة أهلية في محافظة واسط، وكان عددهم (290) شملت (مديراً، ومعاوناً، ومدرساً، ومعلماً). وتمثل هذه المدارس ميداناً لتجسيد مشكلة الدراسة والبحث في إيجاد الحلول لها، أما العينة المستهدفة، فقد أختيرت عينة الدراسة وفقاً للجدول الإحصائي الخاص بتحديد حجم العينة الذي أورده (1970،Krejcie &Morgan). ووفقاً لهذا الجدول يبلغ حجم العينة (165) فرداً، لمجتمع مكون من (290) فرداً؛ إذ قام الباحث بتوزيع (180) استبانة على التدريسيين من أجل الحصول على حجم العينة المناسب، وضمان حيادية الاسئلة الخاصة بالاستبانة، وقد استرجعت (168) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي، وبذلك أصبحت عينة الدراسة مكونة من (168) تدريسياً في المدارس المبحوثة، وتشكل نسبة الاستجابة (93.4%) وهي نسبة جيدة لإجراء التحليل.

سابعاً حدود البحث.

تمثلت حدود البحث بما يأتي:

1. **الحدود المعرفية:** تمثلت الحدود المعرفية للبحث بالمتغيرات الرئيسة وهي (المعرفة الرقمية، التفوق الاستراتيجي) وما تضمنته من أبعاد فرعية.

2. **الحدود البشرية:** تمثلت الحدود البشرية للبحث بالهيئة التدريسية للمدارس الأهلية في محافظة واسط.

3. **الحدود الزمانية :** من 2023/11/16 ولغاية 2024/5/20

4. **الحدود المكانية:** كان اختيار بعض المدارس الأهلية التابعة إلى المديرية العامة للتربية في محافظة واسط لإجراء الجانب الميداني للبحث الحالية.

ثامناً-التعريفات الإجرائية:

وضعت تعريفات لأهم المصطلحات المستعملة في هذه الدراسة، ومن أهمها ما يأتي: -

- **المعرفة الرقمية:** تشير المعرفة الرقمية إلى إمكانية الفرد على فهم التكنولوجيا الرقمية واستعمالها بفاعلية عالية، تشمل هذه المهارات: القدرة على استعمال الأجهزة الإلكترونية، مثل: الحواسيب والهواتف الذكية، والقدرة على التعامل مع البرامج والتطبيقات المختلفة.
- **التفوق الاستراتيجي:** المساحة التي تفرضها المنظمة للمنافسة لاحتواء المنافسين، والتفاعل معهم بشكل استباقي للحفاظ على توازن القوى لصالح المنظمة داخل بيئة الصناعة.

المبحث الثاني الإطار النظري لمتغيرات البحث

أولاً: مفهوم المعرفة الرقمية

تشير المعرفة الرقمية إلى إمكانية الفرد على فهم واستعمال التكنولوجيا الرقمية بفاعلية عالية، تشمل هذه المهارات: لقدرة على استخدام الأجهزة الإلكترونية، مثل: الحواسيب والهواتف الذكية"، والقدرة على التعامل مع البرامج والتطبيقات المختلفة، وتوصف المعرفة الرقمية بأنها مجموعة متكاملة من العناصر المادية والبشرية والتطبيقات الإلكترونية، والبرامج الرقمية ذات الاتصال المباشر بمنظومة الانترنت التي تعمل بهدف تسهيل إنجاز الوظائف التشغيلية، والاستراتيجية، في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، كما تهدف إلى دعم عملية اتخاذ القرار فيها عن طريق توفير المعلومات التي يحتاج إليها المديرون في تخطيط عمليات المنظمة والرقابة عليها : Decenzo & Robbins (2009:156)، وتعرف المعرفة الرقمية بأنها العملية المنهجية المنظمة للاستخدام الحقيقي للمعرفة (توليداً ونشراً وتشاركاً وامتلاكاً) ، من أجل استثمار رأس المال الفكري لدى أفراد المؤسسات المختلفة .

يعتمد مفهوم المعرفة الرقمية على توفير المعلومات لجميع العاملين في المنظمة، حتى المستفيدين من خارجها. ويركز على الاستفادة القصوى من المعلومات المتاحة في المنظمة والتجارب الفردية للموظفين المخبأة في أذهانهم والمحفزة بأي حافز لتعبئتهم وإطلاقهم بشكل فعال.، بما أن مفهوم المعرفة الرقمية يشار إليها بأنها " تفاعل أكثر من عنصر واحد ، وهي قوة وخبرات واسعة، وثقافة مبنية متراكمة " ، ومن ثم تعدّ الخدمات الرقمية في المنظمات المعاصرة من أهم الظواهر البشرية التي يرغب المختصون بدراساتها سواء من حيث أنواعها أو علاقتها المكانية. (Jones M@) (2005:4،O'Grady)

وفي ظل العصر الرقمي يؤدي تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) دوراً حيوياً في مصادر المعرفة في المنظمات ويعمل كأداة لإدارة المعرفة الرقمية في أنشطة معالجة المعلومات مثل: الاختيار والاكتساب وتجهيز التخزين والاسترجاع ونشر المعلومات وتطوير منتجات المعلومات وما إلى ذلك. Kumar and Velmurugan (2015:1)،

فقد عرّف Bandera (2016L:2) إدارة الأعمال الرقمية هو الاستعمال الأمثل والموسع لتكنولوجيا السحابة الرقمية، والهواتف الذكية، والأجهزة الإلكترونية، والبيانات الضخمة، ووسائل التواصل الاجتماعي في ممارسات المعرفة الرقمية، وكيفية إدارتها، والتعامل معها من أجل تحقيق ميزة تنافسية.

لقد أثرت ثورة تكنولوجيا المعلومات على كلّ جوانب المجتمع البشري، وفتحت فرصاً وتحدياتٍ جديدةً للجميع. وفرضَ التطور أيضاً، بعض المسؤوليات والتحديات على المتخصصين والمنظمات، وهناك بعض التحديات التي تواجه خدمات المعرفة الرقمية وقضايا أخرى تتعلق بخدمات معالجة المعلومات القائمة على تكنولوجيا المعلومات Kumar and Velmurugan (2015:1) .

ثانياً: أهمية المعرفة الرقمية

تتمثل أهمية المعرفة الرقمية في طبيعة النظام العالمي الجديد؛ إذ أصبح العالم في ظلّ التطور التكنولوجي العالمي قرية صغيرة، الأمر الذي زاد من أهمية المعرفة الرقمية لكلّ فردٍ، مما يتيح لهم المشاركة في النظام الجديد، ولكي يكون لهم موقع على خريطة النظام التكنولوجي العالمي الجديد، وسيادة لغة العلم والتكنولوجيا، (كحيل، 2014: 39) كلما تسارعت

عجلة العلم والتكنولوجيا، زادت الابتكارات والاكتشافات بشكل مضاعف، مما يؤدي إلى بناء كبير للعلم والتكنولوجيا في مجالات قصيرة، وعلى الافراد ملاحقة هذا التطور. ومن هنا تنبع أهمية المعرفة الرقمية لمساعدة الأفراد على اللحاق بكل ما هو جديد في مجال التكنولوجيا بشكل عام، كما تسهم المعرفة الرقمية في فتح قنوات إتصال جديدة بين الزبائن والمنظمة (الرواشدة، 2018:35)، لذلك أصبح لزاما عليها اللجوء إلى الأساليب الحديثة في إدارة المعرفة الرقمية بصورة دورية لتحديد مدى قدرتها على الاحتفاظ بالموجودات المعرفية، وتنظيمها وتطويرها وتطبيقها وربطها مع بعضها الآخر، وبما يسهم في أداء المنظمة Omotayo (2015:3). فيما تتمثل أهمية المعرفة الرقمية فرصة عالية يمكن للمنظمة عن طريقها الوصول إلى الكثير من الفوائد، منها: الوصول الأسرع للمعرفة التنظيمية، وبما يسهم في تعزيز كفاءة العمليات التنظيمية تحفيز الموارد البشرية على المشاركة بالمعرفة الرقمية وبأفضل الطرق الممكنة، توفير التكاليف الموجهة نحو زيادة الربحية مساعدة الجهود الداعمة للوصول إلى مجتمعات معرفية إعادة توزيع الموارد بشكل أفضل الحفظ والأرشفة، والتعامل بشكل مباشر مع التطبيقات الإلكترونية المتاحة للجميع، مما يسهل عملية وصول المعلومات إلى الزبائن بشكل أسرع؛ إذ تتوفر الموارد في شكل رقمي، ويجب إعادة التفكير في مشاركة الموارد وتوفير الوثائق مع الأخذ بالنظر توافر الموارد الرقمية Subramanian (2020:2)، كما تهدف إلى دعم عملية اتخاذ القرار فيها عن طريق توفير المعلومات التي يحتاج إليها المديرون في تخطيط عمليات المنظمة والرقابة عليها. Decenzo & Robbins : 2009:156)

وفقاً Al-Fawzan، 2017، (11-12). تسهم المعرفة الرقمية على تحقيق رؤيا مستقبلية عن طريق وضع المعايير المناسبة والخطط المستقبلية، وإنشاء هياكل تنظيمية فعالة. في حين أن المراجعات المقدمة لتسليط الضوء على أهمية المعرفة الرقمية في المنظمات، ما تزال هناك فجوات معرفية تتعلق بمن يمكنه استعمال أدوات الاتصال والمعلومات الجديدة بشكل فعال، مثل: الإنترنت، ووسائل الاتصال الحديثة.

ثالثاً : ابعاد المعرفة الرقمية

يتفق الباحث مع (المطرف، 2020 : 115) في أن المعرفة الرقمية و تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) في المنظمات العصرية يؤديان دوراً حيوياً في مصادر المعرفة داخل المنظمات ويعمل بوصفه أداة لخلق منظمة ذكية تسهم في معالجة المعلومات ونشرها، وتطوير المنتجات ويمكن توضيحها فيما يأتي:

أ- البعد المعرفي

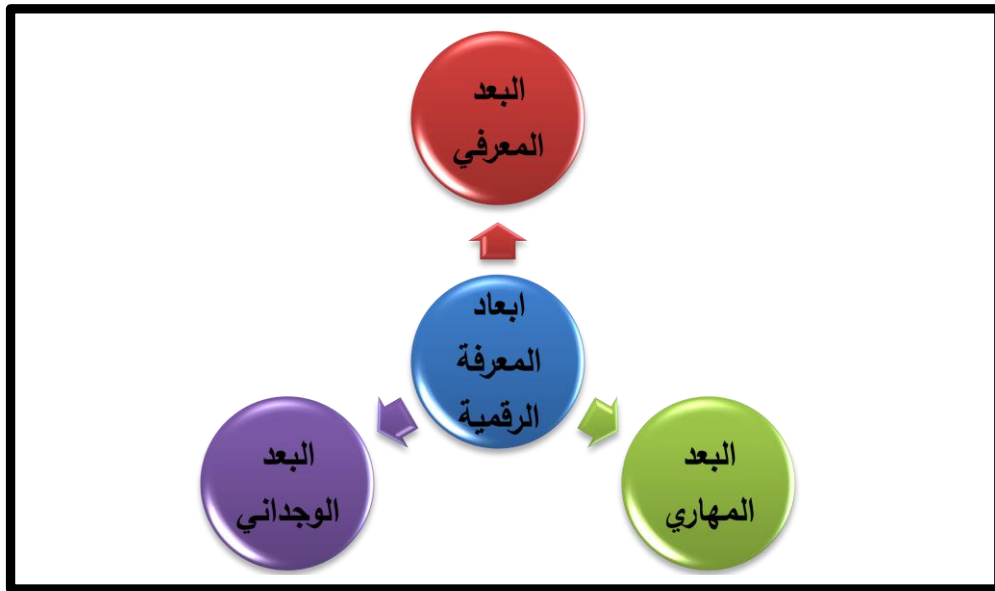
يشمل هذا البعد مجموعة من المعارف والمعلومات عن المبادئ الأساسية لفهم تكنولوجيا المعلومات وخصائصها وعلاقتها بالمجتمع والعلم ونواتج تفاعلها معهم، ومن جانب آخر يشمل أيضاً المعلومات الشاملة عن تطبيقات التكنولوجيا، وطرق استعمالها والتعامل معها، وتصحيح المفاهيم الخاطئة عن التكنولوجيا وتطبيقاتها لدى الافراد العاملين في المنظمات العصرية، التي تعتمد بالدرجة الأساس في استراتيجيتها على التكنولوجيا الرقمية المتعلقة بالأجهزة اللوحية، والبرامج الرقمية الحديثة.

ب_ البعد المهاري

يمثل هذا البعد جميع المهارات التي يتطلب اكتسابها من الفرد، عن طريق التدريب المستمر، وعقد الندوات والدورات التي تهتم بالتكنولوجيا وتتمثل بالمهارات العقلية والاجتماعية والعلمية، التي تسهم في مساعدة الفرد على التعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتطبيقات الرقمية بشكل مهاري يسهم في خلق منظمة متطورة.

ج_ البعد الوجداني

يحتوي هذا البعد على جميع المخرجات التي لها علاقة بالجانب العاطفي والانفعالي للأفراد، متمثلة بالوعي التكنولوجي الذي يمتلكه الفرد، والميول والاتجاهات والقيم التكنولوجية، والحس التكنولوجي، وأخيراً تقدير العلم والتكنولوجيا، (أي مستوى تقبل واستجابة الأفراد للتكنولوجيا، وما تمثلها لهم من قيم واتجاهات)، والشكل الآتي يوضح أبعاد المعرفة الرقمية.



رابعاً- مفهوم التفوق الاستراتيجي

لقد مرَّ مفهوم التفوق الاستراتيجي بطروفي تاريخية متعددة شغلت عناية الكثير من الإداريين والاقتصاديين، فهو جانب اجتماعي جديد، وفكر له شخصية (اعتبارية)، وسلطة واسعة. مما يعطي القدرة على خلق علاقات تنافسية وتعاونية بين المجالات المختلفة (D'Aveni، 1999:34)، إذ عُرِفَ على أنه المساحة التنافسية التي تفرضها المنظمة لاحتواء المنافسين، والتفاعل معهم بشكل استباقي للحفاظ على توازن القوى لصالح المنظمة داخل بيئة الصناعة، والاستمرار في إعادة ابتكار حقائق استراتيجية جديدة للسيطرة على أصحاب المصلحة ضمن قطاعهم التنافسي (Al-Helli، 2021:4-5؛ Khatib&Wabkehhatib، 2023:5) في تعريف التفوق الاستراتيجي بأنه بناء مزايا جديدة، لتحل محل القديمة من أجل تحريك المنافسين ودفعهم إلى مواصلة المنافسة، وتوسيع نفوذهم عن طريق تقديم قيمة لمتلقي الخدمة أو السلعة في اتجاهات لا تتعارض مع طموحاتهم، حتى يتمكنوا من تحويل مواردهم ضد منافسين آخرين، ومن جانب آخر يؤكد (رشيد و مطر، 2020: 28) أن التفوق الاستراتيجي هو مدى امكانية المنظمة من توفير

الاطار المناسب لتصور الكيفية التي تستطيع بها المنظمة أن تتفاعل مع المنظمات الأخرى الرائدة، في تقديم الخدمات والسلع المماثلة لها بطريقة ناجحة ومسبق؛ لضمان بقائها، والحفاظ على منطقة النفوذ الخاصة بها.

خامسا-أهمية التفوق الاستراتيجي

دفع التقدم التكنولوجي والمعلومات والتطورات التي أحدثتها العولمة وثورة القوى العاملة، الكثير من المنظمات البارعة إلى تبني مجموعة نماذج جديدة، تختلف من حيث فلسفتها العملية، وأطر تفكيرها عن النماذج التقليدية السابقة؛ إذ تركز هذه النماذج بوضوح أكثر نحو خلق وتطبيق استراتيجيات استباقية، قادرة على تحقيق الطموح والنمو، وخلق الثروة والتأثير على سلوك المنافسين وتحجيم نفوذهم، وهذا النموذج الجديد يدعى بـ (التفوق الاستراتيجي) (kotze، 2003:1).

في حين أشار Zee & Strikerda (2003:26) إلى أنَّ أهمية التفوق الاستراتيجية تتمثل في كيفية أدراك الضغط التنافسي وتحليله، لكي تصل المنظمات إلى حالة من التوازن والاستقرار، وتوفير الابتكارات الحديثة الذي تشدُّ إليه الحاجة في مجال الإدارة الاستراتيجية، ووصولها في الوقت المحدد بعد إنجازاً كافياً لتطوير الاستراتيجيات في الأسواق الناشئة، وحتى في الأسواق الناضجة، بينما يذكر (الباشقالي وسلمان، 2019: 305) أهمية التفوق الاستراتيجي تكمن من أنه يعبر عن المكانة التي تسيطر عليها المنظمة في البيئة الخارجية، التي تتحقق عن طريق صياغة واختيار استراتيجيات القوة، التي تساعد المنظمة في تحديد نطاق المنافسة، والسيطرة عليها عن طريق وضع قواعد اللعبة والتحكم في البيئة التنافسية.

سادسا-ابعاد التفوق الاستراتيجي

تختلف أبعاد التفوق الاستراتيجي طبقاً لاختلاف أساليب المنظمات في تحقيق استراتيجيتها الهادفة إلى تحقيق التفوق؛ وعلى الرغم من هذا الاختلاف، فقد أجمع الكثير من الباحثين على تحديد ثلاثة أبعاد للتفوق الاستراتيجي تمثلت بـ (مجال النفوذ، الضغط التنافسي، التكوين التنافسي) (D'Aveni، 2001:136)، و (Strikwerda، 2005:8) و (رشيد و مطر، 2020: 28) و (Mohammed & Mohammed، 4746-4747: 2021).

1- مجال النفوذ

تعدُّ منطقة النفوذ قلب التفوق الاستراتيجي، وتمثل المحفظة الجغرافية لمنتجات المنظمة؛ لأنها تركز على السوق الرئيس الذي تستهدفه المنظمة، من أجل أن تكون قيادة قيِّمة، واللاعب المهيمن ضمن المجال التنافسي.

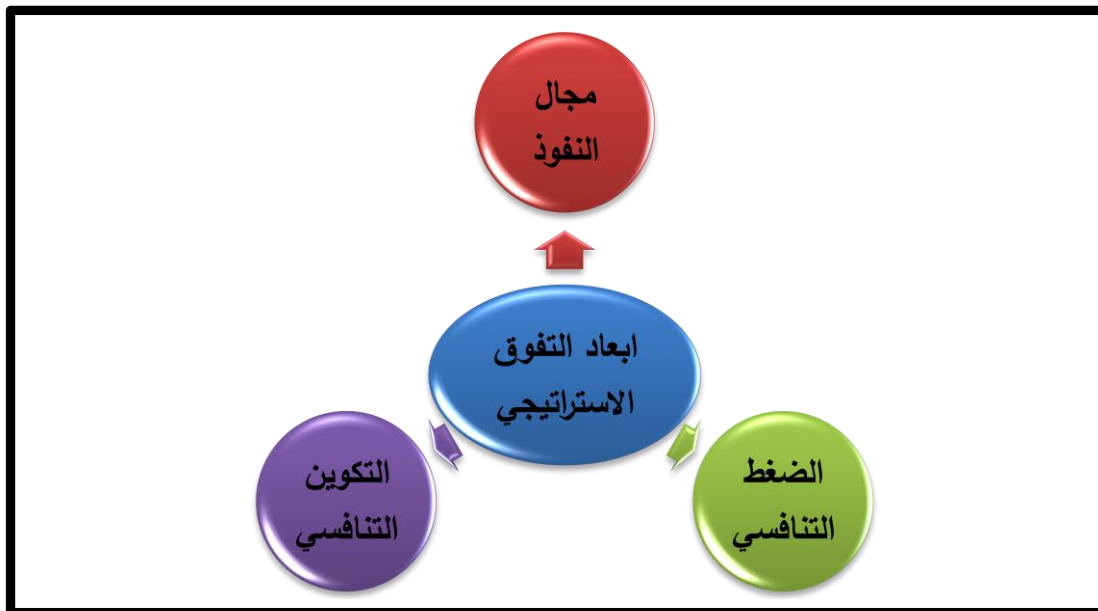
إن موضوع دائرة النفوذ تعكس طموح المنظمات في التوسُّع والسيطرة بشكل مستمر (العيسوي، 2022:129)؛ فيما يعرف (Volkmer، 2007:63) مجال النفوذ بأنه المنطقة التي تمتلك المنظمة فيها أكبر حصة سوقية، ويكون فيها كيان واحد هو المسيطر على تلك المساحة، وتعد مناطق النفوذ جوهر التفوق الاستراتيجي التي تمكن المنظمات من تكوين حصة سوقية لها في ظلَّ شدة التنافس التنافسي بين المنظمات، وبجسّد موضوع دائرة النفوذ طموح المنظمات في التوسع والسيطرة باستمرار، وقد يمثل أحد مفاهيم التنافسية العدائية التي تستفز المنافسين وتثير لديهم الانتقام، فالهيمنة والتفوق تعبر عن نفسها عن طريق دوائر أو مناطق النفوذ الخاصة بها.

2- الضغط التنافسي

يشير (Mohammed et al، 2021:4746) إلى مفهوم الضغط التنافسي، أو التحدي الذي تواجهه غالبية المنظمات لتواصل نموها بشكل منظم؛ إذ كلما زاد تداخل الخدمات التي تقدمها منظمتان، أو أكثر زاد الضغط الذي تمارسه على بعضها الآخر، هذا يعني بطبيعة الحال أن قدرة المنظمة على مواجهة المنافسين تدعى تحمل الضغط التنافسي، ويمكن الحصول عليها عبر إضافة سمة معينة للمنتج، أو تحسين جودة المنتج أو تقليل التكلفة، مقارنة بالمنتجات المماثلة في المنظمات الأخرى. فيما يعتقد (Strikwerda، 2005:10) أن المنظمات التي أعدت من حيث القدرة المالية والتكنولوجية يمكنها أن تتحمل ضغط المنافسة المتزايد، وتتمتع بالقدرة التنافسية من الناحية المالية والتكنولوجية.

3- التكوين التنافسي

إن رؤية المنظمة للعالم تعبر عن مدى تصورها للتكوين التنافسي المناسب، الذي يهتم في تحديد المساحة التنافسية، وتحديد عدد المنظمات التي تريد التنافس معها في المجال نفسه، والمكانة والقوة النسبية لكل من هؤلاء اللاعبين، ولكن من الأهمية بمكان التذكير بأن التكوين التنافسي يعتمد على عوامل معينة أهمها نوع العلاقة بين القوتين المتنافستين تنافسية أم تعاونية؛ وجود أو عدم وجود توازن في القوى بين المتنافسين، وما إذا كان المتنافسون يسعون وراء أهداف مشتركة أو غير متضاربة أو متضاربة (D'Aveni et al، 2001:175-180). وعلى هذا الأساس فإن التكوينات التنافسية هي مفتاح مناطق النفوذ لتحقيق التفوق الاستراتيجي. والهدف الآخر من التكوينات التنافسية هو تطوير فريق عمل ملتزم ومتحمس من أجل التعاون والحفاظ على العملاء وتقدير خدماتهم (Hsieh et al، 2006: 1). والشكل أدناه يوضح أبعاد التفوق الاستراتيجي



المبحث الثالث: الجانب التطبيقي

أولاً: ثبات مقياس الاستبانة

قبل الخوض في الاختبارات الإحصائية المختلفة في هذه الدراسة كان لا بد من معرفة مدى ثبات المقياس المستخدم في جميع البيانات اللازمة، حيث أن ثبات وثبات فقراته ضرورة ملحة يجب الاعتماد عليها. ومن أجل تحديد مدى توافر الثبات في مقياس البحث الحالي من عدمه لجأت الباحثة إلى استخراج قيم معامل ألفا كرونباخ لمقياس البحث الحالي باستعمال برنامج (SPSS V.26) التي تظهر نتائجها في الجدول (1).

الجدول (1) معامل (Cronbach's Alpha) لمقياس الدراسة

المتغير	ألفا كرونباخ	البعد	الرمز	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا
المعرفة الرقمية X	0.936	البعد المعرفي	X1	5	0.823
		البعد المهاري	X2	5	0.861
		البعد الوجداني	X3	5	0.824
التفوق الاستراتيجي Y	0.925	مجال النفوذ	Y1	5	0.876
		الضغط التنافسي	Y2	5	0.864
		التكوين التنافسي	Y3	5	0.854

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V.26.

من خلال الجدول (1) أشارت النتائج إلى أن معامل كرونباخ ألفا لمتغيرات البحث وابعادها قد تجاوزت الـ (0.70) وهذا يدل على توافر الثبات والاتساق الداخلي لفقرات المقياس المستعمل وفقاً لـ (Hair et al., 2014: 76) (p > 0.70).

ثانياً: التحليل الوصفي لمتغيرات البحث

أ- التحليل الوصفي لأبعاد متغير المعرفة الرقمية

1. البعد المعرفي: وأظهر الجدول (2) مجموعة النتائج لعينة مكونة من (168) مستجيباً، مما يدل على وجود الوعي بالبعد (المعرفي) بالمستوى المطلوب في المدارس المدروسة. حقق هذا المتغير وسطاً حسابياً كلياً قدره (4.138)، وبذلك تكون قيمته أعلى من المتوسط المفترض (3)، وبأهمية نسبية قدرها (0.83) مع انحراف معياري كلي قدره (0.437)، مما يدل على وجود - تشتت طفيف في إجابات المبحوثين.

2. البعد المهاري: ويلاحظ أن الجدول (2) أظهر مجموعة النتائج لعينة مكونة من (168) فرداً، مما يدل على وجود وعي بالبعد (المهارات) بالمستوى المطلوب في المدارس التي شملتها الدراسة. حقق هذا المتغير وسطاً حسابياً عاماً قدره (4.156)، وبذلك تكون قيمته أعلى من الوسط المفترض (3)، وأهميته النسبية (0.8312) مع انحراف معياري عام قدره (0.420)، مما يدل على اختلاف طفيف. - تشتتت في إجابات المستجيبين.

3. البعد الوجداني: ويلاحظ أن الجدول (2) أظهر مجموعة النتائج لعينة مكونة من (168) مستجيباً، مما يدل على وجود الوعي بالبعد (الوجداني) بالمستوى المطلوب في المدارس المدروسة. حقق هذا المتغير وسطاً حسابياً عاماً قدره (4.133)، وبذلك تكون قيمته أعلى من الوسط المفترض (3)، وأهميته النسبية (0.83) مع انحراف معياري عام قدره (0.426)، مما يدل على اختلاف طفيف. - تشتتت في إجابات المستجيبين.

جدول (2) الوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية الترتيبية لأبعاد متغير المعرفة الرقمية

البعد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الأهمية الترتيبية
البعد المعرفي	4.138	0.437	0.83	الثاني
البعد المهاري	4.156	0.420	0.83	الأول
البعد الوجداني	4.133	0.426	0.83	الثالث
المعرفة الرقمية	4.143	0.365		

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS v.26.

ب - التحليل الوصفي للمتغير التابع (التفوق الاستراتيجي).

1. التحليل الوصفي للبعد الاول (مجال النفوذ)

وأظهر الجدول (3) مجموعة النتائج لعينة مكونة من (168) فرداً، مما يدل على وجود وعي ببعد (مجال التأثير) بالمستوى المطلوب في المدارس المدروسة. حقق هذا البعد وسطاً حسابياً عاماً قدره (4.160) وهو أعلى من الوسط المفترض (3)، وأهميته النسبية (0.831) مع انحراف معياري عام قدره (0.442). مما يدل على أن البيانات ليست متفرقة بشكل كبير.

2 - التحليل الوصفي للبعد الثاني (الضغط التنافسي)

وبين الجدول (3) مجموعة النتائج لعينة مكونة من (168) مستجيباً، مما يدل على وجود وعي ببعد (الضغط التنافسي) بالمستوى المطلوب في المدارس المدروسة. حقق هذا البعد وسطاً حسابياً عاماً قدره (4.148)، ومن ثم فإن قيمته أعلى من الوسط المفترض (3)، وأهميته النسبية (0.8295) مع انحراف معياري عام قدره (0.430). مما يدل على أن البيانات ليست متفرقة بشكل كبير.

3 - التحليل الوصفي للبعد الثالث (التكوين التنافسي)

ويبين الجدول (3) مجموعة النتائج لعينة مكونة من (168) مستجيباً، مما يدل على وجود وعي ببعد (التكوين التنافسي) بالمستوى المطلوب في المدارس المدروسة. وحقق هذا البعد وسطاً حسابياً عاماً قدره (4.083)، ومن ثم فإن قيمته أعلى من الوسط المفترض (3)، وأهميته النسبية (0.817) مع انحراف معياري عام قدره (0.469). مما يدل على أن البيانات ليست متفرقة بشكل كبير.

جدول (3) الوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية الترتيبية لأبعاد متغير التفوق الاستراتيجي

الاهمية الترتيبية	الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط	البعد
الاول	0.831	0.442	4.160	مجال النفوذ
الثاني	0.830	0.430	4.148	الضغط التنافسي
الثالث	0.817	0.469	4.083	التكوين التنافسي
		0.382	4.130	التفوق الاستراتيجي

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS v.26.

المبحث الرابع اختبار علاقات الارتباط والتأثير

أولاً: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى (H_01):

تنص الفرضية الرئيسية الأولى (H_01): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعرفة الرقمية والتفوق الاستراتيجي. وفيما يتعلق بإثبات صحة هذه الفرضية، فقد أظهر الجدول (4) الخاص بمصفوفة الارتباط وجود علاقة ارتباط معنوية بين (المعرفة الرقمية والتفوق الاستراتيجي)؛ إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما 0.692^{**} عند دلالة معنوية المستوى (0.01). وهذا يدعو إلى رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة (H_1) التي تنص على وجود علاقة ارتباطية معنوية بين المعرفة الرقمية والتفوق الاستراتيجي. وتتفرع من هذه الفرضية ثلاث فرضيات فرعية وهي:

أ- الفرضية الفرعية الأولى لا توجد علاقة ارتباط معنوية بين البعد المعرفي والتفوق الاستراتيجي:

ويبين الجدول (4) المتعلق بمصفوفة الارتباط أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين البعد المعرفي والتفوق الاستراتيجي. وبلغت قيمة معامل الارتباط بينهما 0.551^{**} عند مستوى دلالة (0.01)، وهذا يستدعي رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة (H_1) التي تنص على وجود علاقة ارتباط معنوية بين المهارات المعرفية والبعد والتفوق الاستراتيجي.

ب- الفرضية الفرعية الثانية لا توجد علاقة ارتباط معنوية بين البعد المهاري والتفوق الاستراتيجي:

ويبين الجدول (4) الخاص بمصفوفة الارتباط أن هناك علاقة ارتباطية معنوية وإيجابية بين البعد المهاري والتفوق الاستراتيجي، وبلغت قيمة معامل الارتباط بينهما 0.555^{**} عند مستوى معنوي (0.01)، وهذا يستدعي رفض

الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة (H1). التي تنصُّ على أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين البعد المهاري والتفوق الاستراتيجي.

ج- الفرضية الفرعية الثالثة لا توجد علاقة ارتباط معنوية بين الوجداني والتفوق الاستراتيجي:

ويبين الجدول (4) المتعلق بمصفوفة الارتباط أنَّ هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين البعد العاطفي والتفوق الاستراتيجي. وبلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (0.667^{**}) عند مستوى دلالة (0.01). وهذا يستدعي رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة (H1)، الذي ينصُّ على أن هناك علاقة ارتباطية معنوية بين البعد العاطفي والتفوق الاستراتيجي.

جدول (4) مصفوفة علاقة الارتباط بين المعرفة الرقمية والتفوق الاستراتيجي

Correlations									
		x1	x2	x3	y1	y2	y3	DGK	SST
x1	Pearson Correlation	1	.569**	.627**	.490**	.448**	.473**	.861**	.551**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	168	168	168	168	168	168	168	168
x2	Pearson Correlation	.569*	1	.582**	.487**	.478**	.458**	.837**	.555**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	168	168	168	168	168	168	168	168
x3	Pearson Correlation	.627*	.582**	1	.566**	.592**	.552**	.862**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	168	168	168	168	168	168	168	168
y1	Pearson Correlation	.490*	.487**	.566**	1	.543**	.590**	.602**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	168	168	168	168	168	168	168	168

y2	Pearson Correlation	.448*	.478**	.592**	.543**	1	.645**	.593**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	168	168	168	168	168	168	168	168
y3	Pearson Correlation	.473*	.458**	.552**	.590**	.645**	1	.579**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	168	168	168	168	168	168	168	168
DGK	Pearson Correlation	.861*	.837**	.862**	.602**	.593**	.579**	1	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	168	168	168	168	168	168	168	168
SST	Pearson Correlation	.551*	.555**	.667**	.832**	.849**	.879**	.692**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	168	168	168	168	168	168	168	168
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS v.26.

ثانياً: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية (H_02):

تنص الفرضية الرئيسية الثانية (H_02) على: لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للمتغير المستقل (المعرفة الرقمية) في المتغير التابع (التفوق الاستراتيجي)؛ ولغرض اختبار هذه الفرضية فقد يستعرض الجدول (6) نتائج تقييم الأنموذج الهيكلي لهذه الفرضية.

جدول (5) نتائج تقييم نموذج الفرضية الرئيسية الثانية

الفرضية	المسار	VIF	معامل التأثير	t Value	p Value	النتيجة	حجم التأثير f^2	معامل التحديد R^2	R^2 المعدل
H2	المعرفة الرقمية- < التفوق الاستراتيجي	1	0.724	12.355	0.000	رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة	11.636	0.476	0.479

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS v.26.

وبعرض الجدول (5) نتائج التحليل التي خلصت إلى أن عامل (التأثير) بلغ (0.724) وهو أمر مهم عندما لا تزيد قيمة (t) عن 1.96 وقيمة (P) لا تتجاوز 0.05 حسب للقاعدة (Hair et al., 2017)؛ ولذلك رُفِضَت الفرضية الصفرية، وقبول الفرضية البديلة (H2) التي تنصُّ على وجود علاقة تأثير معنوية بين المعرفة الرقمية والتفوق الاستراتيجي. كما أظهرت النتائج أن قيم معامل التحديد المعدل بلغت (0.476). وهذا يدلُّ على أنَّ متغيرَ (المعرفة الرقمية) يمكن من تفسير المتغير التابع (التفوق الاستراتيجي) بنسبة (0.476)، ونسبة التفوق الاستراتيجي (0.476). أما النسبة الأخرى فهي عوامل أخرى لم يتناولها البحث. وبناءً على النتيجة أعلاه، رُفِضَت الفرضية التي تنصُّ على: (لا توجد علاقة تأثير معنوية للمتغير المستقل (المعرفة الرقمية) على المتغير التابع (التفوق الاستراتيجي)، وقبول الفرضية التي تنصُّ على وجود علاقة تأثير بين المعرفة الرقمية والتفوق الاستراتيجي، وتتفرع عن هذه الفرضية ثلاثة فرضيات فرعية، هي:

أ- الفرضية الفرعية الأولى لا توجد علاقة تأثير معنوية بين البعد المعرفي والتفوق الاستراتيجي:

يظهر الجدول (6)، وجود علاقة تأثير معنوية بين البعد المعرفي والتفوق الاستراتيجي، فلقد بلغت قيمة معامل التأثير بينهما (0.482) عند مستوى معنوية (0.001) وهذا ما يدعو إلى رفض الفرضية الصفرية، وقبول الفرضية البديلة التي تنصُّ على وجود علاقة تأثير بين البعد المعرفي والتفوق الاستراتيجي.

ب- الفرضية الفرعية الثانية لا توجد علاقة تأثير معنوية بين البعد المهاري والتفوق الاستراتيجي:

يظهر الجدول (6)، وجود علاقة تأثير معنوية بين البعد المهاري والتفوق الاستراتيجي، فلقد بلغت قيمة معامل التأثير بينهما (0.505) عند مستوى معنوية (0.001)، وهذا ما يدعو إلى رفض الفرضية الصفرية، وقبول الفرضية البديلة التي تنصُّ على وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين البعد المهاري والتفوق الاستراتيجي.

3- الفرضية الفرعية الثالثة لا توجد علاقة تأثير معنوية بين البعد الوجداني والتفوق الاستراتيجي:

وبين الجدول (6) وجود علاقة تأثير معنوية بين البعد العاطفي والتفوق الاستراتيجي. وبلغت قيمة عامل التأثير بينهما (0.598) عند مستوى دلالة (0.001). وهذا يدعو إلى رفض الفرضية الصفرية، وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة تأثير معنوية، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين البعد العاطفي والتفوق الاستراتيجي.

جدول (6) نتائج تقييم أنموذج الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الثانية

المسار	VIF	معامل التأثير	t Value	p Value	النتيجة	حجم التأثير f^2	معامل التحديد R^2	R^2 المعدل
البعد المعرفي – التفوق الاستراتيجي	1	0.482	8.511	0.000	رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة	7.412	0.300	0.304
البعد المهاري – التفوق الاستراتيجي	1	0.505	8.596	0.000	رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة	7.515	0.304	0.308
البعد الوجداني – التفوق الاستراتيجي	1	0.598	11.527	0.000	رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة	10.847	0.441	0.445

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS v.26.

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

أولاً- الاستنتاجات.

استطاع الباحث من خلال الإطار النظري أن يثبت أبعاد المعرفة الرقمية التي يمكن أن تكون سبباً لتحقيق التفوق الاستراتيجي، وفي ضوء نتائج الدراسة الحالية استنتج الباحث ما يأتي:

1. هنالك مستوى جيد من توافر واستعمال تكنولوجيا المعلومات، والاتصالات في العمل والتعاملات مع المستفيدين من الخدمات التربوية التي تقدمها المدارس الأهلية في محافظة واسط، مثل استعمال المنصات الرقمية التي تضمن التواصل مع الطلاب بشكل مستمر ويومي.

2. اتضح أن تحقيق الابتكار في القيادات الرقمية، يشكل طريقة متميزة ومنهجية يتم من خلالها تحقيق التفوق الاستراتيجي في المنظمات الحديثة، وهي بذلك تتفق مع دراسة lin Zhong، (2016).

3. اشارت النتائج إلى وجود علاقة تأثير ايجابية للمعرفة الرقمية، في تحقيق التفوق الاستراتيجي لدى المدارس الأهلية في محافظة واسط.

4. تبين من خلال الدراسة الحالية أنَّ المعرفة الرقمية تمتلك القدرة الكافية على تنمية المهارات الفردية لدى أعضاء الهيئة التدريسية في المدارس الأهلية، ومن ثمَّ يوفر لهم الثقة والطمأنينة والمصداقية، والمشاركة في اتخاذ القرارات التي تصبُّ في مصلحة المؤسسة التربوية، وهذا يؤدي إلى تحقيق التفوق الاستراتيجي.

ثانياً - التوصيات

1. تشجيع اعضاء الهيئة التدريسية والإدارة العليا في المدارس الاهلية التابعة إلى مديرية تربية محافظة واسط، على إضفاء الطابع الرسمي في تطبيق تبني الرقمية واشاعة ثقافتها داخل المنظمة، وإيلاء الأهمية القصوى بتنفيذها، لما لها من أثر في إعطاء التصور الكامل لمشاكل المنظمة الحقيقية، والفرص التي يجب أن توظفها حتى تتمكن الإدارة من التخطيط ووضع الحلول والمعالجات؛ لكي تحقق التفوق الاستراتيجي.

2. العمل على تعزيز العوامل التي تؤدي إلى جعل المنظمة ذات معرفة رقمية، تعتمد على التكنولوجيا الرقمية، على وفق ابعادها الأساسية في بيئة العمل التي جاءت منسجمة ومتناغمة مع نتائج التحليل الإحصائي والعمل على دعم وتعزيز مفهوم التفوق الاستراتيجي.

3. الأخذ بعين الاعتبار مدى قوة وترابط العلاقة بين متغيرات الدراسة والابتعاد عن العوامل التي تخلق الحواجز بين المتغيرين.

6. على إدارات المدارس الأهلية التابعة إلى تربية محافظة واسط نشر الثقافة الرقمية بين الكوادر التربوية، وفي جميع المستويات التربوية، من أجل تمكين العاملين على إنجاز المهام الموكلة لهم والسعي إلى تحقيق اهداف المنظمة.

7. على الإدارة العليا في المدارس الأهلية التابعة إلى تربية محافظة واسط إحاطة الأفراد بمتغيرات البحث الرئيسة والفرعية كافة؛ لأنها تسهم بشكل فعال وكبير في تحقيق أهدافها المنشودة.

8. ضرورة التوسع بالدراسات المتعلقة بالمعرفة الرقمية، وعلاقتها مع متغيرات أخرى مثل التفوق التنظيمي والتميز التنظيمي والذكاء التنافسي.

المصادر

أولاً-المصادر العربية

- 1- رشيد، صالح عبد الرضا ، مطر، ليث علي ، (2020) "دور خفة الحركة في تعزيز التفوق الاستراتيجي للمنظمات في البيانات الدينامية" جامعة القادسية، كلية الإدارة والاقتصاد، مجلة المثنى للعلوم الادارية والاقتصادية.
- 2- الرواشدة، عمر موفق، وابو الهول ،محي الدين يعقوب، وشطناوي ، هشام علي،(2018)، أثر المعرفة الرقمية على جودة الخدمة المصرفية في البنوك الاسلامية الاردنية، دراسة حالة رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عجلون الوطنية ، عجلون.
- 3- العيساوي، هادي مران،(2022)"وضع الرؤية بين القيادة الاستراتيجية والمناخ الاخلاقي واثرها في تحقيق السيادة الاستراتيجية: دراسة ميدانية في عدد من الجامعات العراقية"، أطروحة دكتوراه، جامعة تكريت
- 4- كحيل، حازم فؤاد، و عقيل، مجدي سعيد(2014)، فاعلية توظيف المستودعات التعليمية الرقمية في تنمية المعرفة التكنولوجية لدى طلاب الصف العاشر واتجاههم نحو مادة التكنولوجيا، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الاسلامية، غزة.
- 5- المطرف، عبد الرحمن بن فهد،(2020)، العلاقة بين المعرفة الرقمية والأداء المهني في التعليم عن بعد لمعلمي الرياضيات في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر مشرفي تقنية المعلومات، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية.

ثانياً- المصادر الاجنبية

- 1- Al-Fawzan، J. S. (2017). A framework for activating governance in Saudi universities to achieve Vision 2030. Working paper submitted to Conference of the role of Saudi universities in activating Vision 2030، 11-12 January، Al-Qassim University، Saudi Arabia.
- 2- Alsharif، T. A. (2019). Proposal for Saudi Universities Governance in the Light of Principles of Organization for Economic Cooperation and Development. Journal of Educational Issues، 5(1)، 87-117.
- 3- Bagorogoza، J.، (2015)، Knowledge management and high performance: The Uganda Financial Institutions Model for HPO، PhD thesis، Tilburg University.
- 4- Bandera، C.، Helmy، M.، & Shehata، R. (2016، October). Orthogonal dimensions in digital entrepreneurship. In 7th Annual George Washington University (GWU)- International Council for Small Business (ICSB) Global Entrepreneurship Research and Policy Conference.
- 5- D'Aveni، R.A.، (1999)،"Strategic supremacy through disruption and dominance"، Sloan Management Review، 40(3).

- 6- Decenzo, David, A.& Robbins, Stephen, " Human resource management" P(.26), Sixth Edition, John Wiley and Sons, Inc., U.S.A.
- 7- Jones M. G., Harmon, S. W. & O'Grady-Jones, M. K. (2005). Developing the Digital Mind: Challenges and Solutions in Teaching and Learning. Teacher Education Journal of South Carolina. 2004-2005; (pp. 17 -24).
- 8- Khatib, Ohoud. Alshawabkeh, Khaled,(2022), Digital Transformation and Its Impact on Strategic Supremacy Mediating Role of Digital HRM: an Evidence From Palestine
- 9- kumar, Santha.r and C. Velmurugan,(2015). An outline of Digital Knowledge Management and Information services, Volume 13; Issue No. 1; Year 2015; ISSN 0975-7546; Int. j. lib. sci. Copyright © 2015 by IJLS, CESER PUBLICATIONS.
- 10- Mohammed, D. T., & Mohammed, N. J. (2021). The relationship between Ambidextrous Leadership Behaviors and strategic supremacy Research analysis in the Ministry of Construction, Housing, Municipalities and Public Works. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT), 12(12), 4743-4752.
- 11- Omotayo, Funmilola Olubunmi, (2015), Knowledge Management as an important tool in Organisational Management: A Review of Literature, Library Philosophy and Practice (e-journal) 1238, University of Nebraska – Lincoln.
- 12- Strikwerda, Hans, (2002), "Strategic Supremacy_Operational excellence is not sufficient; your firm needs a power strategy" , Nolan, Norton & Co., All rights reserved.
- 13- Subramanian RM.,(2020). DIGITAL KNOWLEDGE MANAGEMENT PRACTICES IN ACADEMIC LIBRARIES WITH SPECIAL REFERENCE TO MODERN ER
- 14- Zee, Han van der & Strikwerda, Hans,(2003), How to Think and Act Strategically in Times of Economic Uncertainty. Copyright Nolan, Norton & Co, www.nolannorton.com.