



**Tikrit Journal of Administrative
and Economics Sciences**

مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية

EISSN: 3006-9149

PISSN: 1813-1719



**The role of knowledge management processes in achieving the
dimensions of business sustainability: testing the mediating role of
social media**

Omar Khattab Omar*, Thaeir A. Saadoun Al-Samman

College of Administration and Economics/University of Mosul

Keywords:

Knowledge management processes,
social media, business sustainability,
Korek Telecom Communications.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 29 May. 2024
Accepted 08 Jul. 2024
Available online 31 Dec. 2024

©2023 THIS IS AN OPEN ACCESS ARTICLE
UNDER THE CC BY LICENSE

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



***Corresponding author:**

Omar Khattab Omar

College of Administration and
Economics/University of Mosul



Abstract: Knowledge management processes receive great global attention due to the positive results they provide to society and the organization. Therefore, this study aims, by building a conceptual model designed specifically for this purpose, to clarify the role of knowledge management processes for organizations in achieving business sustainability while testing the mediating role of social media.. A questionnaire form was designed to survey the opinions of a sample of senior and middle management managers at Korek Communications Company, who number (230) individuals. Using a random sample, (177) analyzable responses were obtained. Data were analyzed using SPSS Ver.26 and AMOS Ver.24. The study reached a set of conclusions, the most important of which is that (organizations that seek to reach the highest levels of success should not only possess knowledge, but rather require the ability to employ it in a way that achieves the sustainability of the organization). The study recommends the need to pay attention to knowledge management processes and unleash new ideas that improve social networking sites in the work environment.

دور عمليات ادارة المعرفة في تحقيق ابعاد استدامة الاعمال: اختبار الدور الوسيط لوسائل التواصل الاجتماعي

ثائر احمد سعدون السمان

عمر خطاب عمر

كلية الإدارة والاقتصاد/جامعة الموصل

المستخلص

تحظى عمليات ادارة المعرفة باهتمام عالمي كبير وذلك نظير ما تقدمه من نتائج إيجابية للمجتمع وللمنظمة، لذلك، تهدف هذه الدراسة، من خلال بناء نموذج مفاهيمي صمم خصيصاً لهذا الغرض الى توضيح دور عمليات ادارة المعرفة للمنظمات في تحقيق الاستدامة الأعمال مع اختبار الدور الوسيط لوسائل التواصل الاجتماعي. تم تصميم استمارة استبانة لمسح آراء عينة من مديري الإدارة العليا والوسطى في شركة كورك للاتصالات والبالغ عددهم (230) فرد. وباستخدام عينة عشوائية تم الحصول على (177) استجابة قابلة للتحليل. تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS (V26) والبرنامج الاحصائي (AMOS V24). توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها أن (المنظمات التي تسعى للوصول إلى أعلى درجات النجاح لا ينبغي لها امتلاك المعرفة فقط، إنما يتطلب الأمر القدرة على توظيفها بما يحقق استدامة المنظمة). وتوصي الدراسة بضرورة الاهتمام بعمليات ادارة المعرفة، وإطلاق العنان للأفكار الجديدة التي تعمل على تحسين مواقع التواصل الاجتماعي في بيئة العمل.

الكلمات المفتاحية: عمليات ادارة المعرفة، وسائل التواصل الاجتماعي، استدامة الأعمال، شركة كورك تيليكون للاتصالات.

المقدمة

شهد العالم تغيرات كبيرة خلال العقدين الأخيرين من القرن الماضي والتي طالت مختلف جوانب الحياة المعاصرة. وظهرت جلياً على الساحة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية وتجلت في ظهور العولمة والتطور العلمي والتكنولوجي وظهور وسائل التواصل الاجتماعي منها. أصبح ذلك يشكل تحديات جديدة أمام منظمات الأعمال التي تسعى إلى البقاء والاستمرارية في ظل التغيرات المستمرة في مجال الأعمال، وهذا ما دفع بالمنظمات إلى ضرورة خلق توازن بينها وبين البيئة التي تنشط فيها لا سيما أنها تخضع للمنافسة الشديدة. تعد عمليات إدارة المعرفة في الوقت الراهن من أهم الموضوعات التي تنال اهتماماً كبيراً من طرف مديري المنظمات، إذ تعد اليوم مورداً أساسياً لإنشاء الثروة ومصدراً مهماً لاستدامة الأعمال، كما إنها أحدثت تغييرات جذرية طالت كلا من المنظمة بصفة عامة والموارد البشري بصفة خاصة مما أدى إلى إحداث تحسين وتتحقيق استدامة في أداء المنظمة بالأخص الأداء الوظيفي المتعلق بالمهام التي يؤديها العاملون. ولا شك أن من أهم وسائل الاتصالات بصفة عامة، والتواصل الإلكتروني بصفة خاصة الآن على مستوى العالم هي: شبكة الانترنت، وتحديداً مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني. إذ يعتبر التواصل الاجتماعي الإلكتروني عبر مواقع الانترنت انفتاحاً على العالم إلكترونياً عبر الشبكة الدولية للمعلومات. وبالرغم من ذلك فإن هناك العديد من الدراسات التي أكدت أن عملية التواصل الإلكتروني من خلال مواقع شبكة الانترنت يمكن أن يتم استغلالها بشكل كبير في عمليات ادارة المعرفة كي تكون المنظمة ناجحة

ومحققة للتميز والريادة مقارنة بمنافسيها لابد أن تتبنى عمليات إدارة المعرفة كأحد أهم أصولها، كونها ستساهم في تكوين استدامة الأعمال وبالتالي ستعزز من الأداء الوظيفي.

من هنا يبرز دور عمليات إدارة المعرفة ودورها الفعال في تحقيق الاستدامة الأعمال تجاه المجتمع، ومراعاة الحقوق الإنسانية والعدالة. ولموازنة ما بين تلبية احتياجات الأفراد والأرباح وتلبية احتياجات الأجيال المستقبلية، كذلك تمثل الاستدامة ضرورة للمجتمع والبيئة. تشير الاستدامة إلى الاستخدام الأمثل والفعال لموارد وتجنب الهدر وبدون الأضرار بالبيئة واحتياجات ملحة وأهميتها تتجلى في الوقت الحالي والمستقبل على المدى الطويل، حيث تساهم بدور تنموي كبير عليها المنظمات لبقائها استمراريته ونموها. وفي ضوء ما تقدّم تسعى الدراسة إلى بناء شامل للجانبين النظري والميداني لعمليات إدارة المعرفة واستدامة الأعمال وعد وسائل التواصل الاجتماعي كمتغير بسيط، عبر وصف المتغيرات وتحديداتها، وتحليل علاقات الارتباط والتأثير للمتغيرات.

أولاً. منهجية الدراسة

1. مشكلة الدراسة: في البيئة الديناميكية سريعة التطور لقطاع الاتصالات في العراق، تواجه شركات الاتصالات المتنقلة ومنها شركة كورك للاتصالات الخلوية، تحديات متعددة الأوجه في الحفاظ على أعمالها، فضلاً عن التكيف مع متطلبات السوق الديناميكية والتوقعات المجتمعية. لقد حظي دور عمليات إدارة المعرفة في تسهيل استدامة الأعمال باهتمام كبير على مستوى العالم؛ ومع ذلك، فإن تطبيقه وفعاليته في سياق شركات الاتصالات المتنقلة العراقية لا تزال غير مستكشفة. علاوة على ذلك، فإن ظهور منصات وسائل التواصل الاجتماعي كأدوات قوية للتواصل والمشاركة يقدم بعداً جديداً ومتغيراً قيماً لهذه العلاقة. وعلى الرغم من الأهمية المعترف بها لتأثير عمليات إدارة المعرفة في تعزيز القدرات التنظيمية والقدرة التنافسية، فإن مدى مساهمتها في الأبعاد المختلفة لاستدامة الأعمال، بما في ذلك الجوانب الاقتصادية والبيئية والاجتماعية، لا يزال غير مفهوم بشكل كاف داخل قطاع الاتصالات العراقي. فضلاً عن ذلك، فإن دور الوسيط المحتمل لوسائل التواصل الاجتماعي في زيادة تأثير عمليات إدارة المعرفة على أبعاد استدامة الأعمال لا يزال غير مكتشف إلى حد كبير في البيئة العراقية.

استناداً إلى ما تقدم، فإن معالجة هذه الفجوة من خلال دراسة التفاعل بين عمليات إدارة المعرفة، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأبعاد استدامة الأعمال في سياق شركات الاتصالات المتنقلة العاملة في العراق يعد إضافة نظرية وميدانية للأدبيات في مجال نظم المعلومات الإدارية. وعلى وجه التحديد، عبر تقديم نموذج مفاهيمي واختباره للتحقق من مدى تأثير عمليات إدارة المعرفة على أبعاد الاستدامة الاقتصادية والبيئية والاجتماعية لهذه الشركات، وما إذا كانت منصات التواصل الاجتماعي تعمل كوسيط في هذه العلاقة. فمن خلال توضيح العلاقة بين عمليات إدارة المعرفة ووسائل التواصل الاجتماعي وأبعاد استدامة الأعمال، يمكننا تقديم رؤية قيمة وتوصيات قابلة للتنفيذ لشركات اتصالات الهاتف المحمول في العراق لتعزيز مرونتها التنظيمية وميزتها التنافسية وقدرتها على الاستمرار على المدى الطويل في بيئة تتزايد اضطراباً بعد آخر. عليه، يمكننا طرح التساؤلات البحثية الآتية:

❖ ما هو دور عمليات إدارة المعرفة في تحقيق أبعاد استدامة الأعمال في شركة كورك للاتصالات الخلوية في العراق؟

❖ كيف تعمل وسائل التواصل الاجتماعي كوسيط لتأثير عمليات إدارة المعرفة في استدامة الأعمال؟

2. أهمية الدراسة: تعمل هذه الدراسة من الناحية النظرية على سد الفجوات بين إدارة المعرفة (KM)، واستدامة الأعمال، وتكامل وسائل التواصل الاجتماعي. لذلك فهي تعزز الفهم حول كيفية تأثير عمليات إدارة المعرفة بما في ذلك، توليد وتخزين وتوزيع وتطبيق المعرفة بشكل مباشر على أبعاد الاستدامة والتي تشمل البعد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي. فضلاً عن ذلك، تستكشف الدراسة الدور الوسيط لوسائل التواصل الاجتماعي، مما يوفر منظور جديد لفهم كيفية تسهيل شبكات التواصل الاجتماعي تدفق المعرفة ومن ثم توضيح أثرها في الاستدامة. تقدم هذه الدراسة نتائج قيمة لأدبيات إدارة المعرفة والاستدامة، وتوصي بتوجيه البحث المستقبلي.

ومن جانب آخر، تقدم الدراسة من الناحية العملية، رؤى قابلة للتنفيذ للشركات التي تهدف إلى تعزيز الاستدامة، لاسيما في شركة كورك العراقية. حيث تسلط الدراسة الضوء على أهمية عمليات إدارة المعرفة في تعزيز الاستدامة. لذلك، يمكن لصانعي القرارات من مدراء الأعمال دمج إدارة المعرفة ووسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف الاستدامة طويلة المدى، مما يؤدي في النهاية إلى تعزيز بيئة مؤسسية أكثر استدامة.

3. أهداف الدراسة: تهدف دراستنا إلى:

- أ. تقييم ممارسات إدارة المعرفة الحالية داخل شركات الاتصالات المتنقلة العاملة في العراق، مع التركيز على شركة كورك. ويتضمن ذلك فحص كيفية توليد المعرفة وتخزينها ومشاركتها وتطبيقها.
- ب. تقييم أبعاد استدامة الأعمال الحالية داخل شركات الاتصالات المتنقلة العاملة في العراق، مع التركيز على شركة كورك. ويتضمن ذلك فحص كيفية تحقيق الاستدامة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.
- ج. تقييم وسائل التواصل الاجتماعي داخل شركات الاتصالات المتنقلة العاملة في العراق، مع التركيز على شركة كورك.

د. استكشاف العلاقة بين عمليات إدارة المعرفة والأبعاد المختلفة لاستدامة الأعمال، بما في ذلك الجوانب الاقتصادية والبيئية والاجتماعية. ويهدف إلى تحديد مدى مساهمة الإدارة الفعالة للمعرفة في ممارسات الأعمال المستدامة في قطاع الاتصالات.

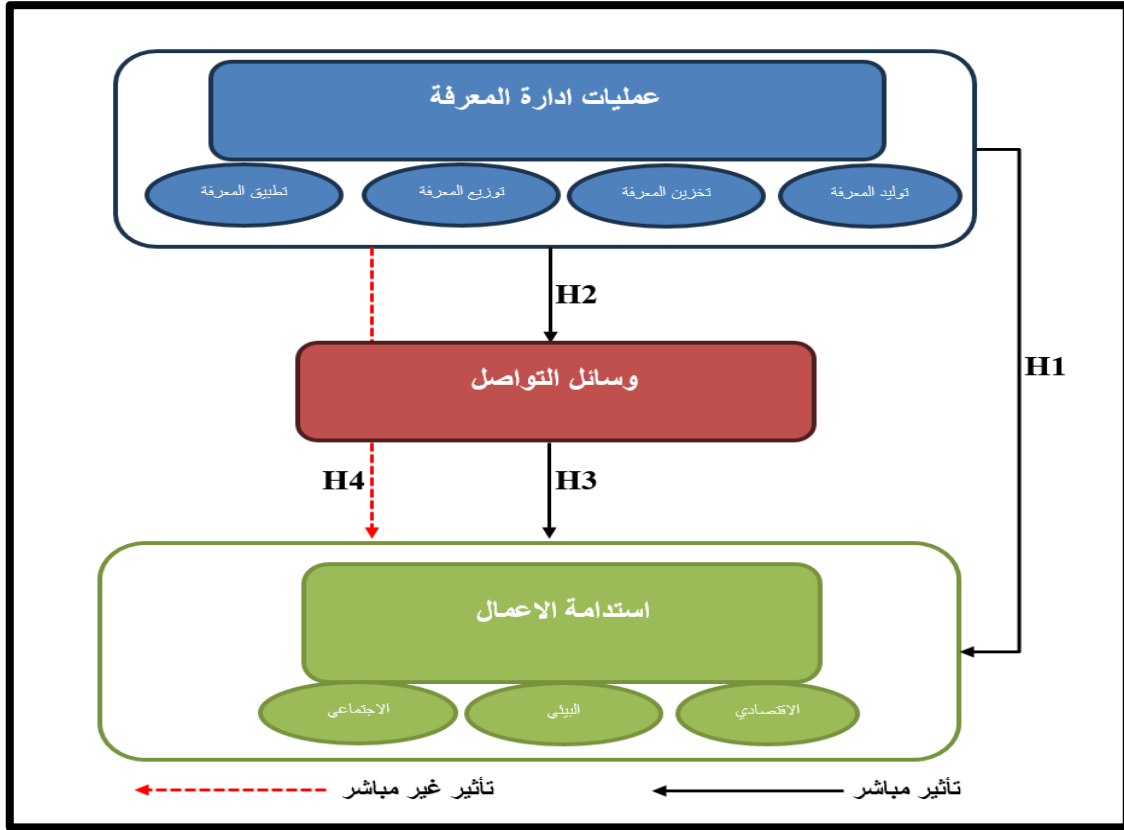
هـ. اختبار ودراسة التأثير الوسيط لمنصات التواصل الاجتماعي على العلاقة بين عمليات إدارة المعرفة وأبعاد استدامة الأعمال. وذلك للتأكد مما إذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي تعزز تأثير ممارسات إدارة المعرفة على نتائج استدامة الأعمال.

و. تحديد اليات عمل ومقترحات عملية لشركات الاتصالات المتنقلة في العراق لتعزيز استدامة أعمالها. ويتضمن ذلك تقديم رؤى قابلة للتنفيذ لتحسين عمليات إدارة المعرفة، والاستفادة من منصات وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال، وتعزيز ثقافة الاستدامة داخل هذه الشركات.

4. فرضيات الدراسة: تستند الدراسة الحالية على ثلاث فرضيات مباشرة وفرضية غير مباشرة وكالاتي:

- H1:** ستؤثر عمليات إدارة المعرفة بشكل مباشر ومعنوي في استدامة الأعمال.
- H2:** ستؤثر عمليات إدارة المعرفة بشكل مباشر ومعنوي في وسائل التواصل الاجتماعي.
- H3:** ستؤثر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مباشر ومعنوي في استدامة الأعمال.
- H4:** ستتوسط وسائل التواصل الاجتماعي بشكل معنوي وغير مباشر علاقة تأثير عمليات إدارة المعرفة بالاستدامة.

5. مخطط الدراسة



شكل (1): نموذج الدراسة

المصدر: اعداد الباحثان.

6. أدوات وأساليب الدراسة: وظفت الدراسة مجموعة من الحزم البرمجية الإحصائية الجاهزة مثل: مايكروسوفت اكسل، والبرنامج الإحصائي (SPSS v.26)، والحزمة الإحصائية (AMOS v.24) كأدوات إحصائية لاختبار أنموذج القياس والعلاقات في الدراسة الحالية بما يشمله من فرضيات. كما استخدمت هذه الدراسة الأساليب الإحصائية الآتية:

أ. التكرارات والنسب المئوية (Repetitions & Percentages).

ب. الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية (Arithmetic Means & Standard Deviations).

ج. تحليل نمذجة المعادلة الهيكلية أو البنائية (Structural Equation Modeling (SEM)).

7. منهج وعينة الدراسة: استخدمت دراستنا تصميم البحث الوصفي التحليلي للتحقيق الميداني في العلاقات بين عمليات إدارة المعرفة، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعية، وأبعاد استدامة الأعمال داخل شركات الاتصالات المتنقلة في العراق. حيث تم تصميم استمارة استبانة وتوزيعها على شركة كورك للاتصالات الخلوية العاملة في العراق. تمثل مجتمع الدراسة في اختيار شمل غالب القيادات الإدارية من المديرين والممثلين بالإدارة "العليا، والإدارة الوسطى (مديري المراكز والفروع والأقسام والشعب والوحدات) في شركة كورك تيليكونم للاتصالات العاملة في العراق والذي بلغ عددهم (230) مديراً. وبالتالي، تم الحصول على عينة عشوائية بلغت (177) استمارة صالحة للتحليل والتي تمثل عينة الدراسة. تم تحليل البيانات باستخدام برنامج (SPSS V26) والبرنامج الإحصائي

(AMOS V24) لوصف متغيرات الدراسة واختبار نموذج وفرضيات الدراسة باستعمال أسلوب نمذجة المعادلات البنائية، وكذلك استخدام أساليب إحصائية أخرى.

ثانياً. الإطار النظري

1. مفهوم إدارة المعرفة: تعتمد منظمات الأعمال بشكل أساسي على الأساليب التي تعكس التحديثات والتطورات المستمرة للعمل واتجاهات الإدارة التي تراعي التطورات التي تحدث في عمل المؤسسة. وكذلك التطورات المعرفية في الجوانب التي تمثل أهم الجوانب الحديثة للإدارة، كونها تدعم الدافعية وتعزز الإبداع مما يؤدي إلى التميز، خاصة إذا كان هناك مستوى من المنافسة يعزز العملية التعليمية التي تساهم في اتخاذ (شحاته، 2019: 127). يعد إدارة المعرفة من المفاهيم متعددة الأوجه التي انبثقت من تطور مختلف المجالات والتخصصات العلمية والعملية، ويشير إلى الجهود التي تبذلها المنظمة لإنتاج المعرفة ذات الصلة بأنشطتها، حيث يتم إنتاج المعرفة وجمعها وتخزينها وإتاحتها لتحسين مستوى اتخاذ القرار والإنتاجية بشكل عام (العشاب، 2017، 12). وتعرف إدارة المعرفة على أنها عملية تهدف إلى ضمان وتطوير وتطبيق جميع أنواع المعرفة داخل الشركة لتحسين قدراتها على حل المشكلات والمساهمة في تحقيق أداء الشركة والحفاظ عليها (Acosta et al., 2020: 118). ويعرفها (Kazimi & Khorshid, 2023: 92) على أنها بيئة عمل وتعلم حية تسهل توليد المعرفة وتراكمها وإعادة استخدامها من قبل الأفراد والمؤسسات على حد سواء سعياً لتحقيق قيمة تجارية جديدة. ومن خلال ما سبق يرى الباحثان بأن إدارة المعرفة تمثل أنشطة ذات كفاءة أساسية ومصدر أساس للميزة التنافسية وخلق القيمة للمؤسسات باعتبارها قدرة متزايدة لمشاركة المعلومات من فترات وأماكن مختلفة واكتساب معارف جديدة للأشخاص المناسبين في الوقت المناسب.

ومن جانب آخر، حدد (Khoa & Hoa, 2021: 1558) أربع عمليات أساسية لإدارة المعرفة وهي: توليد، وتخزين، وتوزيع، وتطبيق المعرفة. يشير توليد المعرفة إلى مدى إمكانية الوصول إلى المعرفة واكتسابها بطريقة مباشرة وغير مباشرة من المصادر المعرفية الداخلية أو الخارجية. وتشير عملية تخزين المعرفة إلى تلك العملية التي تقوم من خلالها المنظمة بحفظ وحماية المعرفة وتنقيحها. وتتضمن عملية الحصول عليها من المصادر المختلفة وترميزها وفهرستها لجعلها متاحة عند الحاجة إليها (Yuman & Goyal, 2022: 185). أما بالنسبة لتوزيع المعرفة فتشير إلى تلك العملية التي تهدف إلى توزيع ونشر معرفة الخبراء حول منتج أو تقنية أو حالة أخرى، بهدف توليد أفكار جديدة فضلاً عن معالجة المشاكل المختلفة التي تواجه صناع القرار (Wubante et al., 2022: 2). في حين تشير عملية تطبيق المعرفة إلى عملية استخدام وتنفيذ المعرفة بهدف أداء مهام محددة واتخاذ القرارات المناسبة (M. Kumar, 2021: 74).

تبرز أهمية عمليات إدارة المعرفة في كونها مؤشر شامل وواضح لفهم مبادرات وإسهامات إدارة المعرفة في تذليل القيود وإعادة هيكلة الأعمال التي تساعد في التطوير والتغيير لمواكبة متطلبات البيئة الاقتصادية، وتزويد من عوائد المؤسسة ورضا العاملين وولائهم وتحسن الموقف التنافسي من خلال التركيز على موارد المؤسسة غير الملموسة والتي يصعب قياسها وتسربها (Abbas, 2020: 13). كما يرى (Shahzad et al., 2022: 107) أن أهمية عمليات إدارة المعرفة تكمن في أنها تعد جزءاً هاماً من تقدم المجتمع وتحقيق أهدافه، وكذلك المؤسسات التي تتعامل بالمعرفة. كما يرى (Al Shraah et al., 2022: 109) أن أهداف إدارة المعرفة تتجلى في تحديد المعرفة وجمعها

وتقديمها بالوقت المناسب، فضلاً عن تعزيز تبادل المعرفة ومشاركتها بين الاقران لتشجيع العمل الجماعي واتخاذ القرارات المناسبة بالوقت المناسب.

2. استدامة الأعمال: تمثل الاستدامة مجموعة من القيم والقواعد الجديدة المضافة إلى الطابع المؤسسي لتلبية الاحتياجات الفعلية وتعزيز تنافسية الأعمال. ومن وجه النظر المؤسسية، تعرف الاستدامة أنها تبني المؤسسة الأنشطة والاستراتيجيات التي تساعد في تلبية احتياجاتها الحالية، فضلاً عن تأمين الاحتياج من الموارد الطبيعية والبشرية في المستقبل (Ruggerio, 2021: 752). ويعرفها (López et al., 2019: 114) على أنها نتيجة عن احتياج المجتمع لمراعاة الجوانب الاجتماعية والبيئية والاقتصادية، وتأمين مستقبل واحتياجات الأجيال الحالية واللاحقة، بهدف توزيع الثروات بشكل عادل ويشترك في تحقيق ذلك الأفراد والدولة والمنظمات. في حين يعرفها (Brill & Ward, 2023: 62) على أنها استراتيجية طويلة الأمد تتبعها المنظمات لغرض الاستجابة لاحتياجاتها المالية من دون المساس بقدراتها على تلبية الاحتياجات المستقبلية. تكمن أهمية استدامة الأعمال في تحقيق المواءمة بين الكفاءة والفعالية، إذ إن الكثير من المنظمات فشلت بسبب الحاجة الملحة إلى التعلم لتلبية الغايات الأساسية وعمليات التنمية، إذ إن المحور الأساسي للاستدامة هو عملية تطوير البنية التحتية (Starzyńska & Diakun, 2021: 107). وتوفر تقارير استدامة الأعمال للمنظمات الفرصة لتحسين شفافيتها وقيمتها السوقية وسمعتها وشرعيتها. كما أنها تمكن من المقارنة مع منافسيها وتحفيز المتعاونين معهم، فضلاً عن ذلك، فهي أداة مهمة تسهم في تطوير نظام التشغيل، مما يدل على العلاقات المترابطة بين الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والبيئية (Demir & Min 2019: 364).

ومن جانب آخر، يوجد هناك إجماع بين العديد من الباحثين على أن استدامة الأعمال يجب أن تشمل الانسجام بين الأبعاد الاقتصادية والبيئية والاجتماعية. حيث يرتبط البعد الاقتصادي بالقدرة المالية وجوانب أخرى مثل القدرة التنافسية وعرض العمل واختراق أسواق جديدة والربحية والقدرة التنظيمية لتقديم التدفق النقدي الذي يضمن السيولة اللازمة والمسؤول عن توليد الثروة (Sukhdeo, 2015: 19-21). إذ تعد الاستدامة الاقتصادية أمراً ضرورياً لنجاح تمويل المنظمات حيث يجب أن تكون قادرة على إنتاج سلع وخدمات بشكل مستمر وتجنب النفقات التي تتجاوز الإيرادات لمواصلة العمل (Morelli, 2011: 2). في حين توضح الاستدامة البيئية قواعد ممارسة وتنفيذ مبادئ السلامة البيئية للحفاظ على الأعمال في المستقبل، لكونها ستؤثر في الأداء الاقتصادي والتشغيلي وتساعد الأنشطة البيئية الدول النامية على تحسين الأداء وخفض التكاليف (Nawaz, 2015: 301). إذ يشير البعد البيئي إلى الممارسة التي تسعى للحصول على حياة وبيئة صحية أفضل، وإدارة الأعمال وتنفيذ ومتابعة الأنشطة الصديقة للبيئة (Tur-Porcar et al., 2018: 49). أما بالنسبة للبعد الاجتماعي للاستدامة فيتناول أهمية تحسين جودة الحياة في المجتمع. لذا يركز الباحثون على هذا البعد لتحديد الأهمية والفوائد التي تقدمها المنظمات للمجتمع وتعود عليها بالنفع (Sukhdeo, 2015: 22-23).

3. وسائل التواصل الاجتماعي: ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي في نهاية القرن الماضي وتطورت بشكل كبير في بداية القرن الحالي مما جعلها أحد أهم مجالات البحوث الأكاديمية والمنصات الإعلامية وأساس مهم للتجارة الإلكترونية حول العالم (Thabit and Jasim, 2017: 86). وتعرف على أنها مجموعة من التقنيات والقنوات التي تهدف إلى تشكيل مجموعة كبيرة من المستخدمين وتمكينهم من

أجل تعاون مثمر (فورة، 2012: 31). فهي تسمح للمستخدمين بالتفاعل من خلالها بحرية وتبادل المعلومات والنقاش من خلال استخدام مزيج من الوسائط المتعددة كالنصوص والمقاطع الصوتية ومقاطع الفيديو والصور (Chaffey, et al., 2019: 7). ويعرفها (Bäck & Sivén, 2021: 209) على أنها شبكة تضم مجموعة من الأفراد الذين لهم نفس الاهتمامات والميول والرغبة في تكوين بعض الصداقات من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية. في حين يعرفها (McHaney, 2023: 213) على أنها مجتمع افتراضي موجود على شبكة الانترنت والذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة افتراضية يجمعهم الاهتمام أو الانتماء المشترك لنقل المعارف والمعلومات إلكترونياً بسرعة ودقة متناهية. تقسم مواقع التواصل الاجتماعي على أقسام عدة وفق (Gebreel & Shuayb, 2022: 189-198). تشمل هذه الاقسام شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، مثل الفيس بوك، وتويتر، اليوتيوب والمدونات، ومواقع الدردشة، والبريد الإلكتروني وغيرها، والتطبيقات القائمة على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف الذكية والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها، ومنصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون.

ومن جانب آخر، تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دور بارز في تعزيز إمكانات ممارسات إدارة المعرفة، حيث كشفت دراسة (Alghamdi, et al., 2023: 3) على أنها تسهم بشكل كبير في تسهيل توزيع المعرفة والابداع لتعزيز الإنتاجية. وأشارت دراسة (Zhang, et al., 2023: 1) إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تعزز بشكل فعال من ابداع الموظفين من خلال تعزيز عمليات توزيع المعرفة. وفي بيئة التعليم العالي، تعد وسائل التواصل الاجتماعي أداة مهمة لتوليد المعرفة ومشاركتها بشكل يساهم في تطوير نماذج مهمة لإدارة المعرفة الفعالة (Ibrahim, et al., 2022: 130). فضلاً عن ذلك فقد أظهرت دراسة (Martínez, et al., 2023: 2195) أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في تعزيز عمليات إدارة المعرفة وبناء الثقة بهدف تحقيق استدامة الأعمال.

ثالثاً: الجانب العملي

1. استمارة الاستبانة: تم تصميم استمارة الاستبانة بهدف جمع البيانات من عينة الدراسة المتمثلة بمديري الإدارة العليا والوسطى في شركة كورك تليكوم للاتصالات الخلوية في العراق. وقبل البدء بتوزيع استمارة الاستبانة تم تحكيمها من قبل عدد من الخبراء المتخصصين لتلائم موضوع الدراسة الحالي. وباستخدام دراسة مقطعية (جمع البيانات في نقطة زمنية واحدة) وبأسلوب أخذ العينات العشوائية البسيطة، تم جمع (177) استجابة قابلة للتحليل الاحصائي. حيث تم البدء بتوزيع الاستمارة للفترة من شهر شباط ولغاية نيسان من عام 2024. تتكون استمارة الاستبانة المعتمدة في إطار الدراسة من أربعة أجزاء أساسية. يتمثل الجزء الأول بالبيانات الديموغرافية للمستجيبين تضمن هذا الجزء أربعة أسئلة وهي: الجنس والعمر والخبرة فضلاً عن المؤهل العلمي. أما بالنسبة للجزء الثاني فقد شمل أبعاد إدارة المعرفة والتمثلة بتوليد وتخزين وتوزيع وتطبيق المعرفة، تضمن هذا الجزء (20) سؤالاً بواقع خمسة أسئلة لكل. تم قياس استدامة الأعمال في الجزء الثالث من الاستمارة، والتي تضمنت ثلاثة أبعاد وهي: الاستدامة البيئية، والاستدامة الاقتصادية، والاستدامة الاجتماعية، تم قياس هذه الأبعاد باستخدام (15) سؤالاً بواقع خمسة أسئلة لكل متغير. في حين تضمن الجزء الرابع وسائل التواصل الاجتماعي، والتي تم قياسها باستخدام (10) أسئلة. ولقياس ثبات الاستبانة بالنسبة للأبعاد مجتمعة تم استخدام معامل كرونباخ الفا الذي أشار اليه (Feldt & Brennan, 1989) حيث يجب أن تكون قيم معامل الثبات إلى أكبر من (70%). ويبين الجدول رقم (1) نتائج اختبار معامل كرونباخ

الفا لكل بعد ومعامل الفا الطبقي للأبعاد مجتمعة، تشير نتائج الدراسة إلى أن قيمة معامل ألفا الطبقي بلغت قيمته (0.87) وهي أكبر من (0.70)، وهذا يدل على قوة ثبات الاستمارة بشكل عام.

جدول (1): قياس الثبات لأبعاد الدراسة منفردة وبشكل كلي

المتغير	الأبعاد	العبارات	معامل كرونباخ الفا لكل بعد α_i	معامل الفا الطبقي للأبعاد مجتمعة α_{st}
عمليات المعرفة	توليد المعرفة	X11-X15	0.71	0.87
	تخزين المعرفة	X21-X25	0.73	
	توزيع المعرفة	X31-X35	0.73	
	تطبيق المعرفة	X41-X45	0.71	
وسائل التواصل الاجتماعي	W1-W10		0.83	
الأعمال	البعد الاقتصادي	Y11-Y15	0.74	0.85
	البعد البيئي	Y21-Y25	0.79	
	البعد الاجتماعي	Y31-Y35	0.85	

المصدر: إعداد الباحثان بالاستناد إلى مخرجات برنامج (SPSS V.26) $n=177$

2. وصف مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل المجتمع الكلي للدراسة عبر اختيار القيادات الإدارية كافة من المديرين والممثلين بالإدارة "العليا، والإدارة الوسطى (مديري المركز، والفروع، والأقسام، والشعب، والوحدات) بشركة كورك تيليكون للاتصالات في المنطقة الشمالية الذي يبلغ عددهم (230) مديراً. إذ تم الحصول على عينة عشوائية بلغت (177) استمارة صالحة للتحليل تمثل عينة الدراسة. وبمراجعة الجدول رقم (2) والذي يصف أفراد عينة الدراسة يتضح لنا ما يأتي:

أ. تشكل نسبة الذكور (76.8%) من أفراد عينة الدراسة، حيث تشكل النسبة الأكبر من العينة، في حين شكلت نسبة الإناث (23.2%).

ب. تشكل نسبة الأفراد ذوي الخبرة (5-1) سنة النسبة الأغلب لأفراد العينة حيث جاءت بنسبة (36%)، في حين نسبة الأفراد ذوي الخبرة (أكثر من 20 سنة) بلغت (3.4%) من العينة بذلك تشكل النسبة الأقل في الدراسة.

ج. بلغت نسبة الأفراد حملة شهادة البكالوريوس (32%) بذلك تشكل النسبة الأكبر، في حين بلغت نسبة حملة الدبلوم النسبة الأقل بـ (17%).

د. تشكل الفئة العمرية (31-40 سنة) النسبة الأكبر لإفراد العينة إذ جاءت بنسبة (50.3%)، تليها الفئة (20-30) بنسبة (33.9%)، ثم الفئة (41-50) التي جاءت بنسبة (15.8%) من أفراد عينة الدراسة.

جدول (2): وصف عينة الدراسة

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية	المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	136	76.8	الشهادة الجامعية	ماجستير	57	32
	أنثى	41	23.2		دبلوم عالي	0	0
	المجموع	177	100%		بكالوريوس	90	51
					دبلوم	30	17

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية	المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
الخبرة الوظيفية	10-6	35	20	العمر	المجموع	177	100%
	15-11	50	28.2		30-20	60	33.9
	20-16	22	12.4		40-31	89	50.3
	أكثر من 20	6	3.4		50-41	28	15.8
	المجموع	177	%100		أكثر من 50	0	0
					المجموع	177	100%

المصدر: إعداد الباحثان.

3. وصف استجابة العينة: تستخدم الدراسات الوصفية في الغالب تحليلات إحصائية لوصف وتشخيص العينة منها الوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية. ويوضح الجدول رقم (3) وصف استجابة عينة الدراسة.

جدول (3): وصف استجابة العينة

المتغيرات	الأبعاد	حجم العينة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الترتيب
عمليات إدارة المعرفة	توليد المعرفة	177	4.06	0.78	81.22	الأول
	تخزين المعرفة	177	4.02	0.68	80.45	الثاني
	توزيع المعرفة	177	3.81	0.87	76.12	الثالث
	تطبيق المعرفة	177	3.49	0.71	69.87	الرابع
استدامة الأعمال	البعد الاقتصادي	177	4.03	0.78	80.69	الثالث
	البعد البيئي	177	4.19	0.67	83.74	الأول
	البعد الاجتماعي	177	4.19	0.77	83.71	الثاني

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد برنامج (SPSSv26). n=177

من خلال مراجعة نتائج الجدول رقم (3) يتضح أن جميع الإجابات ولكل الأبعاد الخاصة بمتغير عمليات إدارة المعرفة كانت أعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3)، وتبين لنا أن أهم الأبعاد لمتغير عمليات إدارة المعرفة نسبياً هو بُعد توليد المعرفة وذلك بدلالة قيمة الوسط الحسابي البالغ (4.06) والانحراف المعياري (0.78) وبأهمية نسبية بلغت (81.22%)، في حين إن بُعد تطبيق المعرفة تبين أن أقل الأبعاد أهمية وذلك بدلالة قيمة الوسط الحسابي التي بلغت (3.49) والانحراف المعياري (0.71) وبأهمية نسبية قدرها (69.87%). وتوضح النتائج أيضاً أن جميع الإجابات ولكل أبعاد متغير استدامة الأعمال كانت أعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3)، ويتبين لنا أن أهم الأبعاد لمتغير استدامة الأعمال نسبياً هو بُعد البعد البيئي وذلك بدلالة قيمة الوسط الحسابي البالغ (4.19) والانحراف المعياري (0.67) وبأهمية نسبية بلغت (83.74%)، في حين أن بُعد البعد الاقتصادي تبين أن أقل الأبعاد أهمية وذلك بدلالة قيمة الوسط الحسابي التي بلغت (4.03) والانحراف المعياري (0.78) وبأهمية نسبية قدرها (80.69%).

4. **تقييم نموذج القياس:** بهدف تقييم نموذج دراستنا الحالية تم الاعتماد على مجموعة من الاختبارات الإحصائية وكما يأتي:

أ. **الاتساق الداخلي لمتغيرات وأبعاد الدراسة:** يعرف الاتساق الداخلي (Internal Consistency) على أنه الترابط الموجود بين أسئلة الدراسة داخل البعد الواحد، يبين لنا هذا القياس مدى الترابط بين الأسئلة جميعها داخل المتغير الواحد، ويتم قياس الاتساق الداخلي عبر متوسط معاملات الارتباط بين أزواج الارتباطات للأسئلة داخل البعد أو المتغير الواحد. فإذا كانت قيمة هذا المتوسط أكبر من أو يساوي (0.3) فهذا يدل على وجود اتساق داخلي (Wu, et al., 2016: 170). وتشير نتائج الجدول رقم (4) إلى وجود اتساق داخلي على مستوى كل متغير مع أبعاده، وذلك بدلالة القيمة المطلقة للوسط الحسابي للارتباطات والتي ظهرت جميعها أكبر من (0.3).

جدول (4): قيم الاتساق الداخلي على مستوى المتغيرات والأبعاد الفرعية التابعة لها

Inter-Item Correlations						
No of Items	Variance	Maximum	Minimum	Mean	الأبعاد الفرعية	المتغيرات
5	0.075	0.671	0.350	0.320	توليد المعرفة	عمليات المعرفة
5	0.071	0.594	0.279	0.336	تخزين المعرفة	
5	0.110	0.788	0.281	0.316	توزيع المعرفة	
5	0.061	0.615	0.230	0.350	تطبيق المعرفة	
5	0.037	0.688	0.016	0.348	البعد الاقتصادي	الأعمال
5	0.041	0.793	0.056	0.461	البعد البيئي	
5	0.027	0.751	0.206	0.532	البعد الاجتماعي	
20	0.083	0.788	0.522	0.330	عمليات ادارة المعرفة	
10	0.068	0.831	0.251	0.340	وسائل التواصل الاجتماعي	
15	0.043	0.858	0.092	0.370	استدامة الاعمال	

المصدر: إعداد الباحث بالاستناد إلى مخرجات برنامج (SPSS V.26) n=177

ب. **اختبار التوزيع الطبيعي:** يعد اختبار التوزيع الاحتمالي للمتغيرات المدروسة أمراً ضرورياً في أي تحليل إحصائي لأن معظم طرق التقدير واختبار الفرضيات تعتمد على الافتراض الأساسي بأن المتغيرات المدروسة تتبع التوزيع الاحتمالي. إذا لم يتم استيفاء هذا الشرط، فيجب استخدام طرق بديلة لطريقة المربعات الصغرى لتقدير معاملات نموذج الانحدار، مثل طريقة المربعات الصغرى العامة، وطريقة التوزيع الحر، وطريقة المربعات الصغرى غير الموزونة، وما إلى ذلك. ويعد اختبار (Kolmogorov-Smirnov) اختباراً إحصائياً مهماً لتقييم التوزيع الطبيعي وهو مناسب بشكل خاص لأحجام العينات الكبيرة. وتبين النتائج الواردة في الجدول رقم (5) أن جميع القيم الاحتمالية هي (0.000)، أي أقل من (0.05). وهذا يدل على أن المتغيرات الثلاثة لا تتبع التوزيع الاحتمالي الطبيعي. وتؤكد الفرضية الصفرية أن المتغير يتبع التوزيع الطبيعي، في حين تشير الفرضية البديلة إلى أن المتغير لا يتبع التوزيع الطبيعي.

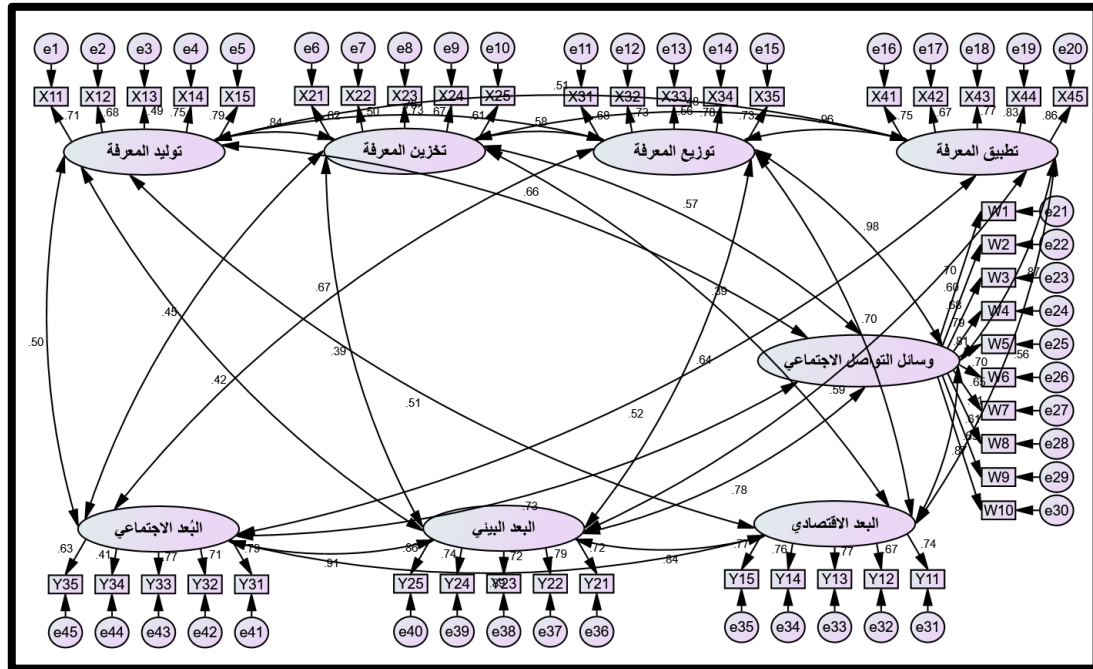
جدول (5): قيم معيار (Kolmogorov-Smirnov) لفحص التوزيع الطبيعي لمتغيرات وأبعاد الدراسة

Tests of Normality				
Kolmogorov-Smirnov				
النوع	الوصف	Statistic	N	P-value
الابعاد	توليد المعرفة	.129	177	.000
	تخزين المعرفة	.247	177	.000
	توزيع المعرفة	.173	177	.000
	تطبيق المعرفة	.172	177	.000
	البعد الاقتصادي	.135	177	.000
	البعد البيئي	.118	177	.000
	البعد الاجتماعي	.149	177	.000
المتغيرات	عمليات ادارة المعرفة	.138	177	.000
	وسائل التواصل الاجتماعي	.194	177	.000
	استدامة الاعمال	.142	177	.000

المصدر: إعداد الباحث بالاستناد إلى مخرجات برنامج (SPSS V.26) n=177

ج. اختبار تحيز الطريقة المشتركة: **Comment Method Bias (CMB)**: يعد هذا الاختبار متطلباً أساسياً للحصول على تقديرات دقيقة وإقامة علاقات صحيحة في أي دراسة. ويعزو الباحثون هذا الانحياز إلى عوامل عدة، منها عدم استخدام مصادر البيانات المختلفة، والتطبيق المتزامن للمقياس، وعدم التنوع في مقياس ليكرت المستخدم في الاستبيان، وتشابه وغموض بعض العبارات، وطول الاستبيان وغيرها. وإن وجود هذا التحيز يشوه العلاقات بين المتغيرات، مما يؤدي إلى نتائج غير دقيقة. غالباً ما يتم استخدام اختبار هارمان ذو العامل الاحادي للكشف عن تحيز الطريقة المشتركة. ووفقاً لـ (Bagozzi & Yi, 1991) إذا تجاوزت القيمة من هذا الاختبار (50%) فهذا يشير إلى وجود التحيز، ويمكن تحديد هذه القيمة من خلال التباين الموضح بالعامل من خلال التحليل العاملي الاستكشافي باستخدام برنامج SPSS. في الدراسة الحالية، كانت قيمة الاختبار (18.775%)، وهي أقل من (50%)، مما يشير إلى عدم وجود مشكلة تحيز شائعة في الطريقة.

د. التحليل العاملي التوكيدي: الهدف من إجراء التحليل العاملي التوكيدي (CFA) على متغيرات الدراسة هو فهم الارتباطات بين المشاهدات (الأسئلة) والأبعاد التي تمثلها، وكذلك الارتباطات بين المتغيرات الكامنة (الأبعاد) للمتغيرات المدروسة. ويساعد ذلك في تقييم مدى توافق نموذج الباحث مع نموذج العينة. يعرض الشكل رقم (2) تحميل العوامل للمتغيرات المرصودة (الأسئلة) مع المتغيرات الكامنة المقابلة لها. تتم الإشارة إلى هذه القيم بواسطة أسهم ذات رأس واحد بين كل سؤال ومتغير كامن. بالإضافة إلى ذلك، يوضح الشكل معاملات الارتباط بين أزواج المتغيرات الكامنة، ممثلة بأسهم ذات رأسين. أظهرت نتائج التحليل العاملي التوكيدي أن نموذج الباحث يتوافق مع نموذج عينة الدراسة، كما يتضح من جودة المؤشرات الموضحة في الجدول رقم (6). وتظهر هذه المؤشرات، التي يتم استخدامها والمقبولة على نطاق واسع من قبل الباحثين، أن جميع القيم تقع ضمن الحدود المقبولة.



شكل (2): التحليل العاملي التوكيدي لأبعاد متغيرات الدراسة

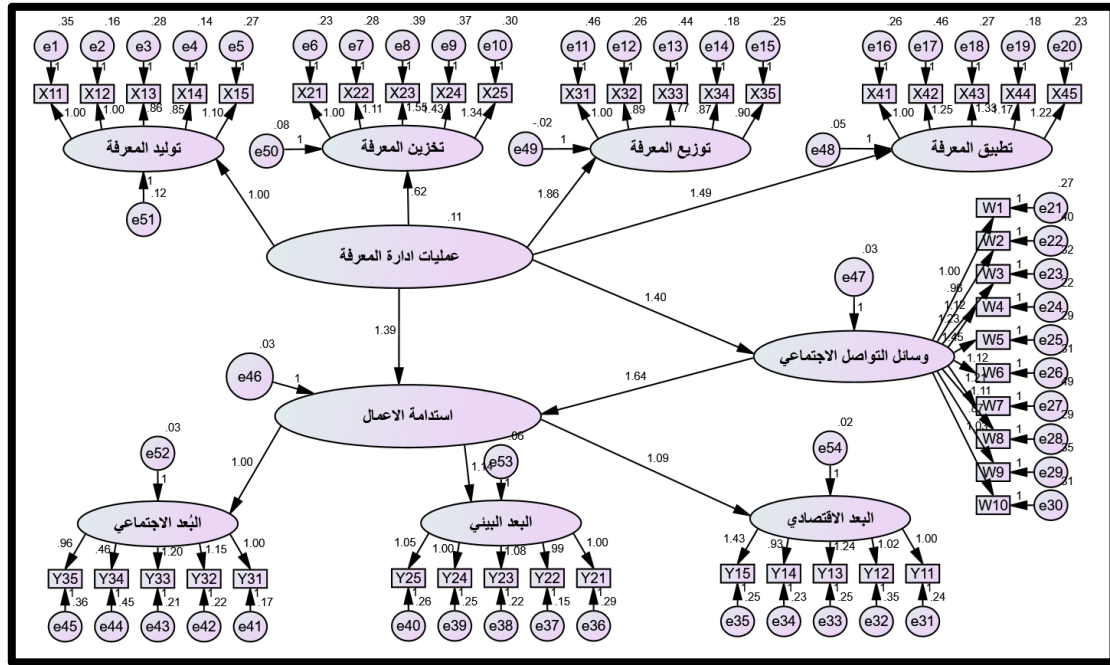
المصدر: إعداد الباحث في ضوء نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برمجية AMOS V24 n=177

جدول (6): مؤشرات حسن المطابقة الخاصة بالتحليل العاملي التوكيدي

المؤشرات	القيمة	النتيجة
CMIN/DF	2.494	مطابق
GFI	947.0	مطابق
AGFI	0.940	مطابق
PGFI	0.839	مطابق
NFI	0.939	مطابق
RFI	0.934	مطابق
RMR	0.055	مطابق

المصدر: إعداد الباحث في ضوء نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برمجية AMOS V24 n=177

5. اختبار النموذج الهيكلي للدراسة: تضمن الانموذج الفرضي لدراستنا أربع فرضيات رئيسية، ثلاث فرضيات مباشرة وفرضية غير مباشرة (وسيطة). تم اختبار هذه الفرضيات باستخدام برنامج (AMOSv.24). يوضح الشكل رقم (3) والجدول رقم (7) نتائج تقييم الأنموذج الهيكلي واختبار الفرضيات. تشير النتائج إلى وجود علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة معنوية لعمليات إدارة المعرفة في استدامة الأعمال، وذلك بدلالة قيمة معامل الانحدار $Estimate(\beta)$ التي بلغت (0.67) وهذا التأثير ذو دلالة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي بلغت (0.005) وهي أقل من (0.05)، كما تؤثر نفس النتيجة القيمة الحرجة (C.R) والتي تُنظر قيمة t_{Cal} المحسوبة والتي بلغت (8.074) وهي أكبر من قيمة t_{Tab} الجدولية والبالغة (1.96). بناءً على هذه النتائج سيتم قبول الفرضية الأولى من فرضيات الدراسة، والتي تنص على أن عمليات إدارة المعرفة ستؤثر بشكل مباشر ومعنوي في استدامة الأعمال.



شكل (3): النموذج الهيكلي للدراسة

المصدر: إعداد الباحث في ضوء نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برمجية AMOS V24 n=177
 جدول (7): نتائج اختبار الفرضيات في النموذج الهيكلي للدراسة

P-value	C R	S.E. (β)	Estimate (β)	العلاقة المفترضة
0.005	8.074	0.083	0.67	عمليات إدارة المعرفة ← استدامة الأعمال
0.005	11.13	0.116	1.29	عمليات إدارة المعرفة ← وسائل التواصل الاجتماعي
0.006	8.65	0.098	0.85	وسائل التواصل الاجتماعي ← استدامة الأعمال
0.012	4.24	0.542	2.301	عمليات إدارة المعرفة ← وسائل التواصل الاجتماعي ← استدامة الأعمال

المصدر: إعداد الباحث في ضوء نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برمجية AMOS V24 n=177
 فضلاً عن ذلك، تشير النتائج وجود تأثير طردي لعمليات إدارة المعرفة في وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك بدلالة قيمة معامل الانحدار Estimate(β) التي بلغت (1.29) وهذا التأثير ذو دلالة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي بلغت (0.005) وهي أقل من (0.05)، كما تؤثر نفس النتيجة القيمة الحرجة (C.R) والتي بلغت (11.13) وهي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (1.96). يقودنا هذا إلى قبول الفرضية الثانية من فرضيات الدراسة والتي تنص على أن عمليات إدارة المعرفة ستؤثر بشكل مباشر ومعنوي في وسائل التواصل الاجتماعي.

ومن جانب آخر، توضح نتائج تحليل النموذج الهيكلي للدراسة وجود تأثير طردي لوسائل التواصل الاجتماعي في استدامة الأعمال، وذلك بدلالة قيمة معامل الانحدار Estimate(β) التي بلغت (0.85) وهذا التأثير ذو دلالة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي بلغت (0.006) وهي أقل من (0.05)، كما تؤثر نفس النتيجة القيمة الحرجة (C.R) والتي بلغت (8.65) وهي أكبر

من القيمة الجدولية والبالغة (1.96). لذلك سيتم قبول الفرضية الثالثة والتي تنص على أن وسائل التواصل الاجتماعي ستؤثر بشكل مباشر ومعنوي في استدامة الأعمال. وأخيراً، توضح النتائج وجود تأثير طردي غير مباشر لعمليات إدارة المعرفة في استدامة الأعمال بتوسط (وسائل التواصل الاجتماعي)، وذلك بدلالة قيمة معامل الانحدار التي بلغت (2.301) وهذا التأثير معنوي بدلالة القيمة الاحتمالية والتي بلغت (0.012) وهي أقل من (0.05)، كما تؤثر نفس النتيجة القيمة الحرجة (C.R) والتي بلغت (4.24) وهي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (1.96). بناءً على ذلك، سيتم قبول الفرضية الرابعة من فرضيات الدراسة والتي تنص على أن وسائل التواصل الاجتماعي ستتوسط علاقة تأثير عمليات إدارة المعرفة في استدامة الأعمال.

خامساً. الاستنتاجات والتوصيات والبحث المستقبلي

1. الاستنتاجات: تمثلت أهم الاستنتاجات التي توصل إليها الباحثون بالآتي:

- أ. إن عمليات المعرفة الفعالة مثل، توليد وتخزين ومشاركة وتطبيق المعرفة تعزز من استدامة الأعمال بشكل كبير. حيث إن المنظمات التي تعمل على إدارة مواردها المعرفية بشكل منهجي ستحقق أفضل استدامة من الناحية البيئية والاقتصادية والاجتماعية على المدى البعيد.
- ب. إن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في التوسط بين عمليات إدارة المعرفة واستدامة الأعمال، إذ إن تكامل تقنيات ووسائط التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تسهيل تبادل ومشاركة المعرفة والخبرات وأفضل الممارسات بشكل أكثر كفاءة وأوسع نطاقاً. وبالتالي سيؤدي هذا التأثير إلى تعزيز تأثير ممارسات إدارة المعرفة على نتائج الاستدامة، وتعزيز الابتكار، والاستجابة بسرعة أكبر لتحديات وفرص الاستدامة.
- ج. إن منصات التواصل الاجتماعي تعمل على تعزيز مشاركة وتواصل أصحاب المصلحة من خلال توفير قنوات اتصال فعالة. إذ تتيح هذه المشاركة للمنظمات الاستجابة الفعالة لاحتياجات واهتمامات الزبائن والموظفين، وبالتالي دعم البعد الاجتماعي للاستدامة.
- د. إن المنظمات التي تستفيد من وسائل التواصل الاجتماعي في ممارسات إدارة المعرفة تكون أكثر عرضة للابتكار والحفاظ على المزايا التنافسية. حيث يمكن للتواصل في الوقت الفعلي والمدخلات المتنوعة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي أن تؤدي إلى تطوير منتجات وخدمات وممارسات تجارية أكثر استدامة.
- هـ. إن تكامل عمليات إدارة المعرفة ووسائل التواصل الاجتماعي سيساعد المنظمات من تحديد وتنفيذ الممارسات البيئية المستدامة. حيث يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي نشر المعرفة حول التأثيرات البيئية وأفضل الممارسات، وتشجيع السلوك الأكثر استدامة داخل المنظمة وبين أصحاب المصلحة فيها.

2. التوصيات: في ضوء النتائج النظرية والتطبيقية التي توصلت إليها الدراسة، خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات نذكر منها:

- أ. الاهتمام أكثر بعمليات إدارة المعرفة وضرورة تفعيلها داخل المنظمة.
- ب. تشجيع العاملين بالمنظمة على زيادة معارفهم والسعي إلى اكتسابها سواء من المصادر الداخلية أو الخارجية.
- ج. خلق مناخ مناسب يستطيع العاملون من خلاله ممارسة عمليات إدارة المعرفة بما يساهم في تحسين أدائهم للمهام والوظائف.

- د. تمكين المورد البشري ومنحه فرص من أجل عرض إبداعاته وقدراته المتميزة في العمل كونه المورد الأساسي لعمليات إدارة معرفة.
- ه. الاهتمام أكثر بإشراك العاملين في الندوات والدورات التدريبية ودعم قدراتهم الفردية من أجل تحسين أدائهم.
- و. تشجيع العاملين على نقل معارفهم الضمنية إلى زملائهم داخل المنظمة من أجل الاستفادة أكثر.
- ز. إنشاء مركز الكتروني متخصص وظيفته حصر وظيفة وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة في عمليات إدارة المعرفة لتحقيق استدامة الأعمال في المنظمة.
- ح. ضرورة توعية العاملين بأهمية اكتساب المعرفة وتطويرها في المنظمة.
- ط. توضيح مفهوم استدامة الأعمال للعاملين وأهميته للمنظمة.
- ي. ضرورة الاهتمام بعمليات المعرفة وتوفير البيئة اللازمة الداعمة للمبتكرين وإطلاق العنان للأفكار الجديدة التي ترتقي بمواقع التواصل الاجتماعي في بيئة العمل.
- 3. التوجهات المستقبلية للبحث:** توصي الدراسة بإجراء دراسات طويلة لملاحظة التأثيرات بعيدة المدى لعمليات إدارة المعرفة في استدامة الأعمال. يمكن أن توفر هذه الدراسة نظرة شمولية لتطور الممارسات المستدامة بمرور الوقت في المنظمات، وتبحث أيضاً في الدور الوسيط لوسائل التواصل الاجتماعي. ونوصي أيضاً بإجراء دراسة مماثلة في قطاعات أخرى لمعرفة دور عمليات إدارة المعرفة في تعزيز ممارسات الاستدامة بالتركيز على وسائل التواصل الاجتماعي. كما نوصي أيضاً بإجراء الدراسات الكمية باستخدام أساليب البحث النوعي مثل المقابلات ودراسات الحالة. حيث توفر هذه الأساليب رؤى قيمة حول التفاعلات المهمة بين إدارة المعرفة ووسائل التواصل الاجتماعي واستدامة الأعمال في سياقات تنظيمية محددة.

المصادر

أولاً. المصادر العربية:

1. العشاب إيمان، (2017)، "إدارة المعرفة كمورد في عملية تنمية الموارد البشرية"، الملتقى العلمي الوطني حول أثر إدارة المعرفة في تنمية الموارد البشرية، جامعة دكتور يحي فارس، المدينة، الجزائر.
2. شحاته صالح محمد، (2019)، "توسيط مشاركة المعرفة في العلاقة بين القيادة التمكينية والاداء الابتكاري للعاملين بجامعة المنصورة"، مجلة العلوم التجارية، المجلد 43، العدد 4، مصر.
3. فورة، تهاني زياد كامل، (2012)، "فاعلية إثراء منهاج تكنولوجيا التعليم باستخدام الشبكة الاجتماعية Facebook في تنمية مهارات استخدام الحاسوب والإنترنت لدى الطالبات المعلمات في الجامعة الإسلامية بغزة"، رسالة ماجستير غير منشورة في المناهج وطرق التدريس، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.

ثانياً. المصادر الأجنبية:

1. Abbas, J. (2020). Impact of total quality management on corporate sustainability through the mediating effect of knowledge management. Journal of Cleaner Production, 244, 118806.
2. Al Shraah, A., Abu-Rumman, A., Al Madi, F., Alhammad, F. A. F., & AlJboor, A. A. (2022). The impact of quality management practices on knowledge management

- processes: a study of a social security corporation in Jordan. *The TQM Journal*, 34(4), 605-626.
3. Alghamdi, A. M., Pileggi, S. F., & Sohaib, O. (2023). Social Media Analysis to Enhance Sustainable Knowledge Management: A Concise Literature Review. *Sustainability*, 15(13), 9957.
 4. Bäck, H., Renström, E. A., & Sivén, D. (2021). The social network: how friends' online behavior and belongingness needs influence political activity. *Policy & Internet*, 13(2), 209-232.
 5. Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1991). Multitrait-multimethod matrices in consumer research. *Journal of consumer research*, 17(4), 426-439.
 6. Brill, F., Raco, M., & Ward, C. (2023). Anticipating demand shocks: Patient capital and the supply of housing. *European Urban and Regional Studies*, 30(1), 50-65.
 7. Chaffey, D., Edmundson-Bird, D., & Hemphill, T. (2019). *Digital business and e-commerce management*. Pearson Uk.
 8. Demir, M., & Min, M. (2019). Consistencies and discrepancies in corporate social responsibility reporting in the pharmaceutical industry. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 10(2), 333-364.
 9. Feldt, L. S., & Brennan, R. L. (1989). Reliability. In R. L. Linn (Ed.), *Educational measurement* (pp. 105–146). Macmillan Publishing Co, Inc; American Council on Education
 10. Gebreel, O. S. S., & Shuayb, A. (2022). Contribution of social media platforms in tourism promotion. *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (SINOMICS JOURNAL)*, 1(2), 189-198.
 11. Ibrahim, F., Hussin, M. S., Susanto, H., & Abdullah, N. (2022). Enterprise social media as knowledge management system in higher education institutions (HEIs). In *Digital Transformation Management* (pp. 127-146). Routledge.
 12. Kazimi, A., & Khorshid, S. (2023). The Impact of Knowledge Management Strategies on Organizational Ambidexterity Mediated by Organizational Learning Capability. *Sprink Journal of Arts, Humanities and Social Sciences*, 2(12), 91-103.
 13. Khoa, B., & Hoa, L. (2021). The effect of knowledge management process on the employee commitment: Evidence from digital marketing industry. *Management Science Letters*, Vol. 11, No. 5, PP. 1557-1564.
 14. Kumar, M. (2021). *Knowledge Management: Process and Challenges*. IOSR Journal of Business Management, Vol. 23, No. 5, PP. 72-75.
 15. López, I., Ibarra, E., Matallana, A., Andreu, J., & Kortabarria, I. (2019). Next generation electric drives for HEV/EV propulsion systems: Technology, trends and challenges. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 114, 109336.
 16. Martínez-Navalón, J. G., Gelashvili, V., DeMatos, N., & Herrera-Enríquez, G. (2023). Exploring the impact of digital knowledge management on technostress and sustainability. *Journal of Knowledge Management*, 27(8), 2194-2216.
 17. McHaney, R. (2023). *The new digital shoreline: How Web 2.0 and millennials are revolutionizing higher education*. Taylor & Francis.

18. Morelli, J. (2011). Environmental sustainability: A definition for environmental professionals. *Journal of environmental sustainability*, 1(1), 2.
19. Nawaz Sania., Selva. V. Della., Savino M. Mario., 2015,"Extensive Literature Review to Investigate the Dimensions of Business Sustainability", University of Sannio.
20. Ruggerio, C. A. (2021). Sustainability and sustainable development: A review of principles and definitions. *Science of the Total Environment*, 786, 147481.
21. Shahzad, M., Qu, Y., Zafar, A. U., Rehman, S. U., & Islam, T. (2020). Exploring the influence of knowledge management process on corporate sustainable performance through green innovation. *Journal of Knowledge Management*, 24(9), 2079-2106.
22. Soto-Acosta, P., Popa, S., & Martinez-Conesa, I. (2018). Information technology, knowledge management and environmental dynamism as drivers of innovation ambidexterity: a study in SMEs. *Journal of Knowledge Management*, 22(4), 824-849.
23. Starzyńska, B., Bryke, M., & Diakun, J. (2021). Human lean green method—a new approach toward auditing manufacturing & service companies. *Sustainability*, 13(19), 10789.
24. Sukhdeo Beverley.,2015"A Conscious Leadership Model to Achieve Sustainable Business Practices", Submitted in fulfilment of the requirements for the degree of Doctor in Business Administration to be awarded at the Nelson Mandela Metropolitan University.
25. Thabit, T. H., & Jasim, Y. A. A. (2017). The Role of Social Networks in Increasing the Activity of E-learning. In *Social Media Shaping e-Publishing and Academia* (pp. 35-45) Springer International Publishing.
26. Tur-Porcar Ana., ID, Norat Roig-Tierno., Anna Llorca Mestre.,2018, "Factors Affecting Entrepreneurship and Business Sustainability", Department of Basic Psychology, Universitat de València, 46021 València, Spain.
27. Wu, M. et al. (2016). *Educational measurement for applied researchers*. Singapore: Springer Nature Singapore
28. Wubante, S. M., Tegegne, M. D., Melaku, M. S., Walle, A. D., & Demsash, a. w. (2022). Knowledge sharing practice and its associated factors among health professionals in Ethiopia: Systematic review and meta-analysis. *Informatics in Medicine Unlocked*, Vol. 31 ,PP. 1-6.
29. Zhang, H., Wang, M., & Chen, A. (2023). Empirical investigation of how social media usage enhances employee creativity: the role of knowledge management behavior. *Behavioral Sciences*, 13(7), 601.