

دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية

د. علي عبد الفتاح بن حليم
عضو هيئة تدريس جامعة طرابلس
A.Ben_halim@Uot.edu.ly

د. عبد المولى البشير الاسطى
عضو هيئة تدريس جامعة طرابلس
A.Lusta@Uot.edu.ly

ملخص الدراسة :

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين إدارة المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية، ولتحقيق أهداف الدراسة، أتبع الباحثان المنهج الاستقرائي، حيث تم التركيز على دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية، وتستخلص هذه الدراسة عدداً من الدروس التي يمكن الاستفادة منها في هذا المجال، وتقدم هذه الدراسة مجموعة من النتائج والتوصيات التي يؤمل إتباعها لرفع من مستوى أداء بالمؤسسات، وأهمها أن العديد من المؤسسات تعتبر إدارة المعرفة أعظم عملية إستراتيجية تطورت خلال السنوات الماضية، وإدراك المؤسسات لإمتلاكها أهم الأبعاد الميزة التنافسية، (التكلفة، الجودة، المرونة، والوقت)، يضمن لها أحسن مركز تنافسي.

كلمات مفتاحية: إدارة المعرفة ، الميزة التنافسية .

Abstract:

The study aimed to identify the nature of the relationship between knowledge management and achieving competitive advantage. To achieve the objectives of the study, the researchers followed the inductive approach, focusing on the role of knowledge management in achieving competitive advantage. This study extracts a number of lessons that can be learned in this area. This study presents a set of findings and recommendations that it is hoped to follow to raise the level of performance of institutions. The most important of which is that many institutions consider knowledge management the greatest strategic process that has evolved over the past years. The institutions' awareness of having the most important dimensions of competitive advantage (cost, quality, flexibility, and time), guarantees them the best competitive position.

Key words: knowledge management, competitive advantage.

1. المقدمة:

تواجه المؤسسات المعاصرة العديد من التحديات نتيجة التطورات الدولية والمحلية، والتي باتت جميعها تشكل واقعاً جديداً، يفرض علينا ضرورة إعادة النظر في كافة مكوناتها وأساليب ممارستها، فهناك عوامل كثيرة من حولنا تعكس التغيير، فإدارة اليوم إدارة تغيير وإبداع وابتكار ومعرفة.

أصبحت المنظمات الكبيرة أكثر تنبهاً لأهمية المعرفة من أجل الكفاءة والقدرة التنافسية، وهذا يمثل قبول عام بأن الميزة التنافسية المستدامة في القرن الحادي والعشرين سيتم تحقيقها من خلال KM (Halawi, Aronson, & McCarthy, 2005).

تتمثل المشكلة الأساسية في تبني مبادرات إدارة المعرفة في الإعداد الأولي للمنظمة لقبول عمليات إدارة المعرفة الجديدة واعتمادها واستخدامها، ويعني ذلك إعداد المنظمة لمبادرات إدارة المعرفة تغيير الثقافة التنظيمية أو تكييفها لتسهيل ودعم وتشجيع تبادل المعرفة واستخدامها، ستؤدي "ثقافة المعرفة" الناتجة إلى زيادة الميزة التنافسية المحققة من أي عملية لإدارة المعرفة، (Walczak, 2005). لقد أصبح العنصر البشري هو الأساس في عصر إدارة المعرفة، ولتحديد إدارة المعرفة، يجب وضع تعريف للمعرفة أولاً، يعرف قاموس أكسفورد (2012) المعرفة بأنها:

1. "حقائق، معلومات، ومهارات مكتسبة من خلال الخبرة أو التعليم، الفهم النظري أو العملي للموضوع".

2. "الوعي أو الألفة المكتسبة من خلال تجربة حقيقة أو موقف"، هذه التعريفات هي بداية جيدة لوجهة نظر الأعمال وسيتم استخدامها لزيادة تعريف إدارة المعرفة، إضافة إدارة المعرفة هي أن المعرفة يتم تنظيمها وإدارتها من أجل استخدامها داخل المنظمة وأحياناً حتى بين المنظمات، (Subramani & Venkatraman, 2003)، علاوة على ذلك، أن يكون لهذه المعرفة أفضل الممارسات لكل شيء من أجل زيادة الكفاءة والفعالية، ستكون إدارة المعرفة على النحو التالي: "تقاسم المعرفة حول أفضل الممارسات للمهام، من أجل تحقيق أقصى قدر من الكفاءة والفعالية في جميع العمليات في المنظمة" (van Buuren).

وهناك العديد من الطرق لنقل المعرفة، مثل الإنترنت وأنظمة الاتصالات العالمية، ولكن تشمل أيضاً التواصل المباشر، يحظى المشروع بدعم والتزام المديرين في المنظمة، وأن تكون ثقافة منظمة موجهة نحو المعرفة، يلتزم المديرين بـ "أعمال المعرفة"، والشعور بكيفية استخدام العميل للمعرفة، والعوامل البشرية التي ينطوي عليها انشاء المعرفة هي الأكثر أهمية لإدارة المعرفة الفعالة، (Davenport, De Long, & Beers, 1998).

تتطلب إدارة المعرفة أن تحدد المنظمات والمؤسسات المعرفة، وتحدد قواعد المعرفة الحالية، وتوفر آليات لتعزيز انشاء المعرفة ونقلها، (Wright, Dunford, & Snell, 2001).

التطوير وممارسة إدارة المعرفة (KM) مستمر وبشكل كبير في المنظمات والمؤسسات المالية، وخصوصاً المصارف التجارية، وبسبب التحسينات في (KM)، يزيد سباق البحث عن ميزة تنافسية من خلال المعرفة بمعدل أسرع، (Halawi et al., 2005).

إن الغرض من إدارة المعرفة، هو الاستفادة من الأصول الفكرية للمنظمة في الحفاظ على الميزة التنافسية، (Halawi et al., 2005)، ويكمن توضيح مراحل دورة إدارة المعرفة من ست مراحل:

1. إجراء تدقيق المعرفة، 2. انشاء المعرفة، 3. التقاط المعرفة، 4. تخزين المعرفة، 5. استخدام المعرفة، 6. المراجعة تم تطوير المعرفة، (Misra, 2007).

ومن هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة في محاولة للتعرف على دور إدارة المعرفة، والتعرف على العلاقة بين إدارة المعرفة والميزة التنافسية.

2. الدراسات السابقة :

1. دراسة، داسي (2012):

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهمية إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، في المصارف الحكومية السورية، واستهدفت الدراسة المدراء في الإدارة العليا، تم تجميع البيانات عن طريق أداة الاستبيان خصص منها الجزء الأول لإدارة المعرفة تكون من ستة متغيرات، بينما الجزء الثاني تحقيق الميزة التنافسية وتمثل في خمس متغيرات، وتوصلت الدراسة لأهم النتائج عن وجود علاقة معنوية بين إدارة المعرفة والميزة التنافسية .

2. دراسة، بو زناق (2013):

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهمية إدارة المعرفة ومساهمتها في بناء وتفعيل الاستراتيجية التسويقية في الصناعة، وكذلك إبراز أهم عملية من عمليات إدارة المعرفة التي تساهم في بناء أهم الاستراتيجية التسويقية، وقد توصلت إلى عدة نتائج أهمها أن تبني مجمع صناعة صيدال للمدخل المعرفي يساهم في تفعيل الاستراتيجية التسويقية بشكل إيجابي.

3. دراسة، عبد الغفور (2015):

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه متطلبات إدارة المعرفة في الجامعات الفلسطينية لخلق ميزة تنافسية لها في قطاع غزة، في حين توصلت إلى أهم النتائج بأن الجامعات تعمل على توفير متطلبات إدارة المعرفة في مجموعة من الأبعاد، على الترتيب، القوى البشرية ، الثقافة التنظيمية ، تكنولوجيا المعلومات والقيادة التنظيمية ، كذلك أثبتت الدراسة وجود علاقة قوية بين متطلبات إدارة المعرفة والميزة التنافسية.

4. دراسة، المائل و المائل (2020):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير إدارة المعرفة في الابداع الإداري لدى الموظفين العاملين بجامعة المرقب، تم استخدام المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج، أن درجة الممارسة لكل أبعاد متغير إدارة المعرفة (البيانات، المعلومات، المعرفة الضمنية، المعرفة الصريحة، البنية التحتية)، كانت

متوسطة في مجمل أبعاد متغير الابداع الإداري، وكذلك أظهرت النتائج أنه يوجد أثر إيجابي لمتغيرات إدارة المعرفة بأبعادها الأساسية في الابداع الإداري، وكانت من ضمن توصيات ضرورة الاعتماد على الطرق العلمية المناسبة للكشف عن المعرفة وزيادة الاهتمام بالتكنولوجيا الحديثة.

5. دراسة، أبو حنيك (2020):

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام إدارة المعرفة (ابتكار المعرفة، تنظيم المعرفة، اكتساب المعرفة، تخزين المعرفة)، على تنمية الرأسمال البشري، وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، أظهرت الدراسة أن مستوى تنظيم المعرفة كان مرتفعاً، وأوضححت الدراسة أن مستوى اكتساب المعرفة كان مرتفعاً، وكذلك أن مستوى تخزين المعرفة كان مرتفعاً.

6. دراسة، شنيبة، والاسطى (2020): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تقييم حواجز تبادل المعرفة على عملية تبادل المعرفة في ظل بيئة المؤسسات الحكومية الليبية، وأهم العوائق التي يجب تقييمها: (ثقافة الأفراد، الثقافة التنظيمية، تقنية المعلومات)، من خلال مقارنة الدراسات السابقة كونها من المعوقات المشاركة للمعرفة الشائعة، وتم تحديد ثلاث فرضيات تم إثباتها حول عدم تأثير هذه المعوقات على مشاركة المعرفة داخل المؤسسات الحكومية الليبية.

3. التعقيب على الدراسات السابقة:

واعتمدت هذه الدراسة في توضيح كيفية مساهمة إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية تشابهت دراسة (دراسي، 2012)، في كونها درست العلاقة الارتباطية بين متغير إدارة المعرفة ومتغير الميزة التنافسية، واختلفت عن دراستنا في دراستها للمنهج الوصفي التحليلي، وقد توصلت إلى وجود علاقة معنوية بين إدارة المعرفة والميزة التنافسية، إذ حققت نتيجة الارتباط ما نسبته (54.6%)، بينما هذه الدراسة أتبعته المنهج الإستقرائي.

وقد اختلفت دراسة (بوزناق، 2013) عن دراستنا في دراستها للمتغير التابع مساهمتها في بناء وتفعيل الاستراتيجية التسويقية في الصناعة، وقد توصلت إلى للمدخل المعرفي يساهم في تفعيل الاستراتيجية التسويقية بشكل إيجابي.

وقد اختلفت دراسة (عبد الغفور، 2015) عن دراستنا في دراستها لدور توفير متطلبات إدارة المعرفة في الجامعات، أما دراستنا فركزت عن كيفية مساهمة العمليات الجوهرية لإدارة المعرفة في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسات، في حين أثبتت الدراسة عن وجود علاقة قوية بين متطلبات إدارة المعرفة والميزة التنافسية.

وقد اختلفت دراسة، (المائل والمائل، 2020)، كونها ركزت تأثير إدارة المعرفة في الابداع الإداري لدى الموظفين العاملين بجامعة المرقب، وكذلك أظهرت النتائج أنه يوجد أثر إيجابي لمتغيرات إدارة المعرفة بأبعادها الأساسية في الابداع الإداري، واختلف مع هذه الدراسة في أبعاد المتغير إدارة المعرفة.

في حين تتفق هذه الدراسة مع دراسة، أبو حنيك (2020)، في كونه استخدمت نفس الأبعاد لإدارة المعرفة، (ابتكار المعرفة، تنظيم المعرفة، اكتساب المعرفة، تخزين المعرفة)، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى تخزين المعرفة كان مرتفعاً.

واختلفت هذه الدراسة مع دراسة، شنيبة، والاسطى (2020)، حيث ركزت على تقييم حواجز تبادل المعرفة على عملية تبادل المعرفة في ظل بيئة المؤسسات الحكومية الليبية، وتوصلت الدراسة بعدم تأثير هذه المعوقات على مشاركة المعرفة داخل المؤسسات الحكومية الليبية.

ووتتفق الدراسة مع ما أكد عليه (خليل، 1998)، في تعريفه على أنها، ميزة أو عنصر تفوق للمؤسسة يتم تحقيقه في حالة اتباعها لإستراتيجية معينة للتنافس.

وهذا يتشابه مع كل من ((Juran and Mercedes, 2006))، بأن مدخل القيمة لإدارة المعرفة كبعد للإستراتيجية التنافسية، ويعتبر المعرفة جوهر الإستراتيجية ومصدراً للتفوق التنافسي، وهذا ما أشارت إليه اللجنة الاقتصادية والاجتماعية، إلا أن المؤسسات التي تستخدم المعرفة على أحسن وجه تمتلك الميزة التنافسية.

4. مشكلة الدراسة :

يتمثل جوهر إدارة المعرفة (KM) في توفير استراتيجيات لتوصيل المعرفة المناسبة إلى الأشخاص المناسبين في الوقت المناسب والتنسيق الصحيح، تستند إدارة المعرفة إلى فكرة أن الموارد الأكثر قيمة للمنظمة هو معرفة أفرادها، (Report, 2008)، رغم وجود البحوث والدراسات التي تسعى على نشر مفهوم إدارة المعرفة وكيفية تطبيقها في منظمات الأعمال، إلا أنه لا تزال البحوث والدراسات وتطبيقات لهذا المفهوم في منظمات الأعمال وبخصوص الدول النامية "دولة ليبيا"، تكون محددة وغير كافية، وقد يوجد بعض الغموض لمفهوم العمليات التنفيذ لبرامج إدارة المعرفة.

فأن هذه الدراسة تسعى إلى الاجابة على السؤال التالي: ما هو دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة

التنافسية؟

5. أهداف الدراسة : تهدف هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على:

1. أهمية إدارة المعرفة في مواجهة التحديات المتمثلة في الادارة الحديثة والتحول في اقتصاديات الصناعة وظهور المنظمات الرقمية.
2. تهدف الدراسة على دور إدارة المعرفة في تحسين وتعزيز الميزة التنافسية.
3. تهدف الدراسة إلى قياس وفحص الواقع الحالي لإدارة المعرفة.
4. التعرف على طبيعة العلاقة بين إدارة المعرفة والميزة التنافسية.
5. تقديم التوصيات اللازمة لتعزيز دور إدارة المعرفة في تطوير وتعزيز الميزة التنافسية.

6. أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة للتعرف على مفهوم وأهداف وتطبيقات إدارة المعرفة من الأدب الحديث والدراسات حول موضوع الدراسة، والتي تمكن القاري والباحثين وصنع القرار، بالتعرف على نتائج هذه الدراسة والاسترشاد بها في تطوير الأعمال، والتي لها دور كبير في مجال النمو الاقتصادي في المؤسسات والمنظمات.

7. منهج الدراسة :

انطلاقاً من مشكلة الدراسة وأهدافها فإن المنهج المتبع في هذه الدراسة هو المنهج الإستقرائي وذلك من خلال الإطلاع على الكتب والمراجع والمقالات العلمية والدراسات السابقة، وغيرها من المصادر ذات الصلة بأدبيات الموضوع.

8. مصطلحات الدراسة:

استخدمت لأغراض الدراسة التعريفات الإجرائية الآتية:

(1.8) إدارة المعرفة: يعرفها الباحثان إجرائياً من خلال هذه الدراسة بأنها: مجموعة من العمليات توليد وتخزين وتطبيق ونشر المعرفة، ومصدر أساسي للميزة التنافسية في المؤسسات والمنظمات.

(1.1.8) اكتساب المعرفة: يعرفها الباحثان إجرائياً من خلال هذه الدراسة بأنها: مدى توافر والإمكانات البشرية والبيئة المناسبة التي تحفز وتدعم نشاطات اكتساب وتوليد المعرفة.

(2.1.8) تخزين المعرفة: يعرفها الباحثان إجرائياً من خلال هذه الدراسة بأنها: تنظيم المعرفة تحت تصنيفات ملائمة من أجل تسهيل عملية الاسترجاع، وغالباً ما يكون للمعرفة معنى حينما يتم ترميزها وتصنيفها حسب النوع والمحتوى والغرض منها، وتخزينها بطريقة تجعلها قابلة للاستخدام في الوقت المناسب، وكذلك تجعلها قابلة لإعادة الاستخدام عند الحاجة إليها في المؤسسات والمنظمات.

(3.1.8) نشر المعرفة: يعرفها الباحثان إجرائياً من خلال هذه الدراسة بأنها : تبادل المعرفة بحيث أن اقتصرها على موظفين وفتات معينة يفقد الإدارة قيمتها، والغرض من إيصال المعارف لكل الموظفين في المؤسسات والمنظمات، وتوفير المعرفة الصحيحة للشخص الصحيح في الوقت الصحيح يعتبر جوهر عملية التوزيع .

(4.1.8) تطبيق المعرفة: يعرفها الباحثان إجرائياً من خلال هذه الدراسة بأنها: مدى استخدام المؤسسات والمنظمات تطبيقات المعرفة على أحسن وجه ويتحقق ذلك من خلال توافر الإمكانيات البشرية والامكانيات التقنية.

2.8) الميزة التنافسية: يعرفها الباحثان إجرائياً من خلال هذه الدراسة بأنها: مدى التفوق الذي تحصل عليه المؤسسات والمنظمات، في شكل إضافة قيمة لدى العملاء، بإضافة قيمة تلي احتياجاتهم وتضمن ولائهم والمحافظة عليهم، وتدعم وتحسن سمعة مؤسساتهم في أفكارهم.

1.2.8) التكلفة: يعرفها الباحثان إجرائياً من خلال هذه الدراسة بأنها: تنافسية التكلفة وهي تعبر عن هيكلية الأسعار أو التكاليف، والتي تحظى بها المؤسسات والمنظمات، ما يقارنته مع المصارف المنافسة الأخرى

2.2.8) الجودة: يعرفها الباحثان إجرائياً من خلال هذه الدراسة بأنها: مدى قدرة المؤسسات والمنظمات على تقديم السلع والخدمات ذات جودة عالية، وملائمة لأذواق العملاء وتلي حاجاتهم ورغباتهم.

3.2.8) الوقت: يعرفها الباحثان إجرائياً من خلال هذه الدراسة بأنها: قدرة حصول العملاء على السلع والخدمات أكثر سهولة وفي الوقت المناسب.

4.2.8) المرونة: يعرفها الباحثان إجرائياً من خلال هذه الدراسة بأنها: مدى قدرة المؤسسات والمنظمات على تنويع منتجاته من السلع والخدمات وتسويقها في الوقت المناسب الذي يحقق طلبات وحاجات العملاء.

5.2.8) الابداع: يعرفها الباحثان إجرائياً من خلال هذه الدراسة بأنها: تقديم السلع والخدمات بأساليب متطورة وتستجيب لرغبات وحاجات العملاء، بالمؤسسات والمنظمات.

9. الاطار النظري:

1.9) مفهوم إدارة المعرفة : نستطيع القول إنه من الصعب إيجاد مفهوم واحد لإدارة المعرفة، إلا أن الفكرة الجوهرية لإدارة المعرفة تتلخص بعمليات استقطاب المعرفة، تكوين المعرفة، المشاركة بالمعرفة، تخزين وتوزيع المعرفة وإدارة التعاضد الاستراتيجي بين رأس المال الفكري والتكنولوجيا المعلومات لهدف تحقيق ميزة التنافسية المؤكدة للمنظمة.

حيث تبرز في المنظمة القادرة على توليد المعرفة فهي " مصدر أساسي للقيمة المضافة ونوع من الميزة التنافسية وسوق رئيسي لأعمال المنظمة، ونشاط مهم يتخلل كل جانب فيها، ومستخدموها ذوو مؤهلات عالية وثقافة راقية فهم صناع المعرفة. (العمري، 2004).

أي إن إدارة المعرفة تهتم باستثمار الأصول المعرفية أو الرأس المال الفكري واكتشاف القيم المخفية وغير الملموسة الأصول الإنسانية والفكرية في المنظمة.

ويعرفها (العمري، 2004)، إدارة المعرفة بأنها " الاستراتيجيات والتراكيب التي تعظم من الموارد الفكرية والمعلوماتية، من خلال قيامها بعمليات شفافة وتكنولوجية تتعلق بإيجاد وجمع ومشاركة وإعادة تجميع

وإعادة استخدام للمعرفة بهدف إيجاد قيمة جديدة من خلال تحسين الكفاءة والفعالية الضرورية والتعاون في عمل المعرفة لزيادة الابتكار واتخاذ القرار.

ويعرفها (الملكاوي، 2006)، بأنها تخطيط وتنظيم ورقابة وتنسيق وتوليف المعرفة وكافة الأمور المتعلقة برأس المال الفكري والعمليات والقدرات والإمكانات الشخصية والتنظيمية لتحقيق أكبر ما يمكن من التأثير الإيجابي في الميزة التنافسية التي تسع إليها المنظمة، بالإضافة إلى العمل على إدامة المعرفة واستغلالها ونشرها واستثمارها وتوفير التسهيلات اللازمة لها.

ويعرف الباحثان إدارة المعرفة من خلال اجراءات العمل تتمثل في اكتساب وتوليد وتخزين ونشر وتوزيع وتطبيق المعرفة في المؤسسات والمنظمات بهدف إضافة قيمة للأعمال وذلك لتحقيق.

2.9) مفهوم التنافسية وخصائصها:

أ- مفهوم التنافسية: لقد تعددت التعاريف لهذا المصطلح ونكر منها:

يقصد بالتنافسية : الجهود والإجراءات والابتكارات والضغوط وكافة الفعاليات الإدارية والتسويقية والإنتاجية والتطويرية التي تمارسها المؤسسات.

عرفها (جياوي، 2013) هي "العملية التي يكافح فيها كيان ما، للتفوق على آخر وهذا الكيان يمكن أن يكون شخصاً أو مؤسسة أو دولة، والهدف هو الفوز، ولكي تكون المؤسسة منافسة ينبغي عليها أن توافر فيه مجموعة من العناصر مثل القدرة والرغبة في الفوز والولاء أو الالتزام وتوفير الموارد المحددة".

وتعرف التنافسية أيضا على أنها: "القدرة على الصمود أمام المنافسين، بغرض تحقيق الأهداف من ربحية، ونمو، واستقرار، وتوسع، وابتكار، وتجديد".

ويعرفها (سويسي والحفاجي، 2015)، بأنها "قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط".

ويعرف الباحثان الميزة التنافسية: وهي مدى القدرة المستمرة على مواجهة مختلف مصادر المنافسة في ظل بيئة متغيرة، مما يستوجب تحقيق الميزة التنافسية التي تجعل الحفاظ على هذه القدرة التنافسية واستمرارها.

ب- خصائصها: تتميز التنافسية الآتية:

1. التحول من الميزة النسبية إلى الميزة التنافسية.
2. سرعة الانتشار الجغرافي لظاهرة الرواج والكساد.
3. التحول من المنافسة المحلية إلى المنافسة العالمية.
4. اتساع انتشار التحالفات الإستراتيجية.
5. تنشأ التنافسية من خلال تطوير المنتجات والخدمات الجديدة، فمجرد قيام منظمة ما بإطلاق منتج جديد في السوق، تتسابق المنظمات الأخرى إلى محاكاتها، مما يشكل خطراً حقيقياً عليها.

3.9 مفهوم الميزة التنافسية وخصائصها:

تتضمن القدرة التنافسية كل من : الاستعداد، المواجهة، المنافسة، البيع الناجح، التفوق ونظراً لتزايد حدة المنافسة أصبح تعزيز القدرة التنافسية يمس جانبيين، الأول هو التميز على المنافسين والثاني القدرة على التأثير واستقطاب ميول العملاء.

يعرف د. علي السلمي، الميزة التنافسية بأنها "مجموعة المهارات والتكنولوجيات والموارد والقدرات التي تستطيع الإدارة تنسيقها واستثمارها(نيفين حسين،2010).

10. تطبيق المعرفة وعلاقة بالميزة التنافسية:

أظهرت الدراسة التي قام بها كل من (Juran and Mercedes;2006) أن تطبيق أبعاد إدارة المعرفة في المؤسسات والمنظمات، تؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية، من خلال تمكين المؤسسات والمنظمات من تصميم واعداد استراتيجية تنافسية مناسبة، والمعتمدة على العناية والاهتمام بمبادئ المعرفة الإستراتيجية، التي تصبح فيها إدارة المعرفة مسألة إستراتيجية وما تحققه من دعم مباشر للإستراتيجية التنافسية للمؤسسة، كما أن التركيز على المسألة التي تشير إلى أن الإستراتيجية وإدارة المعرفة يأتيان معا في خط متوازي، ومن مفهوم حقيقة الطبيعة الإستراتيجية للمعرفة نفسها.

وكما يشير آخرون بأن الربط بين إدارة المعرفة والإستراتيجية التنافسية يحمل في حقيقة فوائده إستراتيجية مهمة، وأن التطبيق الجيد والمناسب للربط بين إدارة المعرفة والإستراتيجية التنافسية سيقود إلى تحقيق الميزة التنافسية.

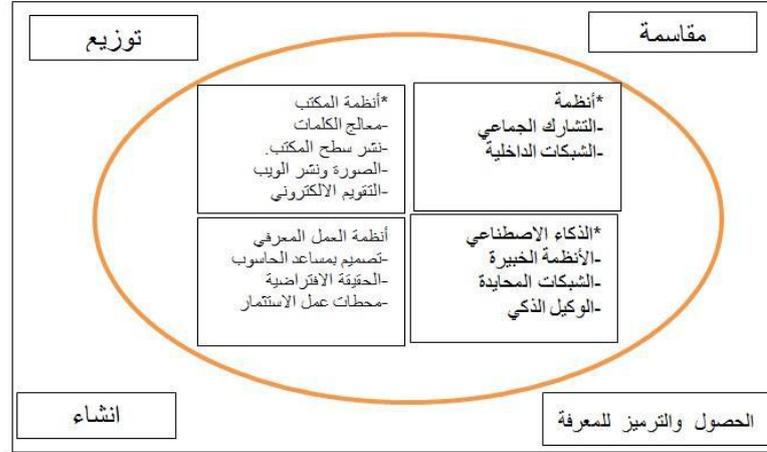
11. إدارة المعرفة والاستراتيجية:

حيث يرى (نجم،2004)، إن مؤسسات المعرفة التي تعتبر المعرفة مورداً أساسياً، وأصلاً رئيسياً من أصول المؤسسات، كما تعتمد على المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية، ومن أجل تحقيق ذلك فإن المؤسسات لا بد من تتمتع برؤية استراتيجية للمعرفة، سواء في انشاء المعرفة عن طريق مصادرها الداخلية، أو استقطاب المعرفة والحصول عليها من المصادر الخارجية، أو في تقاسم المعرفة أو في توظيفها بما يقلص فجوة المعرفة في المؤسسة.

12. عملية إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات:

ويضيف نجم،(2014)، عملية إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات بأن هناك من يرى أن عمليات المعرفة مرتبطة بتكنولوجيا المعلومات، فهذه (الاستقطاب على المعرفة وترميزها، تقاسم المعرفة، وانشاء المعرفة)، وكذلك في عملية انشائها، واشكل (1-1)، يوضح هذه المكونات والامكانيات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات في كل مرحلة من مراحلها.

الشكل رقم (1-1) عملية إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات



13 . النتائج والتوصيات

1.13 نتائج الدراسة: استناداً على ما تم استعراض من أدبيات الدراسة نستنتج الآتي:

1. أن المعرفة هي شيء غير ملموس ذو أهمية يمتلكه الأفراد.
2. المعرفة الضمنية لها أهمية كبيرة في تحسين الميزة التنافسية.
3. أن العديد من الإدارات اعتبرت إدارة المعرفة أعظم عملية إستراتيجية تطورت خلال السنوات العشرين الماضية.
4. أن إدارة المعرفة عبارة عن مجموعة من العمليات المتكاملة والمستمرة فيما بينها، (توليد، تخزين، نشر، وتطبيق) .
5. الميزة التنافسية هي كل خاصية سعت إليها المؤسسات بوضع استراتيجيات ومجهودات قصد امتلاكها.
6. وعي المؤسسة وامتلاكها لأهم أبعاد الميزة، (التكلفة، الجودة، المرونة، الوقت) يضمن لها أحسن مركز تنافسي.

2.13 توصيات الدراسة:

من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة تقدم مجموعة من التوصيات التي يؤمل من متخذي القرار إتباعها لتحقيق النتائج المطلوبة بكفاءة وفعالية وصولاً لتحقيق الميزة التنافسية، وهذه بعض التوصيات تتمثل في الآتي:

1. ضرورة العمل على استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات.
2. السعي الدائم إلى اكتساب المعرفة التي تلبي الاحتياجات الإستراتيجية والتنافسية والوظيفية، القادرة على تحقيق عمليات التعلم، والعمل على نشر المعرفة اللازمة والكافية وفي التوقيت المناسب إلى جميع الأطراف ذات العلاقة.
3. استحداث إدارة المعرفة في المؤسسات والمنظمات لتتشارك مع تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.
4. هناك حاجة ماسة لفهم ونشر المعرفة، ودراسة مفهوم وخصائص الميزة التنافسية في المؤسسات، وخاصة مع التطورات السريعة التي تحدث في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- 5- توصي هذه الدراسة الى اجراء دراسات مستقبلية باستخدام المنهج الوصفي التحليلي في البيئة الاعمال الليبية .

قائمة المراجع

أولاً : المراجع العربية:

1. نجم، عبود نجم،(2004) الإدارة الإلكترونية، الاستراتيجيات والوظائف والمشكلات، دار المريخ، الرياض، المملكة العربية السعودية.
2. عبد الغفور، صالح عبد الحكيم(2015)، متطلبات إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية في جامعات قطاع غزة، "رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا، برنامج القيادة والإدارة، جامعة الأقصى، غزة."
3. بوزناق، حسن(2013)، إدارة المعرفة ودورها في بناء الاستراتيجيات التسويقية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، الجزائر.
4. الملكاوي، ابراهيم الخلوف،(2006)، إدارة المعرفة: الممارسات والمفاهيم، مؤسسة الوراق، ص 74، عمان، الأردن.
5. العمري، غسان إبراهيم(2004)، الاستخدام المشترك لتكنولوجيا المعلومات وإدارة المعرفة لتحقيق قيمة عالية لأعمال البنوك التجارية الأردنية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان للدراسات العليا، عمان، الأردن.
6. رزيقة مجاوي،(2013)، الإبداع كمدخل لاكتساب ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مسيلة، الجزائر.
7. سويس، عز الدين علي، الحفاجي، نعمة عباس،(2015)، الميزة التنافسية وفق منظور استراتيجيات التغيير التنظيمي، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

8. داسي، وهيبية حسين (2012)، إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة تطبيقية في المصارف الحكومية السورية، مجلة الباحث، العدد 11، الجزائر.
9. اليقر، عمر (2001)، العولمة وقضايا اقتصادية معاصرة، الدار الجامعية، مصر.
10. السلمي، على (2001)، إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية، دار الغريب للنشر، مصر.
11. العهيبار، فلة، (2005)، "دور الجودة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة"، رسالة ماجستير غير منشورة، إدارة أعمال، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.
12. خليل، نبيل مرسي، (1998) الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر.
13. شمت، نيفين حسين، (2010) التنافسية الدولية وتأثيرها على التجارة العربية والعالمية، دار التعليم الجامعي، مصر.
14. دراسة، المائل، عبد السلام محمد، والمائل، عبد الكريم مفتاح، (2020) مدى تأثير إدارة المعرفة على الإبداع الإداري دراسة ميدانية على عينة من موظفي الإدارة العامة بجامعة المرقب، مجلة التخطيط والتنمية العدد الثامن للسنة الثامنة يونيو، www.insplan.org.ly
15. دراسة، بو حنيك، أمين علي، (2020)، أثر استخدام إدارة المعرفة في تنمية رأس المال البشري دراسة ميدانية على إدارة فروع المنطقة الوسطى لمصرف الجمهورية، مجلة التخطيط والتنمية العدد الثامن للسنة الثامنة يونيو، www.insplan.org.ly
16. دراسة، شنيبة، هشام محمد، الاسطى، عبد المولى البشير، (2020)، تقييم حواجز تبادل المعرفة في المؤسسات الحكومية الليبية، مجلة التخطيط والتنمية العدد الثامن، للسنة الثامنة يونيو www.insplan.org.ly

ثانياً : المراجع الأجنبية:

1. Davenport, T. H., De Long, D. W., & Beers, M. C. (1998). Successful knowledge management projects. Sloan management review, 39(2), 43-57.
2. Halawi, L. A., Aronson, J. E., & McCarthy, R. V. (2005). Resource-based view of knowledge management for competitive advantage. The electronic journal of knowledge management, 3(2), 75.
3. Misra, D. (2007). Ten guiding principles for knowledge management in e-government in developing countries. Paper presented at the First international conference on knowledge management for productivity and competitiveness.
4. Report, U. N. (2008). UN E-Government Survey 2008: From E-Government to Connected Governance: UN White paper.
5. van Buuren, R. Knowledge Management as Competitive Advantage.
6. Walczak, S. (2005). Organizational knowledge management structure. The Learning Organization, 12(4), 330-339. doi: 10.1108/09696470510599118
7. Wright, P. M., Dunford, B. B., & Snell, S. A. (2001). Human resources and the resource based view of the firm. Journal of management, 27(6), 701-721.
8. Juan, C. & Mercedes (2006), Strategic knowledge transfer and its implication for competitive advantage, Journal of knowledge management. vol 10, no 04.