

Bibliographie :

1. Amable Bruno, Askenazy Philippe, « Introduction à l'économie de la connaissance », Contribution pour le rapport UNESCO Construire des sociétés du savoir
2. Balland Stéphane, Bouvier Anne-Marie (2011), « management des entreprises en 24 fiches », Dunod, Paris
3. Brilman Jean, Hérard Jacques (2006) « les meilleures pratiques de management », édition d'Organisation, Paris
4. Commissariat général au plan (2001), « économie de la connaissance », document de synthèse des travaux du séminaire d'experts (consultable sur <http://www.plan.gouv.fr/>)
5. Commissariat général au plan (2003), « la France dans l'économie du savoir », la documentation française
6. Harvey Jean-François (2010) « comment favoriser le partage des connaissances ? le cas des communautés de pratique pilotés », revue de gestion, 20104/, vol.35, PP7380-
7. Jérôme vicente, « économie de la connaissance »,
8. Kendel Hayet, « mobilité des compétences et gestion des connaissances en Algérie », communication
9. Mbengue ABabacar (2004) « management des savoirs », revue française de gestion, 20042/, n°149, PP1331-
10. Ministère de l'industrie, de la petite et moyenne entreprise et de la promotion de l'investissement, Direction générale de l'intelligence économique, des études et de la prospective (2010) « manuel de formation en intelligence économique en Algérie »
11. Nonaka Ikujiro, Konnon Noboru (1998) "the concept of 'Ba': Building a foundation for knowledge creation", California management review, vol.40, n°3, PP40-54

- Bâtir une culture qui favorise l'innovation, l'apprentissage et la culture du partage des savoirs, et mettre en place des mécanismes de récompense appropriés ;
- Mettre en place une infrastructure technologique minimale comprenant les éléments de base d'un système d'information : un intranet, un groupware, des logiciels de simulation, d'analyse des données, de gestion documentaire..etc.

Conclusion :

L'entrée dans l'économie de la connaissance se traduit par la nécessité pour les auteurs, d'exploiter de façon plus efficace les connaissances et les compétences. Dans l'économie de la connaissance, toute réalisation est collective, alors pour encourager la création, la valorisation et la diffusion des connaissances et compétences, il faut intensifier les interactions et la coopération au sein des organisations, ainsi qu'entre les organisations, quelles soient publiques ou privées, notamment au travers du dialogue social. Il faut intensifier les investissements dans la connaissance ; sensibiliser tous les acteurs à la nécessité de créer et de partager les connaissances ; mobiliser les moyens nécessaires à l'éducation, à la formation, à la recherche, et à l'innovation, ainsi que la diffusion des technologies de l'information et de la communication.

façons de faire est recommandée, c'est de cette manière qu'on comprend mieux la besoin et la nécessité de partager des connaissances ;

- Accorder du temps pour établir des liens avec les sources de connaissances : une organisation apprenante doit prévoir du temps pour la réflexion, l'analyse, le partage et l'apprentissage. Il est possible d'envisager certaines initiatives pour établir plus facilement des liens avec des sources de connaissances nouvelles, par exemple, en faisant appel à des personnes ayant une grande expérience qui peuvent dire avec exactitude qui sait quoi et ainsi mettre rapidement en contact un individu avec la source de connaissance qu'il lui faut ;
- Acquérir l'habitude ou le réflexe de partager les connaissances : il a été démontré que les personnes ayant un faible statut et peu de pouvoir ont tendance à diriger l'information vers des personnes ayant un statut et un niveau de pouvoir plus élevés, alors que ces dernières ont tendance à diriger l'information vers leur paires. On peut donc, s'attendre à ce qu'une communauté de pratique réunissant des membres centrés sur les opérations ait moins l'habitude d'un partage des connaissances entre eux. Ce qui amène à croire que les perceptions, et l'acquisition du réflexe, par rapport au partage des connaissances peuvent s'avérer différentes. Le responsable d'une communauté pratique doit prendre en considération ces divergences, il devrait améliorer chez les membres ce réflexe du partage de connaissance. En les poussant à échanger leurs idées, ils s'apercevront rapidement qu'ils font face à des enjeux similaires et prendront conscience de la nécessité de partager leurs connaissances ;
- Promouvoir l'importance du partage des connaissances : Block et Kim ont montré que plus un individu prend conscience du fait qu'il peut apporter une contribution à la performance de son organisation, plus il est incité à partager ses connaissances. Bien évidemment, la promotion du partage des connaissances ne peut être le travail d'une seule personne, d'une seule équipe ou d'un seul service. Partout dans l'organisation, des personnes habilitées issues de différents niveaux hiérarchiques doivent communiquer les bénéfices du partage de la connaissance.

Selon Skyrme, pour accroître les chances des programmes de management des savoirs, il est important de:

- Disposer d'un leader responsable du programme qui fixe l'agenda, motive les troupes et crée le mouvement ;
- Avoir le soutien total et actif de la direction générale ;
- Parvenir à établir un lien direct entre les savoirs et le résultat de l'entreprise en créant au besoin de nouvelles mesures de performance. Il faut aussi établir un système de reconnaissance et de récompense du savoir ;

connaissances et leur expertise dans ce domaine en interagissant sur une base continue. on reconnaît une communauté de pratique à sa structure de base, qui représente la combinaison unique de trois éléments fondamentaux : un domaine d'expertise définissant un ensemble d'enjeux, une communauté de personnes qui se sent interpellée par ce domaine d'expertise ainsi qu'une pratique partagée que ces personnes développent pour être efficaces dans le cadre de leur domaine d'expertise » (J-F Harvey, 2010)

- **Les obstacles rencontrés lors de la mise en place d'un dispositif de gestion des connaissances**

- Le manque d'engagement et de conviction de la direction générale de l'importance de la connaissance ;
- Problèmes d'évaluation du rendement des projets ;
- Le manque de motivation des utilisateurs potentiels ;
- La difficulté de passer d'une culture de cloisonnement et de circulation verticale de l'information à une culture du partage et de confiance ;

J-F Harvey (2010), a réparti les obstacles au partage de connaissance en trois : les barrières individuelles, les barrières organisationnelles, et les barrières technologiques. D'après lui les dix barrières les plus critiques au partage des connaissances sont :

- Le manque du temps pour partager ses connaissances ;
- Le manque du temps pour trouver un collègue qui a besoin des connaissances particulières ;
- Le manque du temps pour établir des liens avec des sources de connaissances nouvelles ;
- La perception que le fait de partager des connaissances représente un travail supplémentaire
- L'absence du réflexe de partager ses connaissances ;
- La perception d'un trop plein d'information déjà existant ;
- Le manque d'intégration de la gestion de la connaissance dans la stratégie de l'organisation ;
- Le manque de leadership dans la communication des avantages à partager des connaissances
- Une structure organisationnelle limitant la circulation des connaissances ;
- La discordance entre les exigences ou les besoins des membres, les technologies de l'information et les processus d'affaires ;

- **Comment favoriser le partage des connaissances ?**

- Savoir marier la technologie à son contexte : il ne suffit pas de mettre des systèmes technologiques coûteux pour que des groupes commencent à discuter entre eux et forment une communauté de pratique. Il faut qu'il y ait un engagement volontaire des individus dans les processus de collaboration suggérés. Une remise en question collective de certaines

- souple, plus flexible, par exemple une structure par projets ;
- Les connaissances à développer doivent être déterminées à partir des finalités et des objectifs fixés par l'entreprise ;
 - Le système d'information doit être ajusté à ce mode d'organisation.
 - Le management des connaissances revêt différentes dimensions : l'identification des connaissances nécessaires, sa création, sa capitalisation, sa diffusion entre les membres de l'entreprise et son utilisation (Balland, Bouvier, 2011) :
 - L'identification des connaissances : chacun dans l'entreprise devrait avoir conscience des connaissances et de l'expertise qui sous-tendent la stratégie mise en œuvre et devrait savoir retrouver la connaissance disponible en s'adressant à la bonne personne ;
 - La création de la connaissance : les procédures de développement et d'acquisition des connaissances devraient être clairement définies (R&D, partenariat) ;
 - La capitalisation des connaissances : les procédures de stockage des connaissances devraient être établies, les dirigeants devraient encourager les salariés à développer leurs expériences et à les rendre accessibles aux autres ;
 - La diffusion des connaissances : chacun dans l'entreprise devrait être convaincu de la nécessité de partager ses connaissances. L'organisation de l'entreprise devrait favoriser le partage de connaissances, par la mise en place d'une base de données, lors des réunions ;
 - L'utilisation des connaissances : les salariés devraient être encouragés à utiliser les connaissances disponibles dans leur travail, et savoir les relier aux différentes activités de l'entreprise.

1-4- L'organisation apprenante et créatrice de savoirs :

Une organisation apprenante peut être définie comme une organisation qui :

- se conçoit comme un système d'apprentissage collectif ;
- Est en état de vigilance ;
- Crée, capitalise et diffuse des connaissances et des savoir-faire nouveaux ;
- Améliore les compétences de ses membres ;
- S'auto-évalue et se compare aux meilleurs ;
- Se transforme pour atteindre ses objectifs ;

Pour devenir une telle organisation, le manager devra favoriser le partage des connaissances. Ce qui fait parti des grands enjeux auxquels l'entreprise doit faire face. Pour bien gérer ses connaissances, Jacob et Pariat, cités par Harvey (2010), indiquent que l'organisation doit créer une infrastructure à la fois humaine et matérielle. Pour ce faire, il existe différents moyens, l'un d'entre eux étant la communauté pratique. « Les communautés de pratique sont des groupes de personnes qui partagent une préoccupation, un ensemble de problèmes ou une passion pour un sujet et qui approfondissent leurs

1-3- Le management des connaissances :

Le management des savoirs est une démarche volontariste souvent explicite et systématique de valorisation des ressources immatérielles de l'entreprise. Cette démarche intègre des activités de création, de recueil, d'organisation, de diffusion et d'exploitation des savoirs explicites et tacites utiles à l'entreprise. Cela exige de transformer des savoirs individuels en savoirs organisationnels et d'importer des savoirs localisés à l'extérieur afin d'en faire un usage approprié dans l'entreprise... C'est une démarche nécessitant d'utiliser des technologies, notamment celles de l'information et de la communication, pour codifier, archiver et diffuser les savoirs explicites. C'est aussi une activité de gestion de personnes qui ont des savoirs personnels tacites, des aptitudes, des préférences (A. Mbengue, 2004).

- Le groupe de travail du CIGREF⁽¹⁾ définit la **gestion des connaissances** comme un ensemble de modes d'organisation et de technologies visant à créer, collecter, organiser, stocker, diffuser, utiliser et transférer les connaissances dans l'entreprise. Connaissances matérialisées par des documents internes et externes, mais aussi sous forme de capital intellectuel et d'expérience détenus par les collaborateurs ou les experts d'un domaine.
- **Le management de la connaissance** : Consiste à se doter de dispositifs permettant de réaliser des inventaires réguliers des connaissances de l'entreprise, de contribuer à une lisibilité des compétences détenus par le personnel et de s'ouvrir à une dynamique de coopération par la rencontre de la recherche publique et de la recherche privée. Le management des connaissances répond à la nécessité de conserver, d'enrichir le capital de connaissances et de compétences de l'entreprise afin de les mettre à disposition des salariés dans le but d'augmenter leur efficience... la démarche du management des connaissances ne se réduit pas à une simple question technique, mais induit un changement culturel au sein de l'entreprise pour conduire à un meilleur partage des savoirs... le management de la connaissance qui consiste à procurer au bon moment les connaissances appropriées aux personnes qui en ont besoin dans l'entreprise, pour les aider à agir et à décider est devenu incontournable. (Balland, Bouvier, 2011)

Le management des connaissances a trois principaux points d'ancrage : l'organisation, les objectifs, le système d'information :

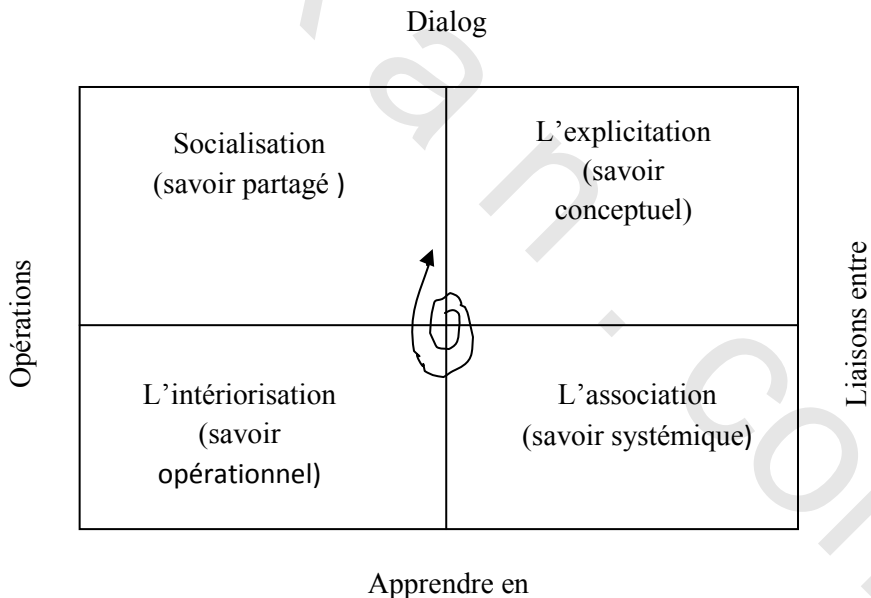
- La gestion des connaissances doit être pilotée par la direction générale et intégrée à la culture de l'ensemble des membres de l'entreprise. Ces dernies doivent contribuer à la collecte des informations stratégiques, à leur exploitation et à leur protection. A cet effet la structure de l'entreprise, pourra être transformée et adaptée, en privilégiant une structure plus

1-Club Informatique des Grandes Entreprises Françaises, créé en 1970 par les dirigeants des grandes entreprises

transferts de savoirs tacites. La socialisation crée du savoir partagé ;

- L'explicitation du tacite à l'explicite : il s'agit de transformer du savoir tacite en concepts explicites compréhensibles par les autres, en faisant appel à des analogies, des métaphores, dessins et images, le tacite peut être articulé en un ensemble structuré de concepts et donc de connaissances transmissibles. La formalisation est la clé de la mémorisation et de la transmission du savoir. Elle crée du savoir conceptuel ;
- L'association de l'explicite à l'explicite : c'est le processus par lequel des concepts sont agrégés pour en faire un corps de connaissance, par l'intermédiaire d'un langage commun et de médias de transmission variés : papier, réseau informatique, exposé oral. Les connaissances explicites peuvent être combinées pour former de nouvelles connaissances. L'association crée du savoir systémique ;
- L'intériorisation de l'explicite au tacite : c'est par la pratique répétée d'un savoir ou d'un savoir faire que celui-ci va s'enraciner dans les comportements des acteurs et dans leurs mémoires ainsi que dans celle de l'organisation, et devenir ainsi partie de sa culture. C'est aussi ce qu'on appelle « apprendre en faisant ».

La spirale de la connaissance



Source : Brilman, Hérard, « les meilleures pratiques de management », éd. d'organisation, Paris, 2006, P516.

donné d'information, à élargir le champ d'analyse des problèmes à anticiper) ;

- Les relations aux autres.

Les types de connaissance : Les auteurs distinguent deux types de connaissances :

- **Les connaissances explicites** qui sont identifiées et clairement articulées dans un document écrit ou un système informatique, par exemple. Elles sont transférables physiquement et peuvent donc être facilement partagées au sein de l'entreprise. (Balland, Bouvier, 2011). Elles peuvent être exprimées en mots, en chiffres, et partagées sous forme de données. Ce type de connaissance peut être facilement transmis entre les individus. La connaissance explicite, qui est formalisée et transférable sans trop de difficulté (comme le mode opératoire d'un technicien), elle peut être matérialisée par un texte, un dessin, une image et codifiée. (Brilman, Hérard, 2006)
- **Les connaissances tacites**, qui est des représentations mentales, elles permettent notamment de trouver une solution à un problème spécifique. Elles regroupent les compétences, les savoir-faire, les expériences..., elles sont difficiles à formaliser et donc à transmettre. Les connaissances tacites sont hautement personnelles et difficiles à formaliser, à communiquer et à partager. Les aperçus subjectifs, les intuitions, entrent dans cette catégorie. Les connaissances tacites sont profondément enracinées dans les actions et expériences individuelles aussi bien dans les idéaux, les valeurs et les émotions (Konnon, Nonaka, 1998). La connaissance tacite, plus personnelle, intuitive, fruit d'une expérience personnelle de la durée variable (comme le tour de main de l'artisan), elle n'est pas encore totalement structurée par le langage ou l'image pour être transmise.

1-2- Le modèle de création de connaissance :

La création de connaissances est un processus spiral des interactions entre les connaissances explicites et tacites. Selon Nonaka et Takeuchi, quatre modes de création et de transmission du savoir peuvent être considérés :

- La socialisation du tacite au tacite : par une forte interaction la connaissance tacite d'une personne ou de quelques personnes devient la connaissance d'autres personnes. Cette transmission se fait naturellement par des travaux en groupes tels que les techniques de résolution de problèmes en groupe, les différentes techniques de créativité telles que le brainstorming, etc. Les auteurs utilisent le terme de socialisation pour signaler que la connaissance tacite est échangée à travers les activités communes, par le fait d'être ensemble, de passer du temps, de vivre dans le même environnement, plutôt qu'à travers des instructions écrites ou verbales. Les relations clients-fournisseurs peuvent faire partie des actes de socialisation permettant des

1- La gestion des connaissances :

1-1- Le savoir ou la connaissance :

C'est de l'information reconnue comme valide et acceptée, intégrant à la fois des données, des faits, des informations, et parfois des hypothèses. Le savoir nécessite que quelqu'un trie, combine et interprète les informations (Brilman, Hérard, 2006). Les savoirs peuvent être décrits en première approximation comme des ressources immatérielles englobant des éléments de diverse nature : humaines (les savoir faire individuels), organisationnelles (les structures, les modes de gestion et les routines organisationnelles), technologiques (les brevets, les procédés, les publications scientifiques), commerciales (l'image institutionnelle, la réputation, la marque souvent appelée le capital marque), etc. (A. Mbengue, 2004)

La connaissance est une capacité cognitive, ce qui la distingue nettement d'une information. Par information, on entend des flux de messages (Machlup, 1983), c'est-à-dire un ensemble de données formalisées et structurées, d'une certaine façon inertes ou inactives, qui ne peuvent pas engendrer de nouvelles informations. Tandis que la connaissance implique une activité cognitive de la part de l'agent, celle-ci consiste à sélectionner, traiter et interpréter les flux de message pour en produire de nouveaux. De plus, l'information existe indépendamment des individus, alors que la connaissance est attachée aux individus puisqu'elles reposent sur leurs facultés subjectives (Rallet 1997).

- **Le savoir faire** est défini par Jean-François Ballay, comme le bon équilibre entre savoir et action, c'est-à-dire, l'ensemble des connaissances qui sont mises en œuvre lorsque nous sommes en train d'agir...que cela soit pour fabriquer, pour concevoir, pour préparer, pour communiquer, pour vendre, pour planifier, pour diriger, toutes ces tâches, toutes ces activités exigent du savoir faire. Les savoir-faire de l'entreprise sont en général constitués principalement à partir de ses métiers et sont à l'intersection de la culture et de la stratégie.
- **La compétence** : c'est la capacité de résoudre des problèmes professionnels dans un contexte donné. Michel Ledru distingue entre :
 - ✓ Les compétences du 1^{er} niveau qui comprennent les compétences opérationnelles des activités ou des tâches, et les compétences relationnelles (savoir être) ;
 - ✓ Les compétences du 2^{ème} niveau : les compétences cognitives (mentales). La compétence peut s'analyser suivant quatre critères :
 - Les démarches intellectuelles (stratégies de résolution de problèmes développés pendant les études et le travail) ;
 - Les savoirs et les connaissances (théoriques et techniques) ;
 - Les relations au temps et à l'espace (la capacité à traiter un nombre

des coûts de transmission et de codification des connaissances ;

- La nécessité du changement : le capital intangible et la diffusion des NTIC provoquent et accélèrent le rythme d'innovation, ce qui est caractéristique d'une économie fondée sur la connaissance, c'est-à-dire, une économie où les changements sont permanents, et où la différenciation des produits est la stratégie concurrentielle la plus efficace pour les entreprises. En effet, auparavant les stratégies concurrentielles portaient essentiellement sur la recherche de rendements croissants permettant une réduction des coûts, aujourd'hui elles portent sur le développement des connaissances et l'innovation permettant un changement et une différenciation par rapport aux concurrents.

1-4- Les approches complémentaires de l'économie de la connaissance :

La question du rôle nouveau joué par la connaissance conduit à distinguer trois approches complémentaires de l'économie de la connaissance : l'approche centrée sur l'innovation, l'approche centrée sur le mode de production de la connaissance ; l'approche centrée sur les externalités de la connaissance (Foray, 2000) :

- L'approche centrée sur l'innovation : selon cette approche, l'entrée dans l'économie de la connaissance se caractérise par une accélération du rythme des innovations, la diffusion des NTIC sont à l'origine de la réorganisation de nos économies autour d'un nouveau régime de croissance basé sur la connaissance et l'innovation ;
- L'approche centrée sur le mode de production de la connaissance : cette approche caractérise l'entrée dans l'économie de la connaissance par un changement dans le mode de production de la connaissance, celui-ci est de plus en plus collectif. Au niveau des entreprises, il y a un décroisement entre les activités de recherche et celles de production, ce qui favorise la création et surtout le partage des connaissances. Au niveau organisationnel, le réseau devient le modèle dominant. Il y a une intensification des relations de coopération entre les entreprises, et entre les entreprises et les organismes publics de recherche ;
- L'approche centrée sur les externalités de la connaissance : selon cette approche l'entrée dans l'économie de la connaissance se caractérise par une croissance massive des externalités de la connaissance. C'est-à-dire, que les connaissances sont diffusées et utilisées par d'autres agents que celui qui les a produites sans que ce dernier en soit rémunéré. Et cela revient au développement et au progrès dans les technologies de l'information et de la communication.

L'économie de la connaissance décrit à la fois une sous-discipline de l'économie, dont l'objet de recherche est la connaissance, et un phénomène économique propre à la période contemporaine qui se traduit par un changement dans le fonctionnement des économies, tant en ce qui concerne les processus de croissance que l'organisation des activités économiques. Certains économistes utilisent l'expression économie de la connaissance quand ils se réfèrent à la discipline et l'expression économie fondée sur la connaissance pour décrire le phénomène. (Foray, 2001).

1-2- Les caractéristiques de l'économie de la connaissance :

Il est important de distinguer ce qui relève de l'économie de la connaissance et ce qui relève de l'économie de l'information en général, c'est-à-dire, de l'étude des décisions économiques et leur nature selon le contexte informationnel défini. L'économie de la connaissance permet d'élargir les théories de la décision vers les théories de l'innovation et celles de la croissance, et d'assurer par là même une articulation entre les comportements microéconomiques et les processus macroéconomiques. En outre, l'économie de la connaissance ne doit pas être considérée comme une rupture, elle s'inscrit dans la continuité d'un développement économique basé sur l'innovation. Elle :

- ne se limite pas aux seuls technologies de l'information, mais elle inclut également des investissements en capital humain et en innovation organisationnelle
- nécessite de poursuivre l'effort d'éducation, de formation, et de recherche ;
- génère de nouvelles formes de concurrence fondées sur la qualité, et la différenciation, accentuant ainsi le besoin d'innovation.

1-3- L'émergence de l'économie de la connaissance :

L'attention récente portée à l'économie de la connaissance est liée à :

- L'augmentation de la part du capital intangible : au cours du 19^{ème} siècle la croissance a été soutenue essentiellement par le capital tangible, mais à partir des années 1920, elle a été de plus en plus soutenue par la montée du capital intangible, qui devient la source essentielle du progrès technique et de l'accroissement de la productivité, et du poids de la recherche et développement ;
- L'introduction des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication : l'évolution des TIC n'est pas récente, on a assisté à une évolution continue depuis les années 1950, mais son accélération est récente, elle date de la fin des années 1990, notamment avec la convergence du secteur des médias, de l'informatique et des télécommunications. Les NTIC permettent des gains de productivité, en particulier dans le domaine du traitement, du stockage, et de l'échange d'information, domaine fondamental de l'économie de la connaissance ; elles favorisent l'émergence et la croissance de nouvelles industries ; Elles sont un support plus collectif et plus interactif de la connaissance. En permettant une baisse

les mutations qui affectent un marché mondialisé animé par une concurrence exacerbée. La globalisation des échanges offre des opportunités de marchés indéniables pour les entreprises, mais elle accroît aussi le nombre des concurrents porteurs de cultures managériales différentes, maîtrisant des technologies originales, véhiculant des contraintes de production qui leur sont propres, autant de données nouvelles qu'il faut assimiler et exploiter à son avantage. Dans ce contexte de mondialisation, marquée par l'extraordinaire développement des TIC, l'information revêt toute son importance et constitue une matière première stratégique. La production de biens et services fait appel à une masse de connaissance de plus en plus importante qui devient une source principale de création de richesse.

On assiste depuis le milieu des années 90 au développement d'un courant de pensée économique, axé sur le rôle moteur de la connaissance dans la compétitivité des firmes et la croissance des nations. Cette discipline scientifique, l'économie de la connaissance a pour objectif de définir et analyser un concept central de l'organisation et du développement économique celui de la connaissance, qui prend une place de plus en plus importante dans l'ensemble des facteurs de production. Désormais la principale source de création de richesses réside davantage dans les savoirs et les compétences, que dans les ressources matérielles. La compétitivité des entreprises, et celle des nations reposent essentiellement sur les capacités à créer et à utiliser les connaissances. L'essor de l'économie de la connaissance est tributaire de l'accélération du rythme du changement, se manifestant au travers des progrès scientifiques technologiques ou de la versatilité des goûts des consommateurs. Il est renforcé par la globalisation de la concurrence et la diffusion des TIC, qui accélèrent la circulation de l'information. Cet essor se traduit par la part grandissante de l'investissement immatériel, sous forme de dépenses d'éducation et de formation, de R&D, et plus largement d'innovation tant technologique qu'organisationnelle.

1- Economie de la connaissance :

1-1- Le concept de l'économie de la connaissance :

L'économie de la connaissance se définit comme l'analyse d'un stade particulier du capitalisme caractérisé par la généralisation à l'ensemble de l'économie d'un modèle productif spécifique organisé autour des complémentarités organisationnelles et technologiques identifiées par les théoriciens. Elles impliquent des éléments tels que : les TIC et les possibilités étendues de codification, stockage et transmission de l'information qu'elles permettent ; le capital humain des agents susceptibles d'utiliser ces technologies ; une organisation 'réactive' de la firme qui permettrait la pleine utilisation du potentiel de productivité contenu dans les deux premiers éléments.

La gestion de l'économie de la connaissance

Dr.Abdelmoumen Fayçel
Université de Médéa, Algérie

المخلص:

يهدف اقتصاد المعرفة إلى تحديد وتحليل مفهوم لفظ أساسي للمؤسسات والتنمية الاقتصادية؛ حيث أصبحت المعرفة من بين عوامل الإنتاج الأكثر أهمية. كما يتميز اقتصاد المعرفة بتسارع وتيرة الابتكار وزيادة حجم الإنتاج المشترك للمعرفة والاستخدام الواسع النطاق لتكنولوجيا معلومات والاتصالات. بحيث أصبح المصدر الرئيسي لتكوين الثروة يكمن في المعرفة والمهارات أكثر من الموارد المادية. إضافة إلى أن القدرة التنافسية للمؤسسات والدول تعتمد بشكل حاسم على إدارة المعرفة واستخدامها. إدارة المعرفة تغطي كل التقنيات لتحديد وتنظيم وتخزين وتبادل المعارف بين أعضاء المنظمة، هذا الانضباط لا يشتمل فقط على المعرفة الصريحة التي يمكن العثور عليها بسهولة في الوثائق ولكن أيضا وخصوصا المعرفة الضمنية التي هي عبارة عن المعرفة والخبرة المخزنة من قبل موظفي المؤسسة.

الكلمات المفتاحية: المعرفة، إدارة المعرفة، اقتصاد المعرفة.

Résumé:

L'économie de la connaissance a pour objectif de définir et analyser un concept central de l'organisation et du développement économique, celui de la connaissance, qui prend une place de plus en plus importante dans l'ensemble des facteurs de production. L'économie de la connaissance se caractérise par une accélération du rythme de l'innovation, un accroissement de la production collective de connaissances, et une utilisation massive des TIC. Désormais la principale source de création de richesse réside dans les savoirs et les compétences davantage que dans les ressources matérielles. La compétitivité des entreprises, et celle des nations repose fondamentalement sur la capacité à créer et à utiliser les connaissances. La gestion des connaissances recouvre l'ensemble des techniques qui permettent d'identifier, d'analyser, d'organiser, de mémoriser et de partager des connaissances entre les différents membres d'une organisation.

Mots clés : connaissance, gestion de la connaissance, économie de la connaissance.

Introduction :

La mondialisation s'impose maintenant comme une donnée incontournable. Il appartient désormais à tout acteur économique de comprendre et d'anticiper