



قوائم المحتويات متاحة على ASJP المنصة الجزائرية للمجلات العلمية
الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية
الصفحة الرئيسية للمجلة: www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/552



إدارة المعرفة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية – دراسة المؤسسة الوطنية لقنوات الري مجمع (GRHYD)

Manage knowledge as an input to achieve sustainable competitive advantage in the economic enterprise Algerian:

Study by the National Organization for Irrigation channels (GRHYD)

جزار وهيبة^{1*}، مزريق عاشور²

¹جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، مخبر تطوير تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في الصناعات المحلية البديلة، الجزائر.
²جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، مخبر العولمة وانعكاساتها على اقتصاديات دول شمال إفريقيا، الجزائر.

Key words:

-Knowledge Management
-generating knowledge
-storing and transferring knowledge
-Apply knowledge
-Sustainable competitive advantage.

Abstract

This study aims to highlight the impact of knowledge management on the feature Sustainable competitiveness and to enhance our stud we did Field study at the National Irrigation Channel Foundation (GRHYD) complex Curriculum the deductive approach to the description and analysis materials on either side Applied We adopted the inductive approach to a sample of 87employees Is familiar with the subject matter to collect data We used the SPSS statistical programWe found that knowledge management affects Build a competitive advantage positive at the (GRHYD) complex where Knowledge storage and transfer had the greatest impact compared to knowledge generation and application The innovation dimension has also turned out to have the greatest impact on competitive advantage The sustainable development of the institution in question has found that the national institution of channels Irrigation you need to activate knowledge management and apply it correctly Scientific foundations for achieving a sustainable competitive advantage.

ملخص

معلومات المقال

تاريخ المقال:

الإرسال: 2020-11-10

القبول: 2020-12-07

الكلمات المفتاحية:

إدارة المعرفة-توليد
المعرفة-تخزين ونقل
المعرفة
تطبيق المعرفة-
الميزة التنافسية
المستدامة.

تهدف هذه الدراسة الى إبراز دور إدارة المعرفة لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية مع التركيز على العلاقة التي تربط المتغيرين ومدى تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع ولتعزيز دراستنا قمنا بدراسة ميدانية في المؤسسة الوطنية لقنوات الري مجمع (GRHYD) مستخدمين المنهج المنهج الاستنباطي بأداتي الوصف و التحليل أما في الجانب التطبيقي اعتمدنا المنهج الاستقرائي لعينة تتكون من 87موظف على دراية بموضوع البحث لجمع البيانات استخدامنا أداة الإستبانة وتم اختبار تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS توصلنا من خلال الدراسة الى أن إدارة المعرفة تؤثر على بناء ميزة تنافسية وله اثر ايجابي بأبعاده المختلفة على الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسة الوطنية لقنوات الري مجمع (GRHYD) حيث كان لتخزين ونقل المعرفة التأثير الأكبر كما اتضح أن لبعده الإبداع التأثير الأكبر في الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة محل الدراسة توصلنا الى أن المؤسسة الوطنية لقنوات الري تحتاج الى تفعيل إدارة المعرفة وتطبيقها بشكل صحيح وفق أسس علمية من اجل الوصول الى ميزة تنافسية مستدامة.

1. مقدمة

توفير متطلبات إدارة المعرفة في مجموعة من الأبعاد (القوى البشرية، الثقافة التنظيمية، تكنولوجيا المعلومات، القيادة التنظيمية) مع وجود علاقة قوية بين متطلبات إدارة المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية تتشابه دراستنا مع الدراسة المذكورة من ناحية المتغيرات إلا أنها تختلف في القطاع المدروس حيث كانت دراسة صالح عبد الحكيم تتناول القطاع الخدماتي العمومي ودراستنا تتناول القطاع الاقتصادي العمومي

2-دراسة لـ Asif Iqbal Fazili & Danish Khan سنة 2016 بعنوان

Knowledge Management as a Source of Competitive Advantage - A Conceptual Study

مقال بمجلة International Journal in Management and Social Science

and Social Science هدفت الدراسة الى إبراز دور إدارة المعرفة التي مهمتها اكتساب وتطوير المعرفة وتخزينها ونشرها وإعادة استرجاعها بهدف دعم الأعمال وتحسينها الى الميزة التنافسية التي تجاوزت الحدود المالية والمادية لتصل الى الأصول الفكرية وتوصلت الدراسة الى أن المنظمة المهتمة لإحداث المتغيرة باستمرار في مجال الأعمال تقوم بتقييم استراتيجي لموارد المعرفة لدعم مزاياها التنافسية. تشابهت الدراستين في التركيز على اثر إدارة المعرفة على الميزة التنافسية المستدامة و اختلفت من ناحية التحليل الإحصائي بتطبيقها على ارض الواقع

3-دراسة لـ Ailar Rahimli سنة 2012 بعنوان

Knowledge Management and Competitive Advantage

مقال في مجلة Journal of Information & Knowledge Management

هدفت الدراسة الى التعرف الى أهمية إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية بشكل نظري وتوصلت الدراسة الى ضرورة فهم القيادة واستيعابها الى كيفية نقل وتطبيق المعرفة باللاظافة الى ضرورة التكامل و دعم الكفاءات التنظيمية. تتشابه الدراستين في الجانب النظري الى أن دراسة Ailar ركزت على بعد القيادة و اختلفت دراستنا بإسقاط جانب تطبيقي على مؤسسة اقتصادية جزائرية

2. الإطار المفاهيمي لإدارة المعرفة

باعتبار إدارة المعرفة من الأساليب الإدارية المعاصرة التي تميزت بيلمها بالتكنولوجيا وتشجيعها للإبداع وتقنينها للمعرفة و الاهتمام بالأصل الفكري اللاملموس استطاعت أن تقدم حلول للمشاكل الاقتصادية وسلاسة في تسيير إدارة الأعمال

21.. مفهوم إدارة المعرفة

من اجل تقديم مفهوم لإدارة المعرفة يجب تعريف للمعرفة التي تتكون من البيانات أو المعلومات التي تم تنظيمها ومعالجتها لنقل الفهم والخبرة والتعلم المتراكم والتي تطبق في المشكلة أو

في ظل التنافس الدولي الحاد أصبحت المنظمات الاقتصادية تبحث عن مداخل وسبل لتحقيق الاستدامة وضمان الاستمرارية والآليات الإدارية المعاصرة أثبتت نجاعتها ولعل أهمها إدارة المعرفة التي أثبتت نجاحها في المنظمات الاقتصادية بكون جوهرها المعرفة وطرق اكتسابها ونقلها وتطبيقها في المنظمة معتمدين على التكنولوجيا وقدرات الأفراد من إبداع وابتكار للوصول الى أهداف المنظمة وتحقيق الميزة التنافسية بجميع جوانبها من ناحية التكلفة أو مستوى الجودة وصولاً الى منتج يحمل الإبداع والأسبقية لملي احتياجات الزبون و يخلق القيمة المضافة في سوق المنافسة.

إشكالية الدراسة: ما مدى مساهمة إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسة الوطنية لقنوات الري مجمع (GRHYD)؟

ومن خلال الإشكالية الرئيسية طرح الأسئلة الفرعية التالية:

-ماذا تقدم إدارة المعرفة كأسلوب إداري معاصر للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟

-كيف تبنى الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟

-كيف تؤثر إدارة المعرفة على الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسة الوطنية لقنوات الري مجمع (GRHYD)؟

فرضية الدراسة: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ لدور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الوطنية لقنوات الري مجمع (GRHYD)

أهداف الدراسة: تهدف دراستنا الى توضيح مفهوم إدارة المعرفة والدور الذي يقوم به لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة لمنظمات الأعمال نظريا وعمليا

منهج الدراسة: استخدمنا في دراستنا المنهج الاستنباطي بأداتي الوصف والتحليل وذلك من اجل شرح المفاهيم الأساسية المتعلقة بمتغيرات الدراسة أما في الجانب التطبيقي اعتمدنا المنهج الاستقرائي من اجل تحليل و تفسير النتائج المتحصل عليها

الدراسات السابقة

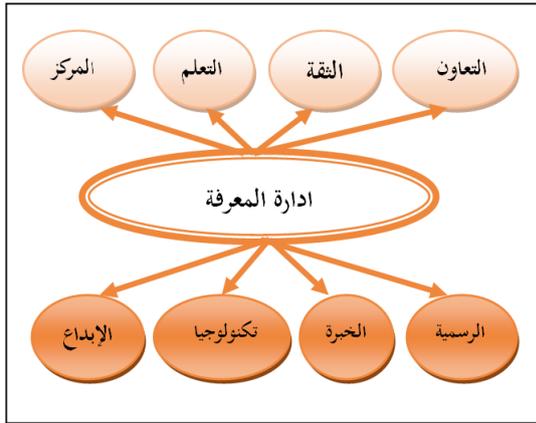
1-دراسة لصالح عبد الحكيم عبد الغفور سنة 2015 بعنوان متطلبات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في جامعات قطاع غزة رسالة ماجستير في القيادة و الإدارة أكاديمية الإدارة و السياسة للدراسات العليا جامعة الأقصى غزة هدفت الدراسة الى التعرف على الدور الذي يمكن أن تلعبه متطلبات إدارة المعرفة في الجامعات الفلسطينية لخلق ميزة تنافسية لها في قطاع غزة وتوصلت الدراسة الى أن الجامعات تعمل على

داخل المؤسسة والاحتفاظ بها وتحسينها ومواكبة الابتكارات كما أشار الزيادات أن إدارة المعرفة فرصة كبيرة للمنظمات لتخفيض التكاليف ورفع جودة موجوداتها الداخلية لتوليد إيرادات جديدة (الزيادات، 2008، صفحة 48) كما أن اغلب الباحثين اتفقوا على أن إدارة المعرفة سلاح تنافسي قوي للمنظمة باعتبارها مدرسة قائمة بذاتها تتعلم من أخطائها لبناء نجاحاتها فباختصار يمكن القول إن أهمية إدارة المعرفة تكمن في كونها منهجا محددًا لتحقيق الأهداف الإستراتيجية للمنظمة بطريقة معرفية حديثة مراعية جميع جوانب النجاح متخطية اغلب العقاقيل والمشاكل التي تواجه المنظمة في مسارها وذلك راجع الى المعرفة الأنية والتوجه نحو الأفكار والبحث عن الحلول داخل العقول واستقطاب الأفكار البناءة فاعلم المنظمات المتبينة لإدارة المعرفة وجدت الطريق إلا النجاح والثبات في العمل بالاضافة الى التميز في الأسواق.

3.2 عناصر إدارة المعرفة

تتكون إدارة المعرفة من مجموعة من العناصر متكاملة مترابطة تهدف الى تحقيق أهداف المنظمة يمكن تلخيصها في الشكل التالي:

شكل 01: عناصر إدارة المعرفة



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على (LEE & Choi, 2003)

(p. 108)

كما ذكر زيادات بعض الخصائص المهمة لإدارة المعرفة حيث بين أن إدارة المعرفة تمتلك الإستراتيجية المناسبة لمواجهة التهديدات واقتناص الفرص وتهتم بالعنصر البشري والذي هو أساس المعرفة (الزيادات، 2008، صفحة 67) بتصرف

إدارة المعرفة تجمع مجموعة من الخصائص تمهد لإقامة منظمة متعلمة متميزة وتؤطر رأس مال بشري يرتقي في عمله الى مستوى الإبداع والابتكار فإدارة المعرفة بكونها منهجا إداريا تتميز بالرونة والليونة ودعم المعرفة والاستناد الى التعلم في إنتاجها كما أنها تراعي الجانب اللاملموس في إدارتها فهي إدارة أفكار إستراتيجيتها تجمع بين أهداف المؤسسة والمعرفة الجديدة بهدف خلق التميز والقيمة المضافة

4.2 عمليات بناء إدارة المعرفة في المؤسسة الاقتصادية

النشاط الراهن (Efrain, 2002, p. 49) كما عرفها Sivan بأنها ذلك الرصيد الذي تم تكوينه من حصيلة البحث العلمي والتفكير والدراسات الميدانية وتطوير المشروعات الابتكارية وغيرها من أشكال الإنتاج الفكري للإنسان عبر الزمان (Sivan, 2001, p. 182) نستطيع أن نقول أن المعرفة هي البذرة والنواة الرئيسية للإنتاج المعرفي المتميز بالابتكار والإبداع والذي يختلف عن غيره من المنتجات بالأسبقية والتميز اقتناص لكل الموجودات والظواهر المحيطة بنا لتحويلها الى عمل معرفي

نقدم في الجدول التالي مجموعة من أهم تعاريف لإدارة المعرفة

جدول 01: تعاريف لإدارة المعرفة

الباحث	التعريف
الزطمة نضال سنة 2011	إدارة المعرفة عملية ديناميكية مستمرة تتضمن مجموعة من الأنشطة والممارسات الهادفة الى تحديد المعرفة وإيجادها وتطويرها وتوزيعها واستخدامها وحفظها وتيسير استرجاعها مما ينتج عنه ارتفاع مستوى الأداء وخفض التكاليف وتحسين القدرات المتعلقة بعملية التكيف مع متطلبات التغيير السريع في البيئة المحيطة بالمنظمة
الجنابي سنة 2013	إدارة المعرفة هي عملية منهجية منظمة لاستقطاب المعرفة، وخبزها، ونشرها، وتوليدها، وتطبيقها بصيغ تداؤبية لتعزيز التعلم والإبداع، وتحسين الأداء واتخاذ القرار
شيخاوي محمد سنة 2016	إدارة المعرفة هي حصيلة استخدام المعطيات والتجارب داخل المؤسسات والتي يحصل عليها من مصادر مختلفة والذي يؤدي الى اكتساب الخبرة مع مرور الوقت، والتي تجعل من يملكها يتجاوب مع المستجدات التي توجهه وتجعله أكثر قدرة للوصول الى حلول للمشاكل وذلك في إطار مجال معرفته وتحديد بدائل لها.
Michael .E.K 2018	إدارة المعرفة هي نظام يروج لنهج متكامل يهدف لتحديد واستقطاب، تقييم، تحصيل و مشاركة جميع أصول المعلومات الخاصة بالمؤسسة والتي قد تتضمن مستندات قواعد البيانات وسياسات إجرائية وخبرات لم يتم الحصول عليها سابقا وخبرات لدى الأفراد العاملين

المصدر: من تجميع الباحثين

من خلال التعاريف السابقة توصلنا الى التعريف التالي:

إدارة المعرفة هي أسلوب ومنهج تتبعه المنظمة الباحثة عن التميز والنجاح أساس هذا المنهج البحث عن المعرفة واستخدامها. نشرها وتوزيعها مع تخزينها في قواعد بيانات تضمن للمنظمة استرجاعها وقت الحاجة وهذه المعرفة تكون أما في قدرات المنظمة الداخلية أو عن طريق استقطابها من المحيط الخارجي.

2.2 أهمية إدارة المعرفة في المؤسسة الاقتصادية

إدارة المعرفة أهمية بالغة في المنظمة ككل وفي الاقتصاد العام بشكل خاص فقد أثبتت إدارة المعرفة أثرها في قلب الموازين وتغيير خرائط الأسواق العالمية فتعتبر إدارة المعرفة مصدرا للإنتاجية بسبب التوزيع الجيد للمهارات المهنية

(نبيل، 1999، صفحة 14)

- فرق المشروع المتنوعة معرفيا للتوزيع الداخلي.
- شبكة المعلومات الداخلية (الإنترنت).
- التدريب من قبل زملاء الخبرة القدامى.
- وكلاء المعرفة.
- مجتمعات داخلية عبر الوثائق.
- فرق الخبرة وحلقات المعرفة وحلقات التعلم.
- التدريب والحوار.
- الوثائق والنشرات الداخلية

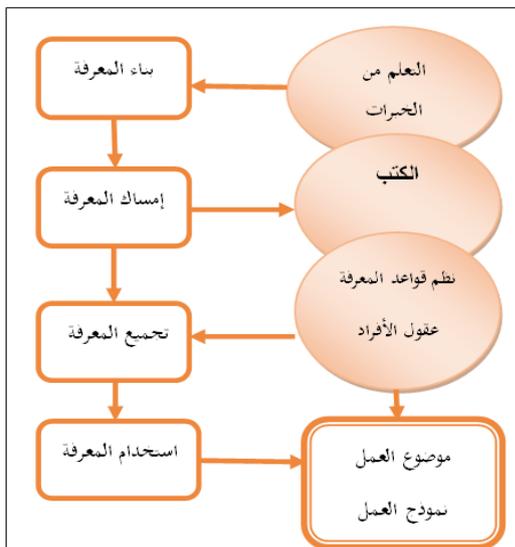
4.4.2. تطبيق المعرفة: تطبيق المعرفة يتطلب منهجا يرى Hansen وآخرون أن هناك نهجان أساسيان لتطبيق المعرفة، نهج العمليات ونهج الممارسة. فنهج العمليات يتيح للمنظمات وضع قوانين المعرفة التنظيمية من خلال الضوابط والعمليات، أما التكنولوجيات فتتيح تنفيذ سياسات واضحة تتحكم في كيفية جمع المعرفة، تخزينها ونشرها بينما في المقابل نهج الممارسة يفترض أن الضوابط والعمليات والتقنيات الرسمية ليست مناسبة، فبدلاً من بناء أنظمة رسمية لإدارة المعرفة فهم يركزون على بناء بيئات اجتماعية أو مجتمعات من الممارسات الضرورية لتسهيل مشاركة المعرفة وفهمها (Aabid Hussain & Chandran, 2017, p. 70)

5.2 أكثر نماذج إدارة المعرفة تطبيقاً

قدم الباحثون في المجال عدة نماذج لتطبيق إدارة المعرفة في المنظمة وهنا نستعرض أهم النماذج وأكثرها انتشاراً في عالم الأعمال

نموذج Wigg: هذا النموذج يعتمد على أربعة أهداف أساسية (البناء، الاحتفاظ، التجميع، الاستخدام) والشكل التالي يوضح سير النموذج

شكل 02: نموذج Wigg



المصدر: محمد عواد زياد مرجع سبق ذكره ص124

إدارة المعرفة عملية مستمرة متكاملة تجمع عددا من الخطوات تضمن نجاح تطبيق المعرفة في المنظمة والاستفادة منها على أكمل وجه فتسعى الى سير المعرفة بطريقة سلسلة عبر هيكل تنظيمي منفتح في إطار ثقافة تنظيمية معرفية

1.4.2. توليد المعرفة: أن توليد المعرفة عند الكثير من المؤسسات هو ابتكار أفكار جديدة أي خلق معرفة جديدة ويجب الإشارة إلى أن عملية توليد المعرفة يجب أن لا تقتصر على أقسام البحث والتطوير فقط بل يجب أن تمتد إلى كل مجالات العمل والخبرة بالمؤسسة فالكمل مسئول عن عملية التوليد (بن خليفة، 2011، صفحة 42)

كما أن توليد المعرفة استنادا لنانوكا و تاكوشي أمر ضروري لبقاء أي منظمة كنشاط يحدث طوال اليوم في إطار اجتماعي أو أثناء العمل، حيث يأخذ العديد من الأشكال الديناميكية التي تتشكل من خلال الوسائل الإنسانية أو الآليات التقنية فهي في المقام الأول عملية مرتبطة بالإنسان قبل التكنولوجيا والتي رغم أهميتها لا يمكن أن تحل محل الإنسان. (Aabid Hussain & Chandran, 2017, p. 96)

عملية توليد المعرفة قد تتم في أي زمان وأي مكان أي أنها قد تكون في أي مستوى إداري من الهيكل التنظيمي في المنظمة كما أنها غير محصورة في أوقات الأزمات والمشاكل فقط فعملية توليد المعرفة عملية حساسة وجب على القيادة إعطائها الأهمية القصوة وتبنيها من أجل إكمال باقي الخطوات في منهج المعرفة.

2.4.2. عملية تخزين المعرفة: هي عملية تضمن المحافظة على المعرفة التي تمتلكها المنظمة ويجب إيلاء أهمية بالغة الى هذه الخطوة لما لها من أهمية في سير العمل المعرفي فعند الحاجة الى هذه المعرفة وجب استرجاعها بطريقة سلسلة وسهلة للاعتماد عليها لحل مشاكل مشابهة أو لتكون معطيات أولية للبحث عن معرفة جديدة وعادة ما يتم الاعتماد في تخزين المعرفة على تقنيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ببناء قاعدة بيانات صلبة وآمنة تضمن الرجوع والولوج للمعرفة بطريقة صحيحة دون الإخلال بمحتواها أو تعريضها للتخريب والسرقة وعادة ما تنفق المنظمات الكبرى ميزانيات ضخمة للتخزين لا له من أهمية تعود بالنفع للمنظمة.

3.4.2. نقل ونشر المعرفة: يعتبر نقل المعرفة من أصعب الخطوات تطبيق في إدارة المعرفة ونلاقي صعوبات أحيانا في نسبة استعاب المعرفة الجديدة نظرا للتفاوت الذهني للأفراد ورغبتهم في التعلم بالإضافة الى مقاومة التغيير في إطار رفض أي جديد لمجرد الرفض إلا أن هذه العراقيل تزول لما تنقل المعرفة بمكنيزمات صحيحة.

إن نقل المعرفة إلى المواقع التي تكون بحاجة إليها واستخدامها. تحويلها بعناية من المعرفة الضمنية إلى المعرفة الصريحة هو الطريق الصحيح لأن خلاف ذلك سيؤدي إلى تضيق المعرفة الضمنية (Christina Ling-hsing & Lin, 2015, p. 436)

Heisig & Vorbeck قدم عدة أساليب لنقل المعرفة منها:

جديدة. الترويج الإعلامي... ومن ثم كيفية استغلال القدرات الإبداعية لدى العاملين لتقديم أفضل منتجات وخلق ميزات جديدة تسمح لها بالبقاء متقدمة على المنافسين (Varnes, 2010, p. 49) عرفت الميزة التنافسية المستدامة أيضا على أنها إستراتيجية تعتمد المنظمة لخلق قدرة يصعب تقليدها من قبل المنظمات الأخرى وتستطيع من خلالها التميز والتفرد من خلال الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة والاستثمار والتعامل مع التهديدات البيئية التي تواجهها وبالتالي تقدم منتج أو خدمة ذات قيمة عالية لا يمكن للمنافسين من تقليدها أو التغلب عليها في الوقت الحاضر أو المستقبل القريب (الحميري و علي مظهر، 2019، صفحة 441)

من خلال التعاريف السابقة يمكن أن نعرف الميزة التنافسية المستدامة بأنها القرار الذي تتخذه المنظمة بالتميز والتفوق على منافسيها من خلال إتباع أساليب واستراتيجيات تعنى بالإبداع والابتكار وذلك لتحقيق تفوق منتجها لأطول فترة ممكنة وتضمن ترأسها سباق المنافسة بأموال.

2.3. مصادر الميزة التنافسية المستدامة

تتعدد مصادر الميزة التنافسية المستدامة للمنظمة ويمكن ذكر أهمها في النقاط التالية:

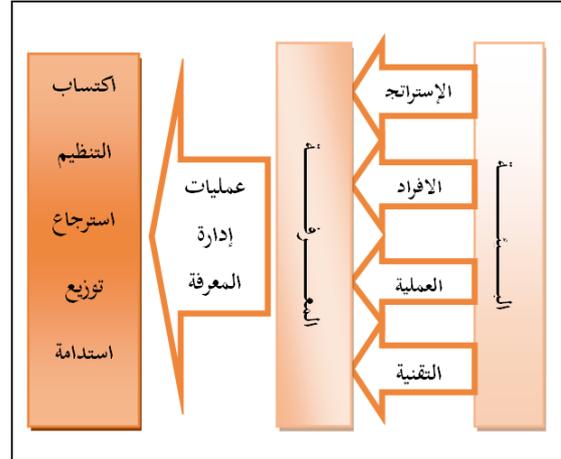
الإبداع: إن الانحدار المتزايد في عدد المؤسسات. و الذي صاحبه انضجار تنافسي على المستوى الوطني والعالمي أدى إلى تصاعد اهتمام المؤسسات بالإبداع والتركيز عليه إلى درجة اعتباره الحد الأدنى من الأسبقيات التنافسية إلى جانب التكلفة و الجودة. وأصبحت القدرة على الإبداع مصدرا متجدداً للميزة التنافسية (منير، 2009، صفحة 245)

المعرفة: تعد الأصول الفكرية ركيزة أساسية لاستمرار نشاط المؤسسة في البيئة التنافسية المرتكزة على المعلومات والمعرفة، فلقد زاد اهتمام تلك المؤسسات المعتمدة على الأصول الفكرية القابلة للقياس. فالمعرفة باعتبارها شرطاً أساسياً ضمن سياستها الاستثمارية. كما أصبح قياس القيمة الحقيقية للمعرفة أمراً ضرورياً للمؤسسات ذات المعاملات الخاصة، وبراءات الاختراعات، والعلامات التجارية المتميزة... الخ. فالمنظمات الناجحة هي التي تستثمر في ما تعرفه، بحيث تنقل تلك المعرفة عبر قنوات التنظيمية للاستفادة منها في عمليات إنتاج السلع والخدمات أو في تطوير الهياكل والوظائف والعمليات (مرسي خليل، 1998، صفحة 100)

القيمة الجوهرية: أن حصول المنظمة على قيمتها الجوهرية التي تتوافق مع رؤيتها ورسالتها تتوقف على تحديد رغبات وتوقعات الزبون. أي تقديم السلع وخدمات ذات جودة عالية التي تساهم في تحسين سمعتها وتحقق رضا الزبون. (Batavia & Nelson, 2017, p. 188) وصول المنظمة الى هذه المرحلة يعتبر بحد ذاته اكتساب لميزة تنافسية مستدامة إذ تعتبر القيمة الجوهرية روح المنظمة و لبها فالمنتج المقدم يخترل

نموذج Duffy: يرى الباحث أن إدارة المعرفة عملية تتضمن الحصول على المعرفة الظاهرة و الضمنية و التركيز على العنصر البشري باعتباره جوهر المعرفة وحسب هذا النموذج فان عمليات المعرفة (اكتساب، التنظيم، الاسترجاع، التوزيع، الاستدامة) موضحة في الشكل التالي:

شكل 03: نموذج Duffy



المصدر: نضال محمد الزمطة، "إدارة المعرفة و أثرها على تميز الأداء: دراسة تطبيقية على الكليات والمعاهد التقنية المتوسطة العاملة في قطاع غزة"، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير الجامعة الإسلامية، غزة، 2011، ص 03.

3. الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية المستدامة

المزايا التنافسية هي جوهر بقاء المؤسسة الاقتصادية والاستدامة تسعى كل منظمة لذا كان البحث عن الأساليب والداخل التي تكسب المنظمة مزايا تنافسية مستدامة هدف كل منظمة ناجحة ولهذا وضعت العديد من مراكز البحث والتطوير و المكاتب الاستشارية بهدف البحث عن أساليب ومصادر الميزة التنافسية المستدامة

3.1. مفهوم الميزة التنافسية المستدامة

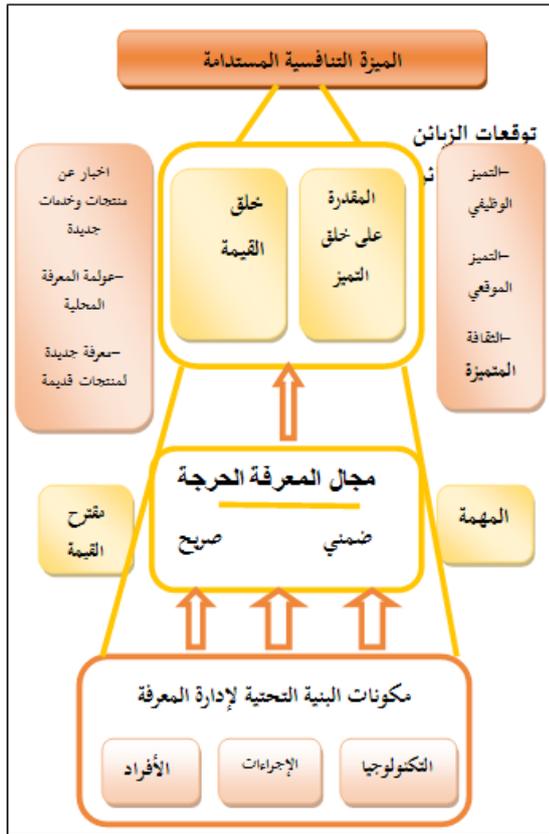
من أجل التعرف على مفهوم واضح للميزة التنافسية المستدامة يجب أن نتعرف على ثلاث مصطلحات يرتكز عليها هذا التعريف وهي (الميزة التنافسية، المستدامة) فجاء في قاموس (Webster) تعريفا لهذه المصطلحات الثلاث إذ عرف الميزة على أنها (المركز أو الحالة أو المنفعة المميزة الناتجة عن مسار عمل المنظمة) كما عرف التنافسية على أنها (الخصائص التي تتصف بها المنظمة موازنة بمنافسيها) في حين عرف المستدامة على أنها (التي يمكن الاحتفاظ بها لأطول مدة ممكنة) (hoffman, 2000, p. 7)

يرى Varnes أن اغلب المنظمات المنافسة تستخدم طرق و أساليب عمل جديدة تسمح لها بالدخول الى السوق و التنافس في بيئات العمل. إن الميزة التنافسية لن تستمر لمدة طويلة ما لم تقوم المنظمة بتحديث وتطوير أنشطتها (طرق و أساليب العمل التكنولوجية، الدخول الى أسواق جديدة، فتح قنوات توزيع

4. العلاقة بين إدارة المعرفة والميزة التنافسية المستدامة

من خلال ما سبق يتبين لنا أن إدارة المعرفة بما تحمله من خصائص واستراتيجيات تستطيع والى حد كبير جدا خلق ميزة تنافسية للمنظمة فهي إدارة تتميز بالإبداع والابتكار والاعتماد على التكنولوجيا والتميز وهذا ما تتطلبه الميزة التنافسية وما تبحث عنه المؤسسة ومن خلال الشكل التالي نوضح العلاقة بين المتغيرين

شكل 05: طبيعة العلاقة بين إدارة المعرفة الميزة التنافسية المستدامة



المصدر: محمد كنوش، نبيل كنوش (2016). دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ببعض مؤسسات قطاع الإلكترونيك في ولايتي سطيف وبرج بوعريج. مجلة الباحث الاقتصادي، العدد 06 ص 31

يتضح من الشكل العلاقة القوية التي تربط إدارة المعرفة ببنيتها التحتية المتكونة من التكنولوجيا والإجراءات أو المنظمات المعتمدة في إدارة المعرفة والأفراد بما يمتلكونه من معرفة وإبداع وأفكار تصنع التميز بالمنظمة التي تعتمد على إدارة المعرفة تصنع قاعدة قوية توجهها بإستراتيجية ملائمة للوصول الى توقعات الزبائن والقدرة على خلق التميز والقيمة المضافة هذه هي الخطوات الثابتة التي تتجه بها المنظمة الى الميزة التنافسية المستدامة من هنا تتضح العلاقة القوية لإدارة المعرفة ويتضح تأثيرها على سلسلة القيمة في المنظمة .

إن التميز والإبداع هو جوهر إدارة المعرفة وهذا ما تتطلبه الميزة التنافسية المستدامة فتقديم منتج متميز استباقي لرغبات

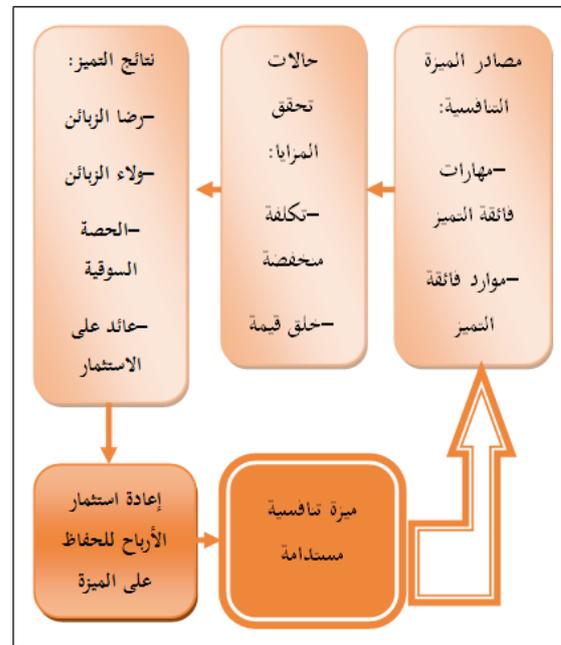
حاجات الزبون ورغباته وفق ما لم يكن يتوقعه.

تكنولوجيا المعلومات: تكنولوجيا المعلومات هي عبارة عن مجموعة من المهارات والمعارف والوسائل المادية والأدوات التنظيمية التي يستخدمها العاملين للحصول على المعلومات المطلوبة التي يمكن نشرها بين الجميع للاستفادة منها وهذا يدل على انه مصدر للميزة التنافسية المستدامة فان التطورات السريعة في تكنولوجيا المعلومات تؤثر على توقعات الزبائن أي أنها تقوم بمساعدة المنظمة باكتشاف واستغلال الفرص المتاحة ومن ثم العمل على جذب اكبر عدد ممكن من العملاء (Topaloglu & Tekkanat, 2015, p. 03)

3.3 نماذج بناء ميزة تنافسية مستدامة

اقترحت العديد من النماذج لبناء ميزة تنافسية مستدامة لكن على الأغلب كان نموذج Day and Wensely من اقرب النماذج ملائمة للواقع إذ اعتمد في نمودجه على موارد أساسية للميزة التنافسية ألا وهي المهارات والمواد الأولية المتميزة هذان الموردان يصنعان منتج متميز ويحققان رضا الزبون شريطة إعادة الاستثمار في هذه الميزة وتطويرها للوصول الى الاستدامة والشكل التالي يوضح النموذج بصورة ابسط.

شكل 04: نموذج بناء الميزة التنافسية عند Day and Wensely



Source ; G- day and R- wensely, «assessing advantage», a framework for diagnosing competitive superiority, journal of marketing, April 1998 , vol 52, p03

من خلال النموذج يتبين لنا أن أساس بناء ميزة تنافسية مستدامة هو الانطلاقة السليمة والقوية (مهارات و مواد أولية متميزة) وفق استراتيجيات المنافسة السليمة للوصول الى ميزة ترضي الزبون وتكسب المنظمة الولاء وتبقى الاستدامة مشروطة بإعادة استثمار الأرباح للحفاظ على الميزة .

جدول 03: توزيع أفراد العينة على أساس الفئة المستهدفة

النسبة المئوية	التكرار	الفئات
72%	65	إداريين
13.5%	12	تقنيين
14.5%	13	إطارات عليا
% 100	90	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثين

3.5 أساليب المعالجة الإحصائية: من أجل القيام بعملية التحليل الإحصائي تم الاستعانة بأدوات التحليل الإحصائي المناسبة باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS فكان المتوسط الحسابي لقياس مجموع القيم على عددها والانحراف المعياري من أجل معرفة مدى تشتت الإجابات لدى أفراد العينة عن وسطها الحسابي بالإضافة الى ألفا كرونباخ لقياس صدق وثبات البيانات بالإضافة الى الانحدار الخطي البسيط لدراسة العلاقة السببية بين المتغيرين مع بالإضافة الى استخدام مقياس ليكارت الخماسي من أجل قياس إجابات أفراد العينة.

4.5 صدق الثبات: للتحقق من درجة ثبات المقياس قمنا بحساب ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة وكانت النتائج كالتالي:

جدول 04: معامل ألفا كرونباخ لعبارات الإستبانة

عدد العبارات	معامل الفا كرونباخ	المحاور
20	0.87	ادارة المعرفة
12	0.85	الميزة التنافسية المستدامة
32	0.92	معامل الثبات الكلي

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS

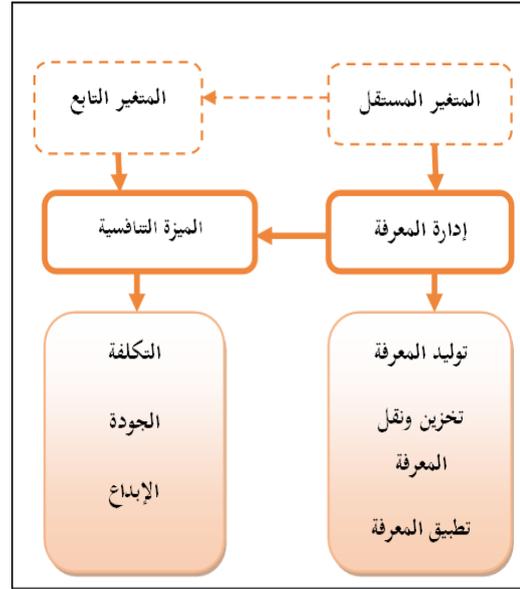
قيمة ألفا كرونباخ لمتغير إدارة المعرفة بلغ 87% ومحور الميزة التنافسية 85% أما معامل الثبات الكلي فقد بلغ 92% وهي نسبة عالية للدراسة

الزبائن مبتكر غير مشابه لغيره يقدم القيمة المضافة الجديدة في سوق المنافسة هذا ما تضمنه إدارة المعرفة والميزة التنافسية تتطلب المعطيات السابقة فالعلاقة بين المتغيرين نظريا علاقة مترابطة و التأثير واضح و أثبتت الدراسات و الأبحاث صدق العلاقة النظرية ونجاحها في الميدان.

5. دراسة المؤسسة الوطنية لقنوات الري مجمع (GRHYD)

1.5. متغيرات الدراسة

شكل 06: متغيرات الدراسة



المصدر: من اعداد الباحثين

2.5 مجتمع وعينة الدراسة: لدراسة دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة تم اختيار عينة تتكون من 90 موظف على دراية بموضوع الدراسة وقد تم استرداد استبانته وأثناء عملية الفرز توصلنا الى 87 استبانته قابلة للدراسة و 03 استمارات لا تستوفي الشروط الشكلية والموضوعية

جدول 02: توزيع الإستبانة

النسبة	العدد	الإستبانة
100%	90	الاستمارات الموزعة
96%	87	صالحة
04%	03	غير صالحة
00%	00	غير مسترجعة

المصدر: من اعداد الباحثين

5.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

5.5.1. مناقشة نتائج المتغير المستقل (إدارة المعرفة)

جدول 05: تحليل عبارات المتغير المستقل (إدارة المعرفة) بعد توليد المعرفة

العبرة	المتوسط	انحراف معياري	الترتيب	المستوى
1- تشجع الإدارة العاملين على الحصول على المؤهلات العلمية و الدورات التدريبية أثناء الخدمة	3.49	1.092	2	موافق
2- يتوافر وسائل اتصال تكنولوجية متعددة (فاكس، انترنت، شبكة اتصالات داخلية)	3.36	1.111	4	محايد
3- تحتفظ الإدارة بسجلات وتقارير للمشكلات السابقة للاستعانة بها مستقبلاً.	3.48	1.119	3	موافق
4- يوجد بالإدارة أفراد مبدعين لديهم خبرات مميزة في مجالات متعددة	3.66	1.175	1	موافق
المجموع	3.49	0.892		موافق

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spss

من خلال الجدول يتضح لنا أن المتوسط العام لبعده توليد المعرفة (3.49) وانحراف معياري (0.892) بمستوى جيد واحتلت العبارة رقم 04 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.66) وانحراف معياري (1.175) تلتها العبارة رقم 01 بمتوسط حسابي (3.49) وانحراف معياري (1.092) وفي المرتبة الثالثة كانت العبارة رقم 03 بمتوسط حسابي (3.48) وانحراف معياري (1.119) المرتبة الأخيرة كانت من نصيب العبارة رقم 02 بمتوسط حسابي (3.36) وانحراف معياري (1.111) من خلال تحليل الجدول يتضح لنا إجابات أفراد العينة كانت بمتوسطات حسابية جيدة هذا ما يشير الى أن أفراد العينة ترى أن المنظمة تهتم بتوليد المعرفة.

جدول 06: تحليل عبارات المتغير المستقل (إدارة المعرفة) بعد تخزين ونقل المعرفة

العبرة	المتوسط	انحراف معياري	الترتيب	المستوى
1- يتوافر نظام يضمن حماية المعلومات المخزنة من التلف أو الاقتباس أو إستخدامها بطريقة غير مناسبة.	3.96	0.824	1	موافق
2- يقوم العاملون بتدوين وتسجيل كل ما يحدث لهم من مواقف ومعلومات جديدة تفيد العمل وترتبط به	3.79	0.880	3	موافق
3- تحتم القيادة العليا بالحفاظ على العاملين ذوي الخبرة والمعرفة العالية وعدم انتقالهم إلى جهات أخرى	3.73	0.947	4	موافق
4- يتبادل العاملون الآراء والخبرات لإيجاد حلول للمشكلات التي تواجههم أثناء العمل.	3.87	0.886	2	موافق
5- تنظم الإدارة ورش عمل للإستفادة من خبرات ومهارات الأفراد الذين تم تدريبهم خارج الإدارة.	3.37	1.042	6	محايد
6- يشارك العاملون بما لديهم من معارف وخبرات لنشرها بين زملائهم دون الخوف على وضعهم الوظيفي	3.00	1.128	8	محايد
7- تنظم الإدارة ندوات ومؤتمرات علمية للمساهمة في تنمية خبرات ومهارات العاملين..	3.24	0.939	7	محايد
8- يتميز العاملون بوجود علاقات اجتماعية مع بعضهم البعض.	3.46	0.974	5	موافق
المجموع	3.55	0.835		موافق

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spss

من خلال الجدول يتضح لنا أن المتوسط العام لبعده توليد المعرفة ونقل المعرفة (3.39) وانحراف معياري (0.854) بمستوى متوسط واحتلت جيد واحتلت العبارة رقم 01 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.49) وانحراف معياري (0.943) تلتها العبارة رقم 02 بمتوسط حسابي (3.46) وانحراف معياري (0.943) وفي المرتبة الثالثة كانت العبارة رقم 01 بمتوسط حسابي (3.32) وانحراف معياري (1.146) المرتبة الأخيرة كانت من نصيب العبارة رقم 03 بمتوسط حسابي (3.31) وانحراف معياري (0.908)

من خلال تحليل الجدول يتضح لنا إجابات أفراد العينة كانت بمتوسطات حسابية متوسطة هذا ما يشير الى أن أفراد العينة ترى أن المنظمة لا تبدي اهتمام كبير بتطبيق المعرفة

2.5.5 مناقشة نتائج المتغير التابع (الميزة التنافسية المستدامة)

جدول 08: تحليل عبارات المتغير التابع (الميزة التنافسية المستدامة) بعد التكلفة

العبرة	المتوسط	انحراف معياري	الترتيب	المستوى
1- تعكس تكلفة المنتج المعرفة المطبقة لاجزائه	2.16	0.771	3	غير موافق
2- زيادة كمية الانتاج اعتمادا على ماتملكه المنظمة من معارف	3.23	1.016	2	محايد
3- تعمل المنظمة على خفض تكاليف الانتاج عن طريق تطبيق معرفة العاملين وخبراتهم	2.26	1.023	1	غير موافق
4- تساهم المعرفة التي تمتلكها المنظمة في خفض تكاليف الانتاج	2.17	1.075	4	موافق
المجموع	2.45	0.451		غير موافق

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spss

من خلال الجدول يتضح لنا أن المتوسط العام لبعده التكلفة (2.45) وانحراف معياري (0.451) بمستوى ضعيف واحتلت العبارة رقم 03 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2.26) وانحراف معياري (1.023) تلتها العبارة رقم 02 بمتوسط حسابي (3.23) وانحراف معياري (1.016) وفي المرتبة الثالثة كانت العبارة رقم 01 بمتوسط حسابي (2.16) وانحراف معياري (0.771) المرتبة الأخيرة كانت من نصيب العبارة رقم 04 بمتوسط حسابي (2.17) وانحراف معياري (1.075)

من خلال تحليل الجدول يتضح لنا إجابات أفراد العينة كانت

من خلال الجدول يتضح لنا ان المتوسط العام لبعده تخزين ونقل المعرفة (3.55) وانحراف معياري (0.835) بمستوى جيد واحتلت العبارة رقم 01 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.96) وانحراف معياري (0.824) تلتها العبارة رقم 04 بمتوسط حسابي (3.87) وانحراف معياري (0.886) وفي المرتبة الثالثة كانت العبارة رقم 02 بمتوسط حسابي (3.79) وانحراف معياري (0.880) المرتبة الرابعة كانت من نصيب العبارة رقم 03 بمتوسط حسابي (3.73) وانحراف معياري (0.974) أما المرتبة الخامسة كانت من نصيب عبارة رقم 08 بمتوسط حسابي (3.46) وانحراف معياري (0.974) المرتبة السادسة للعبارة 05 بمتوسط حسابي (3.37) وانحراف معياري (1.042) المرتبة السابعة كانت من نصيب العبارة رقم 07 بمتوسط حسابي (3.24) وانحراف معياري (0.939) أما المرتبة الأخيرة كانت من نصيب عبارة رقم 06 بمتوسط حسابي (3.00) وانحراف معياري (1.128)

من خلال تحليل الجدول يتضح لنا إجابات أفراد العينة كانت بمتوسطات حسابية جيدة هذا ما يشير الى أن أفراد العينة ترى أن المنظمة تهتم تخزين المعرفة أكثر من نقلها

جدول 07: تحليل عبارات المتغير المستقل (إدارة المعرفة) بعد تطبيق المعرفة

العبرة	المتوسط	انحراف معياري	الترتيب	المستوى
1- يطبق العاملون ما لديهم من معارف ومعلومات للوصول لتحقيق الأهداف	3.32	1.146	3	محايد
2- يوظف العاملون معلوماتهم ومعارفهم في حل المشكلات التي تواجههم	3.46	0.943	2	موافق
3- يؤخذ بعين الاعتبار عند تقييم أداء العاملين مدى تطبيقهم للمعرفة والمعلومات لديهم في مجال عملهم.	3.31	0.908	4	محايد
4- توجد رؤية واضحة لدى العاملين نحو طرق ووسائل تطبيق المعرفة في مجال العمل	3.49	0.943	1	موافق
المجموع	3.39	0.854		محايد

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spss

من خلال الجدول يتضح لنا أن المتوسط العام لبعده الإبداع (3.71) وانحراف معياري (0.589) بمستوى جيد واحتلت العبارة رقم 03 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.94) وانحراف معياري (0.814) تلتها العبارة رقم 04 بمتوسط حسابي (3.75) وانحراف معياري (0.859) وفي المرتبة الثالثة كانت العبارة رقم 01 بمتوسط حسابي (3.67) وانحراف معياري (0.911) المرتبة الأخيرة كانت من نصيب العبارة رقم 02 بمتوسط حسابي (3.49) وانحراف معياري (0.943)

من خلال تحليل الجدول يتضح لنا إجابات أفراد العينة كانت بمتوسطات حسابية جيدة هذا ما يشير الى أن أفراد العينة ترى أن المنظمة تهتم بالإبداع في المنتج هذا ما يعكس معرفة المنظمة.

6.5- تحليل واختبار فرضية الدراسة

يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$ لدور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الوطنية لقنوات الري مجمع (GRHYD)

جدول 11: نتائج تحليل التباين للانحدار لاختبار دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة

مستوى sig	A	B	درجة الحرية	F المحسوبة	R ²
0.000	0.609	1.622	1 66 67	257.5	0.416

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spss

من خلال الجدول نستنتج وجود اثر ذو دلالة إحصائية لإدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لان مستوى الدلالة (0.000) اقل من (0.05) وقيمة F المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية كما أن معامل التحديد R² يفسر أن ما قيمته 42% من التغيرات التي تطرأ على الميزة التنافسية المستدامة مصدرها إدارة المعرفة أما الباقي والذي يقدر ب 58% يعود لمتغيرات أخرى وعليه نقبل الفرضية التي مفادها " يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$ لدور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسة الوطنية لقنوات الري مجمع GRHYD "

مما سبق نستنتج معادلة خط الانحدار التالية

بحيث Y يمثل الميزة التنافسية المستدامة و X إدارة المعرفة

6. خاتمة

من خلال دراستنا لموضوع "إدارة المعرفة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية في المنظمات الاقتصادية دراسة المؤسسة

بمتوسطات حسابية ضعيفة هذا ما يشير الى أن أفراد العينة ترى أن المنظمة لا تعكس معرفتها في تكلفتها منتجاتها.

جدول 09: تحليل عبارات المتغير التابع (الميزة التنافسية المستدامة) بعد الجودة

العبارة	المتوسط معياري	انحراف معياري	الترتيب	المستوى
1- تلي منتجات المنظمة متطلبات الزبون	3.52	0.911	2	موافق
2- تمتلك المنظمة سياسة واضحة للجودة	3.19	1.282	4	محايد
3- تمتاز منتجات المنظمة بالجودة مقارنة بالمنافسين	3.85	1.019	1	موافق
4- تعمل المنظمة على نشر ثقافة الجودة بين العاملين	3.36	1.055	3	محايد
المجموع	3.48	0.643		موافق

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spss

من خلال الجدول يتضح لنا أن المتوسط العام لبعده التكلفة (3.48) وانحراف معياري (0.643) بمستوى جيد واحتلت العبارة رقم 03 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.85) وانحراف معياري (1.019) تلتها العبارة رقم 01 بمتوسط حسابي (3.52) وانحراف معياري (0.911) وفي المرتبة الثالثة كانت العبارة رقم 04 بمتوسط حسابي (3.36) وانحراف معياري (1.055) المرتبة الأخيرة كانت من نصيب العبارة رقم 02 بمتوسط حسابي (3.19) وانحراف معياري (1.282)

من خلال تحليل الجدول يتضح لنا إجابات أفراد العينة كانت بمتوسطات حسابية جيدة هذا ما يشير الى أن أفراد العينة ترى أن المنظمة تهتم بجودة المنتج ويعكس معرفة المنظمة

جدول 10: تحليل عبارات المتغير التابع (الميزة التنافسية المستدامة) بعد الإبداع

العبارة	المتوسط معياري	انحراف معياري	الترتيب	المستوى
1- تلي منتجات المنظمة متطلبات الزبون	3.67	0.911	3	موافق
2- تمتلك المنظمة سياسة واضحة للجودة	3.49	0.943	4	محايد
3- تمتاز منتجات المنظمة بالجودة مقارنة بالمنافسين	3.94	0.814	1	موافق
4- تعمل المنظمة على نشر ثقافة الجودة بين العاملين	3.75	0.859	2	محايد
المجموع	3.71	0.586		موافق

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spss

- 4-محمد الزيادات. (2008). اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة (المجلد الطبعة الأولى). عمان الأردن: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- 5-نبيل مرسي خليل. (1998). الميزة التنافسية في مجال الأعمال. مصر: مركز الاسكندرية للكتاب.
- 6-نوري منير. (2009). إدارة العلاقة مع الزبائن كإداة لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال-المتطلبات والتوصيات-. الملتقى الدولي الثالث حول إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة . جامعة العلوم التطبيقية الخاصة. عمان. الأردن.

باللغة الاجنبية

- 1-Aabid Hussain. N. & Chandran(2017). M. Knowledge Management as an important tool in Organizational Management. A Review of Literature IRHMST International Research Journal of Management Science@ Technology.
- 2-Batavia. C. & Nelson. M. P. (2017)Defending the Value of intrinsic value; A replay to Schaubroeck.2018. LTER arts humanities. environmental science collaborations View project. Conservation social science View project.
- 3-Christina Ling-hsing. c. & Lin. T.-C.(2015) The role of organizational culture in the knowledge management process. Journal of Knowledge Management 19(3).
- 4-Efraim. T. (2002). Information Technology for Management. New York: John Wily and Sons Inc.
- 5-hoffman. P. N.(2000) An examination of the sustainable competitive advantage concept;past,present.future. Academy of marketon science review vol2000.No4.
- 6-LEE. H. & Choi. b.(2003) Knowledge Management Enablers Proess and Organiational Performance: An Integrative View and Empirical Examination. Journal of Management Information Systems..
- 7-sivan. y. (2001). Nine Keys To Acknowledge infrastructure.A proposed Analytic Framework For Organizational Knowledge management. Harvard University. centre For Information Policy research.
- 8-Topaloglu. M. & Tekkanat. E. (2015)Identifying the Usage of information technologies and Literacy Levels. Procedia.Social and Behavioral Sciences 182.
- 9-Varnes. C.(2010) In tegrating Businesse Model and Strategy for Sustained Competitive Advantage. Departement of operation management.

كيفية الإستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA

المؤلفان وهيبية جزار و عاشور مزريق ، (2022)، إدارة المعرفة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية -دراسة المؤسسة الوطنية لقنوات الري مجمع (GRHYD)، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 14، العدد 02، جامعة حسيبية بن بوعلي بالشلف، الجزائر، الصفحات: 49-59

الوطنية لقنوات الري مجمع (GRHYD) اتضح أن هناك تأثير لإدارة المعرفة على بناء المزايا التنافسية المستدامة في المنظمة محل الدراسة وان الاعتماد على إدارة المعرفة بجوانبها الصحيحة و تطبيقها بصورة سليمة سيساهم وبدون شك في بناء مزايا تنافسية مستدامة للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية ومن أهم النتائج التي توصلنا إليها:

قبول الفرضية الرئيسية التي مفادها " يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ لدور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسة الوطنية لقنوات الري مجمع GRHYD "

2-المؤسسة محل الدراسة أثبتت تجاوبا اكبر مع بعد تخزين ونقل المعرفة أكثر من الأبعاد الأخرى بحيث بلغ متوسط تخزين ونقل المعرفة 3.55 ليليه بعد توليد المعرفة بمتوسط 3.49 وأخيرا بعد تطبيق المعرفة بمتوسط 3.39

3-المؤسسة محل الدراسة أثبتت تجاوبا اكبر مع بعد الإبداع أكثر من الأبعاد الأخرى في محور الميزة التنافسية حيث بلغ متوسط الإبداع 3.71 ليليه بعد الجودة بمتوسط 3.48 وأخيرا بعد التكاليف بمتوسط 2.45.

توصيات الدراسة:

-الانطلاق في تطبيق إدارة المعرفة بصورة سليمة تركز على أسس علمية (توليد،تخزين،نقل،تطبيق)

-إتباع الوسائل العلمية في تطبيق المعرفة ونشرها بين عمال المنظمة خاصة وان هذه الفئة تبدي الرغبة في التعلم.

-ضرورة تطبيق المعرفة في منتجات المنظمة وعدم الاكتفاء بتخزينها .

-العمل على تمييز المنتج المقدم للزبون بزيادة الإبداع و الجودة وعكس مستوى المعرفة في المنتج.

-تبني إدارة المعرفة بشكل اكبر للوصول الى ميزة تنافسية ومركز سوقي ممتاز.

تضارب المصالح

يعلن المؤلفون أنه ليس لديهم تضارب في المصالح.

- المصادر والمراجع

باللغة العربية

- 1-احمد بن خليفة. (2011). مساهمة إدارة المعرفة في تحسين عملية صناعة القرار الاستراتيجي بالمؤسسات الاقتصادية دراسة حالة: عينة من المؤسسات الاقتصادية - بالوادي. ماجستير المركز الجامعي الوادي، الجزائر.
- 2-بشار عباس الحميري، و عبد المهدي علي مظهر. دور النزاهة الاستراتيجي في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة (دراسة استطلاعية تحليلية لآراء عينة من العاملين في شركة التأمين العراقية العامة. مجلة كلية الادارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والادارية والمالية المجلد 11 العدد 2.
- 3-علي نبيل. (1999). العرب وعصر المعلومات. موسوعة عالم المعرفة (المجلد العدد184). الكويت: دار ميسرة للنشر والتوزيع.