

THE ROLE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT OPERATION IN ACHIEVING A COMPETITIVE ADVANTAGE AT AL RASHED BAQUBA BANKE

Taqee Zaidan MOHAMMED¹

Dr., Bilad Alrafidain University College, ALGERIA

Najat Shaker MAHMMOD²

Dr., Bilad Alrafidain University College, ALGERIA

Abstract:

This research aims to investigate the links and influences between Knowledge management processes which play a crucial role in gaining and sustaining a competitive advantage for organizations within the context of Rasheed Bank, Baqubah branch. The study seeks to develop a realistic model by addressing the research questions and determining the levels of research variables. Reviewing previous studies is an important step in conducting research and conceptual dialogues, the research will establish a clear vision and build a hypothetical model encompassing research hypotheses to be tested within the bank. The research will employ a descriptive analytical approach and utilize the five-point Likert scale for data collection. A sample size of 25 individuals, including managers, engineers, technicians, and workers from various departments, will be surveyed. The validity and reliability tests will be conducted on the research measurement tools, and statistical analyses such as mean, standard deviation, Spearman correlation coefficient, and regression equation will be employed to test the hypotheses. The findings of research can vary widely depending on the specific topic to validate most of the hypotheses, leading to several conclusions and recommendations. The research concludes with suggestions for future studies.

Key Words: Knowledge Management Operations Management (Knowledge Diagnosis, Knowledge Generation, Store Knowledge, Distribution and Spread The Knowledge, Knowledge Application). Competitive Advantage (Quality of Banking Operations and Low Cost).

 <http://dx.doi.org/10.47832/2717-8293.25.11>

¹  taghi@bauc14.edu.iq

²  Dr.najat@bauc14.edu.iq

دور عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية

تاغي زيدان محمد

م.م.، جامعة بغداد، الجزائر

نجاة شاكر محمود

د.، جامعة بغداد، الجزائر

الملخص:

يروم البحث بلوغ مجموعة الأهداف التي تتمحور في مضمونها حول بناء تصور واضح عن البعد المفاهيمي والعملي للروابط والتأثيرات بين عمليات إدارة المعرفة والميزة التنافسية وصولاً إلى بناء عمل لأنموذج واقعي عبر إيجاد حل ناجح لمشكلة الميدان وتساؤلاتها التي تركز حول تحديد مستوى متغيرات البحث في مصرف الرشيد فرع بعقوبه وكيفية ترجمة الطروحات الفكرية حول العمليات بين عمليات إدارة المعرفة والميزة التنافسية أي إطار عمل لدراسة وفحص واختبار فرضيات البحث عند الدور الذي يمكن أن تلعبه عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية . ولتحقيق هذه الغاية كان لابد من إجراء مناقشة عميقة للبعد الفلسفي والنظر لمتغيرات البحث وعند التجذبات الفكرية والحوارات المفاهيمية ومراجعته شاملة للدراسات السابقة التي درست متغيرين أو أكثر من متغير البحث للخروج بتصور واضح لبناء نموذج فرضي يتضمن فرضيات تتمثل اختبارات اثباتها في المصرف إذ تتمحور هذه الفرضيات حول وجود ترايط وتأثير معنوي بين عوامل البحث وقد اعتمد هذا البحث منهجين الأول المنهجي والمنهج الثاني المنهج التحليلي الوصفي باعتماد مقياس ليغارد الخماسي إذ استهدف البحث عينه من 40 فرد تتمثل تمثل مجتمع البحث من مدراء أقسام ووحدات ومهندسين وفنيين والعاملين في المصرف وبعد تقديم اختبار صدق وثبات أدوات قياس البحث جرى تحليل البيانات وفحص الفرضيات باستخدام الأدوات الإحصائية الملائمة مثل الوسط الحسابي والانحراف المعياري لقياس مستوى المتغيرات في المصرف ومعامل الارتباط سيرمان لاختبار العلاقة بين المتغيرات ومعادلة الانحدار لتأثير الاختبار وقد أظهرت نتائج البحث صحة أغلب الفرضيات بالاعتماد عليها وتمت صياغة عدد من النتائج والتوصيات وقد اختتم البحث مجموعة من التوصيات والمقترحات لدراسه مستقبلية أخرى.

الكلمات المفتاحية: إدارة عمليات إدارة المعرفة (تشخيص المعرفة، توليد المعرفة، خزن المعرفة، توزيع ونشر المعرفة، تطبيق المعرفة)، الميزة التنافسية (جودة العمليات المصرفية، التكلفة المنخفضة).

المقدمة:

لوحظ في نهايات القرن العشرين ظهور عدد من المصطلحات والنهج التنظيمية الجديدة في علم إدارة، مثل مراقبة.في الجودة الشاملة . بداية ال 90 من القرن الماضي، أخذت الحكومات الغربية تولي اهتماماً كبيراً للشركات والمنظمات مع مستوى أفضل من المعرفة، وهذا هو ، فهي تتميز بمستوى متقدم في كيفية اكتساب ومعالجة وتطبيق و "benefit.knowledge.In هذا السياق"ماهو"إدارة المعرفة" (Management) ومفهوم عمليات الإدارة، الذي يمكن للعاملين به من خلق المعارف والمهارات المكتسبة في الزمن والوضعية المناسبة وبسهولة، لغرض الاستفادة منها في تحقيق مستويات أعلى من الإنجاز. وبالأفراد ذوي الاختصاصات والقدرات المتميزة الذين يقومون بالأعمال الذهنية في أماكن العمل الذين يمتلكون أفكاراً وتجارباً ومعارفاً غير متاحة لدى المنظمة أو يصعب الحصول عليها بجهود ذاتية أظهرت كتابات (Charles Savage) المعنونه إدارة الجيل الخامس " هو مفهوم يُطلق على النهج الإداري الذي يستخدم في عصر المعرفة، والذي يُعتبر الفترة الثالثة للتطور الاجتماعي والاقتصادي الإنساني. في العصر الزراعي، الفترة الأولى، كانت الثروة مرتبطة بملكية الأرض، أما العصر الصناعي، الفترة الثانية، فاعتمدت الثروة على ملكية رأس المال، مثل المصانع. أما العصر المعرفي، الفترة الثالثة، فيستند الثراء فيه إلى امتلاك المعرفة والقدرة على استخدامها لإنتاج أو تحسين السلع والخدمات. وفقاً (Dalkir 2005:13) يقتصر نسبة العمال الزراعيين في هذا العصر على 2% من قوى العمل، بينما يعمل 10% في قطاع الصناعة. والباقي هم صنّاعُ معرفة. يُفهم من هذا النص أن العصر المعرفي هو فترة تحول في التطور الاجتماعي والاقتصادي، حيث يتركز الاقتصاد على إنتاج المعرفة واستخدامها بشكل فعّال. ويؤكد هذا التحول على أهمية العمل الذهني والمعرفة في خلق الثروة وتطوير المجتمعات. يُعتبر العاملون في مجال صناعة المعرفة (صناع المعرفة) جزءاً أساسياً من هذا العصر، حيث يستخدمون مهاراتهم ومعرفتهم لتحسين العمليات وتطوير الابتكارات في العديد من القطاعات المختلفة

الفصل الأول- المبحث الأول

منهجية البحث والدراسات السابقة

إشكالية البحث:

المادة الرئيسية لأسئلة البحث لتحديد مستوى عوامل البحث – العامل المستقل المتمثل بـ (عملية المعرفة) والعامل التابع المتمثل بـ (التنافسية) ، وكيفية تكامل المعرفة الأكاديمية حول عملية إدارة المعرفة وعملية إدارة المعرفة. تتم ترجمة أطروحة تحقيق الميزة التنافسية إلى إطار عملي واقعي لفحص واختبار القدرة التنافسية للبنوك لتلعب دور المعرفة العملية التنفيذية في تحقيق القدرة التنافسية. من هذه الأسئلة يتجلى واقع البنك على النحو التالي. السؤال الرئيسي للدراسة هو -ما هو دور إدارة المعرفة في تحقيق التنافسية؟- تم في دراسته الحالية التي تحاول سد جزء من ذلك الفراغ عن طريق الإجابة على التساؤلات التالية:

ما هو دور عمليات إدارة المعرفة (تشخيص وتوليد المعرفة) في تحقيق الصفة التنافسية . لدى مصرف الرشيد - بعقوبة
1- ما هو دور عمليات إدارة المعرفة خزن /اعلان وتوزيع/ تطبيق المعرفة " في تحقيق الصفة التنافسية . لدى مصرف الرشيد – بعقوبة

أهداف البحث:

1- معرفه دور إدارة المعرفة (تشخيص وتوليد المعرفة) في تحقيق الصفة التنافسيه لدى مصرف الرشيد -بعقوبه
2- معرفه دور إدارة المعرفة " خزن /نشر وتوزيع/ وتطبيق المعرفة " في تحقيق الصفة التنافسية لدى مصرف الرشيد – بعقوبه

فرضية البحث

الدراسة التي تمت مناقشتها هنا لها فرضيتان رئيسيتان
الفرضية الرئيسية الأولى: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات إدارة المعرفة والميزة التنافسية " جودة الخدمة المصرفية ."
الفرضية الرئيسية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين عملية إدارة المعرفة والميزة التنافسية (التكاليف المصرفية) التي اكتسبها مصرف الرشيد.تناقش هاتين الفرضيتين من خلال عدة فرضيات فرعية أخذت بنظر الاعتبار العلاقة بين تشخيص/توليد/خزن/نشر وتوزيع المعرفة والميزة التنافسية (جودة الخدمة المصرفية من جهة والتكلفة المصرفية) من جهة أخرى

منهج البحث

تم استخدام منهجية مرتكزة على المنهج الوصفي التحليلي المقارن في هذه الدراسة. وقد تطلبت هذه المنهجية أولاً تطوير هيكل نظري ومفاهيمي يشكل الإطار الأساسي لتطوير الفرضيات التي يمكن اختبارها. وتم ذلك من خلال تحليل إجابات الأفراد المشاركين في الدراسة حول سلوك متغيرات البحث في المصرف. تم تصميم استبانة بهذا الغرض انظر الملحق رقم (2)

حدود ونطاق البحث

-الحدود الزمانية1

استخدم البحث في جانبه الكمي(تحليل المحتوى) الفترة الزمنية (شهر كانون الثاني وشباط واذار ونيسان، 2023) وأن جمع البيانات الكمية وتحليل نتائجها واعداد الاستبانة وتوزيعها وتحليل نتائجها استغرقت مدة أربعة أشهر فقط

- المكانية2

تم اختيار قطاع المصرفية (مصرف الرشيد في محافظة ديالى - بعقوبة) كمثال ملائم لدراسة عمليات إدارة المعرفة ، والسبب في ذلك أن قطاع المصرفية، يبرز المصرف المذكور كمرشح مناسب لدراسة موضوع عمليات إدارة المعرفة، نظرًا لظهور سلوكيات وممارسات إدارة المعرفة بشكل أكثر وضوحًا فيه.

الطريقة الإحصائية المستخدمة

أجرى الباحثين بتكليف المعلومات المستخلصة من الاستبيان بتطبيق الأساليب الإحصائية الحديثة

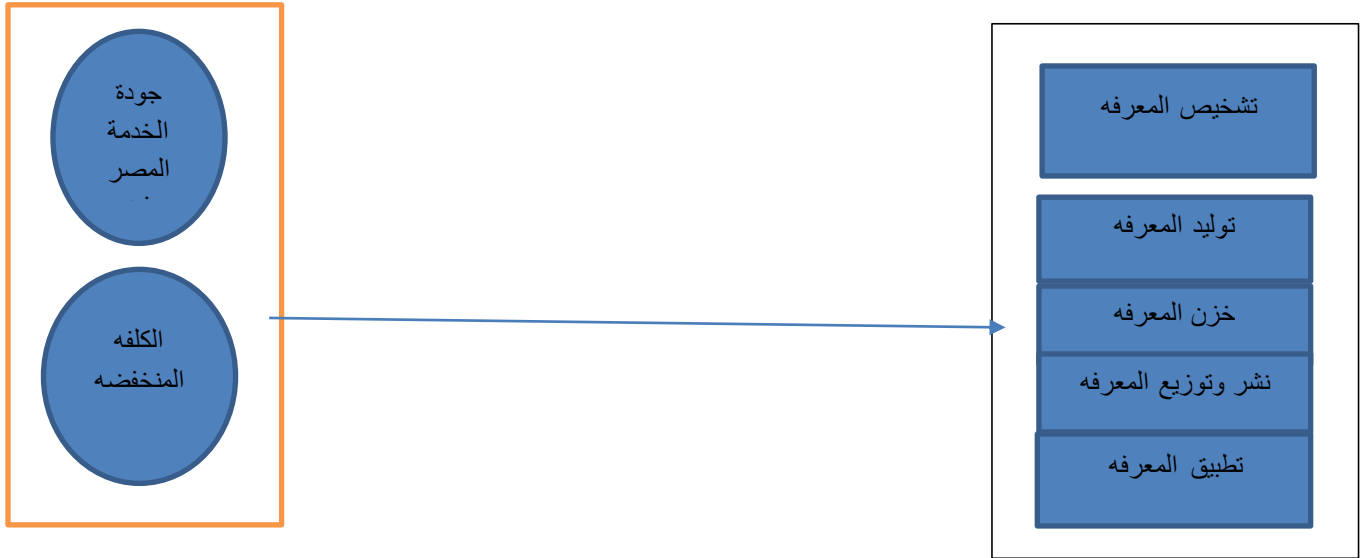
المتوسط الحسابي: فهم مستوى كل متغير من متغير البحث على المستوى العام ومستوى البعد.

معامل الاختلاف: يقيس التشتت النسبي لقيمة الإجابة ومتوسطها الحسابي وهي نسبة مئوية.

معامل الارتباط (سبيرمان) يقيس الارتباط بين المتغيرات

(SPSS) استخدم برنامج إحصائي جاهز

المعامل المستقل المعامل التابع
عمليات إدارة المعرفة الصفة التنافسية



دور عمليات إدارة المعرفة في تحقيق التنافسيه مصرف الرشيد- بعقوبه

مجموعات البحث وعيناتهم

وتم تحديد عينة البحث في مصرف الرشيد/ بعقوبه ممثله في الموظفين ومدراء الشعب في المصرف والبالغ عددهم 40 موظف وموظفة. اعتمد على الاستبانة للتزود بالمعلومات اللازمه من خلال أفراد العينه لتوفير الوقت والجهد صممت الأسئلة ذات النهايات المغلقه لسهولة الإجابه عليها من قبل المبحوثين ولسهولة تحليل النتائج تضمنت الاستبانة ثلاثة أقسام حيث شمل القسم الأول المتغيرات الديمغرافيه مكونة من فقرتين وهي الجنس والتحصيل الدراسي والقسم الثاني تضمن عمليات إدارة المعرفة، تم استخدام مقياس ليكرت المكون من خمس نقاط لقياس استجابات المستجيبين لعناصر الاستبيان

التعريف الإجرائي لمتغيرات الدراسة

المعامل التابع " صفة تنافسية - 1"

الاستراتيجية التنافسية هي العنصر الذي يمكن تحقيقه إذا اتبعت المنظمة استراتيجية تنافسية محددة ، حيث يتم تعريف الاستراتيجية التنافسية على أنها مجموعة شاملة من الإجراءات التي تؤدي إلى التفوق المستمر على المنافسين. يتضمن التحقيق الناجح لهذه الاستراتيجية ثلاثة مكونات رئيسية ، وهي طريقة المنافسة ومكان المنافسة وأساس المنافسة. (مرسي ، 2007). يتم تضمين المعامل (تكلفة منخفضة - جودة الخدمات المصرفية)

2- المعامل المستقل (عمليات إدارة المعرفة) :

الأنشطة والإجراءات التي تساعد المؤسسات على استحداث وتطبيق الخبرات والمعرفة وتنظيم العمليات والمعلومات ونشرها تعتبر أساسية للنجاح في الأنشطة الإدارية واتخاذ القرارات. فيما يلي بعض الإجراءات والأنشطة التي يقوم بها المدبرون والمهندسون والفنيون لتحقيق ذلك.

1- تشخيص المعرفة: الهدف من تشخيص المعرفة هو نوع المعارف المتوفرة في المنظمة وأماكن توفرها داخلياً، والأشخاص الحاملين لها ومواقفهم تكمن يفهم تشخيص المعرفة نوع المعرفة المتاحة للمؤسسة بحيث يمكن تحديد الثغرات لأن الهدف هو اكتشاف المعرفة ومن يمتلكها وأين في الاكتشاف والبحث (حسين عجلان 26-27)

2- توليد المعرفة: المنظمات نحو توليد واستخدام المعرفة والخبرات وتنظيم العمليات والمعلومات من خلال مجموعة من الإجراءات والأنشطة التي تهدف إلى تحقيق ذلك. لغرض توضيح بعض الإجراءات والأنشطة التي يقوم بها المدبرون والمهندسون والفنيون لتحقيق هذا الهدف. (جمال يوسف، 2013 26-62).

3- خزين المعرفة: هو النشاط الذي يهدف إلى الاحتفاظ بالمعرفة وترميزها وتنظيمها بطريقة تسهل استرجاعها عند الحاجة. يتضمن هذا النشاط عدة إجراءات وأنشطة تهدف إلى ضمان سهولة وفعالية استخدام المعرفة المخزنة.

4- نشر وتوزيع المعرفة: توفير الأنشطة والتسهيلات التي تساعد على إيصال المعرفة والمعلومات إلى العاملين والزبائن من خلال شبكة معلومات داخلية تعتبر أمراً مهماً لتعزيز التواصل وتبادل المعرفة داخل المؤسسة وهي مشاركة المعرفة بين الأفراد العاملين في المنظمة أو بين الاقسام عند مزاولة العمل مثل البيانات اللازمة لتوفير المواد الأولية أو خطة التوزيع الطارئة. (Sarvary, 1999)

5- تطبيق المعرفة: يعني توظيف المدبرين والعاملين للمعرفة والمعلومات المتاحة في أعمالهم أو في تحسين وتطوير عمليات المصرف. يعتبر هذا التطبيق جزءاً من النهج العلمي والاحترافي لإدارة المصرف وتنفيذ الأنشطة اليومية بكفاءة عالية.

الدراسات السابقة

1-دراسة (مجد، 2006) ، المعنونة "الإبداع والتنافسية وتأثير في إدارة المعرفة " هذا بحث تشخيصي ومقارنة من قبل الشركة العامة لصناعة الجلود والمركز القومي للتطوير الإداري والاستشارات ، تهدف الدراسة إلى اختبار أثر إدارة المعرفة في الابتكار والتنافسية ومقارنة ذلك بين منطمتين عراقيتين، إحداهما صناعية "المؤسسة العامة للصناعات الجلدية" والأخرى منظمة معرفية " المركز الوطني للاستشارات والتطوير الإداري " . استخلص البحث عدة استنتاجات ، من بينها: أن تأثير إدارة المعرفة في التنافسية من خلال الابتكار كان أكبر من تأثيرها بشكل معزول إحصائياً. كما أظهرت النتائج أن تأثير عمليات واستراتيجيات إدارة المعرفة في الابتكار والتنافسية، من خلال المعرفة السوقية والتنافسية، كان أكبر من تأثيرها بشكل معزول إحصائياً، مما يشير إلى أهمية كلا النوعين من المعرفة في زيادة حجم التأثير وتفاوتها من متغير إلى آخر. تدعم هذه الدراسة الاتجاهات العامة للبحث الحالي في هذا المجال.

2-دراسة بوركوة عبد المالك، 2012، المعنونة "إدارة المعرفة كمدخل لتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية لشركة نجمة للاتصالات". دراسة حالة تهدف إلى ربط تأثير اعتماد مدخل إدارة المعرفة وفعاليتها في بناء وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة، مما يساعدها على البقاء والنمو. ، توصلت الدراسة إلى تأكيد فرضياتها وأثبتت صحتها. هذه الدراسة تؤكد اتجاهات البحث الحالية المتعلقة بدور عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية.

دراسة 3- (El-Kot & Gamal, 2010)

" كيف تقود إدارة المعرفة القدرة التنافسية في شركات البرمجيات المصرية؟ " هدف الدراسة هو التحقيق في العلاقة بين إدارة المعرفة والابتكار التنظيمي وتنافسية المنظمة في السياق المصري. أظهرت الدراسة أن الابتكار يشكل وسيطاً بين إدارة إدارة المعرفة والميزة التنافسية . قدمت الدراسة تفسيرات عملية لآليات تأثير إدارة المعرفة على التنافسية، وقد قدمت أيضاً أدلة على أهمية إدارة المعرفة في تعزيز الميزة التنافسية. هذه النتائج تعزز البحث الحالي في توجهاته الأساسية وتوفر أدلة علمية واحترافية للمديرين حول أهمية إدارة المعرفة في تعزيز التنافسية.

دراسة 4- (Danskin Engle's et al., 2006)

"استخدام إدارة المعرفة لاكتساب ميزة تنافسية في سلسلة قيمة المنسوجات والملابس: مقارنة الشركات الصغيرة والكبيرة" يهدف هذا البحث إلى مقارنة الممارسات في اكتساب واحتفاظ وإدامة واسترجاع المعرفة في المنظمات، وذلك من خلال استخدام الذاكرة التنظيمية وسلسلة القيمة توصلت الدراسة إلى أن الشركات الكبيرة تختلف عن الشركات الصغيرة في كيفية إدارة المعرفة داخلياً وخارجياً. فقد طورت الشركات الكبيرة أنظمة ذاكرة تنظيمية أكثر تطوراً، بينما لا تحتاج الشركات الصغيرة إلى هياكل معرفية رسمية مثل تلك الموجودة في الشركات الكبيرة. وجدت الدراسة أيضاً أن كلا الشركتين الكبيرة والصغيرة تتمتعان بمستوى جيد في مشاركة المعرفة بين الموظفين. وبالتالي، فإن الدراسة تدعم البحث الحالي في توجيهها لاستخدام الاستبانة في بعض جوانب إدارة المعرفة.

دراسة 5- (Holsapple et al,2007)

المعنونة " ربط المعرفة بالقدرة التنافسية: أدلة سلسلة المعرفة وملحقاتها" هدفت الدراسة إلى ربط إدارة المعرفة بالتنافسية وتحديد مدى مساهمة كل نشاط من أنشطة إدارة المعرفة في تحسين تنافسية المنظمات. وحددت الدراسة تسعة أنشطة لإدارة المعرفة أربعة منها أولية (اكتساب، اختيار، توليد، نشر، تطبيق) وثلاثة منها ثانوية (قيادة المعرفة، تنسيق المعرفة، رقابة المعرفة، قياس المعرفة). أما التنافسية فقد تم قياسها بأربعة متغيرات (الإنتاجية، الخفة، الإبداع، السمعة). ووجدت الدراسة أن هذه الأنشطة التسعة تمثل العناصر الأساسية لأنموذج سلسلة المعرفة، وأن كل منها يمكن أن يؤدي بطريقة معينة إلى تحسين تنافسية المنظمة بنسبة معينة. الاستفادة كانت من تحديد هذا البحث بعض الأبعاد في إدارة المعرفة وبعد الإنتاجية للتنا

الفصل الأول- المبحث الثاني

الجانب النظري

أولاً عمليات إدارة المعرفة

تمهيد:

دلالة إدارة المعرفة مفهوم قديم رغم أنه مصطلح حديث ، وهي معنى تهتم بها الحضارات في عصور التاريخ. تهدف إلى تعزيز مكانتها كأداة فعالة لمساعدة الشركات المعاصرة على دخول عصر المعلوماتية والمعرفة يتضمن هذا المبحث إلى عرض المحاور أدناه:

أولاً: مفهوم إدارة المعرفة (تعريف المفاهيم الواردة في البحث) يستخدمه العديد من الباحثين مفهوم إدارة المعرفة من جوانب عديده ولكن جميعها تشترك بأن إدارة المعرفة وسيلة تستخدمها المنظمة لتحقيق الترابط في التنظيم و الإدارة ومن هؤلاء الباحثين (درويش، ياسين، Loudon، Hellrigels locum&john).

إدارة المعرفة هي عملية شاملة ومحددة جيداً تهدف إلى دمج نشاطات إدارة المعرفة ، وإعادة الهيكلة وحذف القيود ، والمساعدة في تطوير المنظمات وتغييرها لتلبية متطلبات المحيط الاقتصادي.

ويدعم (O'Brien,et al., 2011: xiv) ذلك بتأكيد على عدّ المعرفة مفتاح إلى قدرة الشركات على النجاح في الإبداع.

ثانياً: مكونات عمليات إدارة المعرفة :

تشمل معالم ومكونات المعرفة قيادة المنظمة تلعب دوراً حاسماً في تعزيز عمليات إدارة المعرفة، إذا كانت المنظمة ترغب في استغلال وتعزيز المعرفة المتاحة لديها فإن القادة يكونوا رواداً بهذا الصدد لأسباب منها إنشاء ثقافة المعرفة، واحدة من أهم أهداف إدارة المعرفة هي استخلاص الحكمة من معرفة العاملين والاستفادة منها بشكل كامل. (جمال يوسف، 2014).

ثالثاً: أهداف عمليات إدارة المعرفة :

أهمية إدارة المعرفة تتمثل في استخلاصها من منابعها و تخزينها بشكل فعال، واستخدامها مرة ثانية في تطوير الحلول للمعضلات التي تواجه المؤسسة. وتعزز إدارة المعرفة جذب رأس المال الفكري للمؤسسة وتعزيز قدرتها على التنافس من خلال تعزيز مستوى معرفة أفرادها. (سعد مرزوق العتيبي، 2010 – ص 27)

رابعاً: نماذج عمليات إدارة المعرفة:

ليونتيونديس (Leontioudes,2001) هو نموذج تُستخدمه المؤسسات لتنفيذ فعاليات إدارة المعرفة. توظيف إدارة المعرفة يعتبر أمراً حيويًا لنجاح المؤسسة، أن إنشاء بنية تحتية هو هدف المؤسسة لكي تدعم تدفق المعرفة، بما في ذلك تجميع وتنظيم وتحليل وتوزيع المعرفة خارجياً وداخلياً. يتضمن ذلك إنشاء قواعد المعرفة وقواعد البيانات.

خامساً: العمليات الإستراتيجية لإدارة المعرفة

استراتيجيات عمليات إدارة المعرفة تعد مدخلاً تتبعه المنظمات لضمان توافق مواردها وقدراتها المعرفية مع احتياجات استراتيجية أعمالها . لصياغة استراتيجية إدارة المعرفة بشكل احترافي، 1999 يتم عندئذ تحديد المعرفة الموجودة وتحديد مناطق القوة والضعف والتهديد البيئي والفرص.. (Zack,1999).

الصفة التنافسية

هي أهمية الإبداع المستدام والملائمة مع التغيرات في البيئة التنافسية. تقديم منتجات أو خدمات فريدة أو أساليب عمل جديدة تتفوق على المنافسين وتلبي حاجات ومتطلبات الزبائن بشكل مؤكد من خلال.

أولاً: مفهوم الصفة التنافسية الموقف التنافسي هو العامل الأكثر أهمية لتقدم مؤسسات الأعمال (Competitive position. 2005 : 282). قدرة الصفة التنافسية على تفوق الشركة على المنافسين في التكلفة، ومن هذا التعريف يستنتج الباحث بأن الصفة التنافسية تعني تفوق المؤسسة على المنافسين الآخرين من خلال الكلفة.

ثانياً: الميزة التنافسية وأهميتها :

تعتبر عاملاً حاسماً في استراتيجية وإدارة المنظمات، وتشير إلى الخصائص أو العوامل التي تجعل المؤسسة متفوقة على منافسيها في سوق معين. أو العلامة التجارية القوية، وهذه تمنح المنظمة موقعاً متميزاً في السوق.. (40c2 epil-1992). يجب أن تكون المؤسسة لها القابلية على تحليل بيئة العمل داخلياً وخارجياً بشكل جيد لاستغلال الفرص وتجاوز التحديات.(Lyanh-2000-153). أن تحديد المنظمات الناجحة عن غيرها يكون من خلال معيار الصفة التنافسية(2000-89- tampot).

ثالثاً: الاسبقيات التنافسية :

يعرفها (krajewski & ritzman, 2005) على أنها "الأبعاد التي يتطلب من إدارة العمليات أن تمتلكها لغرض تمكين المنظمة من الاستجابة لطلب السوق الذي تتنافس المنظمة فيه" من خلال الكلفة أن تسعى المنظمات التي تتنافس على أساس الكلفة وباستمرار على استبعاد أنواع الضياع والتلف والعيوب . ويضيف (krajewski &ritzman,2005) بأن التركيز على أسبقية الكلفة يحتم على المنظمة تصميم نظام إنتاجي يسعى إلى تخفيض الكلفة للوحدة المنتجة إلى أدنى حد ممكن . المرونة التي تمثل القدرة على التأقلم مع الكثير من مزيج المنتجات وكبر حجم الانتاج أو تصميم المنتج ، إن إمكانية المؤسسة في تلبية التنوع في الإنتاج تتضمن المرونة في إنتاج واسع من المنتجات. (mcdonLand)و(federal express) تتنافس في الغالب على أساس السرعة لتحكيم الحلقات (الارتباط) ويتم تفويض المستويات الأدنى في المنظمة عملية اتخاذ القرار .

الفصل الثاني

النتائج والتحليل

العلاقة بين فعاليات إدارة المعرفة والصفة التنافسية في مصرف الرشيد -بعقوبة

عرض النص المذكور بعض الأفكار المتعلقة بأهمية المورد البشري في الإدارة الاستراتيجية وقيمه في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة. يشير النص إلى أن الموارد البشرية يجب أن تكون ثمينة ونادرة وغير قابلة للاستبدال بديلاً لتكون استراتيجية. إن تخصيص الاستثمارات الكافية لتعظيم إنتاجية المورد البشري يُشير إلى أن المعرفة في عقول البشر تكون أكثر قيمة من الخامات وحتى رأس المال. (مصطفى أحمد سيد، 2001، ص 144)

الجنس والتحصيل الدراسي

ولغرض توضيح عينة البحث حسب متغير الجنس تبين أن عدد الذكور بلغ التكرار 17 أما النسبة المئوية 42.5% أما معدل التكرار للإناث بلغ 23 بسبة 57.5% أي أن نسبة الذكور أكثر من الإناث. أما التحصيل الدراسي وكما مبين في الجدول (2) عدد الموظفين الحاصلين على شهادة الدراسة الإعدادية (6) موظفين و (8) من حملة شهادة الدبلوم أما من العاملين اللذين يحملون شهادة البكالوريوس بلغ (25) موظف أما الدراسات العليا فقط (1) موظف .

معامل الثبات(الفا كورنباخ)

استخدم مقياس الفا كورنباخ لقياس ثبات الاستبانة وهي صالحه للتطبيق على عينة البحث وتبين أن معاملات مرتفعه من خلال من خلال النتائج الموضحة في الجدول أدناه .

جدول رقم (1) معامل الفا كورنباخ

ت	متغيرات إدارة المعرفة	عدد الفقرات	معامل كورنباخ
1	تشخيص المعرفة	4	0,86
2	توليد المعرفة	4	0,88
3	خزن المعرفة	4	0,92
4	نشر وتوزيع المعرفة	5	0,84
5	تطبيق المعرفة	4	0,94
	المجموع	21	0,89

تحليل واستعرض نتائج معاملات الدراسة :

هذا الجزء هو محاولة عرض وتحليل نتائج متغيرات البحث وفق إجابات مجتمع الدراسة كالآتي:

إدارة المعرفة : (المعامل المستقل)

الجدول أدناه رقم (2) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لمجاميع إجابات

المعامل المستقل

معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
%10	0.36	3.60	عمليات إدارة المعرفة المعامل المستقل

1- تشخيص للمعرفة: أنتجت العملية وسطاً حسابياً عاماً (3.72) وانحرافاً معيارياً عاماً (0.61). ومعامل اختلاف عام

(16.39%) المصارف تعتمد في تشخيص الحاجة للمعرفة على الخبرات الداخلية أكثر من المتغيرات الأخرى

2- توليد المعرفة: حققت وسطاً حسابياً أعلى من الوسط الحسابي النظري ومعامل اختلاف أقل، حيث بينت النتائج

أن المصارف تعتمد على الخبرات في العمل المصرفي إلى إن الاعتماد محدود وغير كاف كما يرى الباحث أن اعتمادهم

على الخبرات الخارجية هو اعتماد ضعيف وهذا ما يشكل نقطة ضعف لمصرف الرشيد.

3- خزن المعرفة: أظهرت العملية الوسط الحسابي (4.16) وانحرافاً معيارياً (0.50) ومعامل اختلاف (% 12.1) أي إن

الوسط الحسابي النظري أكبر وأكثر تشتتاً من الوسط الحسابي ، ومن هنا نجد أن عملية الحفاظ على المعرفة حققت

وسطاً حسابياً أعلى من الوسط الحسابي النظري وهذا مؤشر على أن هناك اهتماماً بهذه العملية خاصة اعتماد المصرف

على الحاسبات في الحفاظ على المعرفة لأنها حققت وسطاً حسابياً أعلى، وذلك راجع إلى اعتماد المصارف على نظام

الأرشفة

4- توزيع المعرفة: تناولت العملية وسطاً حسابياً عاماً (3.71) وانحرافاً معيارياً عاماً (0.57) ومعامل اختلاف عام

(15.36%) ومن خلال النتائج المتحصل عليها يتبين ضعف هذه العملية في المصرف خاصة في اعتمادها على الأدوات

الإلكترونية، حيث حققت أقل وسط حسابي من بين المتغيرات الأخرى فضلاً عن وجود تشجيع لتبادل المعرفة بين

العاملين لإيصالها للشخص المناسب وفي الوقت المناسب

5- تطبيق المعرفة: نتجت من العملية وسطاً حسابياً عاماً (3.81). وانحرافاً معيارياً عاماً (0.68) ومعامل اختلاف عام

(17.84%). ومن خلال النتائج يمكن القول إن تطبيق المعرفة حقق وسطاً حسابياً أعلى من الوسط الحسابي النظري

أي إن المصرف يعتمد بشكل كبير على عملية التدريب وكذلك في تشكيلها للجوانب لتطبيق معارفها وحسب الجدول رقم

(3)

جدول رقم (3) عمليات إدارة المعرفة (المعامل المستقل)

الفقره	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
تشخيص المعرفة	3.72	0.61	16.39%
توليد المعرفة	3.83	0.41	12.1%
خزن المعرفة	4.16	0.50	12%
توزيع ونشر المعرفة	3.71	0.57	15.36%
تطبيق المعرفة	3.81	0.68	17.84%

الميزة التنافسية (المعامل التابع المتوسط الحسابي): قد تم تحقيق متوسط حسابي له قيمة 3.52. يعد المتوسط الحسابي قيمة تمثل القيمة المتوسطة للمتغير التابع.

الانحراف المعياري: قد تم تحقيق انحراف معياري بقيمة 0.59. يعد الانحراف المعياري قيمة تعكس درجة التشتت أو التباين في البيانات المستخدمة للدراسة

معامل الاختلاف: تحقيق معامل اختلاف بنسبة 16.76%. يشير معامل الاختلاف إلى نسبة الاختلاف بين القيم الفردية في البيانات المستخدمة وهذا ما تم عرضه في الجدول رقم (4)

جدول رقم (4) الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لمعامل الميزة التنافسيه

المعامل التابع	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
الميزة التنافسيه (المعامل التابع)	3.52	0.59	16.76%

وتم قياس هذا المعامل من خلال معيارين هما:

1- كفاءة العمليات المصرفية : بناءً على البيانات المذكورة، يبدو أن الخدمات التي يقدمها مصرف الرشيد لا تتمتع بجودة عالية، ويشير معامل الاختلاف (18.56%) إلى وجود تباين بين البيانات. وبناءً على هذه النتائج، يجب على مصرف الرشيد أن يولي اهتمامًا خاصًا لهذا الجانب ويعمل على تحسين جودة خدماته المصرفية.

2- التكلفة المنخفضة: وفقًا للتحليل المذكور، فقد تم تحقيق مستوى متوسط للتكلفة المنخفضة بناءً على القيم المذكورة، وتشير النتائج إلى وجود توجه نحو تخفيض التكاليف الإدارية في المصرف، مما يؤدي إلى تبسيط الإجراءات الإدارية وتخفيض المدة المطلوبة لتقديم الخدمات. كما يشير تخفيض كلفة الخدمة المقدمة للعميل، بالإضافة إلى انخفاض التكاليف التسويقية، وجدول رقم (5) يوضح ذلك

جدول رقم (5) متغيرات الميزه التنافسية

الفقره	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
جودة الخدمة المصرفية	3.07	0.57	18.56%
التكلفة المنخفضة	3.74	0.71	18.98%

فحص الفرضية الأولى:

هنالك علاقة ذات دلالة معنوية بين عمليات إدارة المعرفة "تشخيص، توليد، خزن، توليد ونشر، وتطبيق المعرفة" ومتغيرات الميزه التنافسية (كفاءة الخدمات المصرفية).

نلاحظ أن قيمة "الوسط الحسابي" أعلى من وسط أداة القياس البالغ (3 ليكرت) بنسبة (72%) للأسئلة مجتمعة (الممثلة بعمليات إدارة المعرفة) (3,60) وهي نسبة مرتفعة تزيد عن النسبة المعتمدة البالغة (60%) وبمعامل اختلاف مقداره (10%) يقل كثيراً عن النسبة المعتمدة البالغة (50%)، مما يؤشر إلى أن هناك توفيق في إجابات المستجيبين، تم تطبيق فحص One Sample T- test لتأكيد التحليل السابق لاختبار مدى وجود دلالة إحصائية في الفرق بين الوسط الحسابي (3,6) ووسط أداة القياس البالغ (3) وهذا يدل على وجود فرق معنوي بين متوسط أداة القياس (3 ليكرت) والوسط الحسابي لإجابات أفراد المجتمع

فحص الفرضية الثانية:

هنالك علاقته ذات دلالة معنوية بين متغيرات الصفة التنافسية (كفاءة الخدمات المصرفية) مع عمليات إدارة المعرفة "تشخيص، توليد، خزن، توليد ونشر، وتطبيق المعرفة"

بأن قيمة الوسط الحسابي للأسئلة مجتمعة (الممثلة للميزة التنافسية) (3,52) وهي أعلى من وسط أداة القياس البالغ (3 ليكرت) بنسبة (70,4%) وهي مؤشر عالي تزيد عن النسبة المعتمدة البالغة (60%) وبمعامل اختلاف مقداره (16,76%) يقل كثيراً عن المؤشر المعتمد البالغ (50%)، مما يشير إلى وجود انسجام في إجابات المستجيبين، لاختبار مدى وجود دلالة إحصائية في الفرق بين الوسط الحسابي (3,6) ووسط أداة القياس البالغ (3 ليكرت). لتأكيد التحليل السابق تم استخدام فحص T- test.

لقد بلغت قيمة معامل الارتباط بين (تشخيص المعرفة) والميزة التنافسية التنافسيه وحسب معامل سبيرمان بنسبة (0.067) قيمة موجبة ودالة إذا بلغت قيمة t المحسوبه (0.8.47) وهي أكبر من قيمتها الجدولية والبالغة 1099 وهذا يعني بأن هناك علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين تشخيص المعرفة والميزة التنافسية وهكذا نلاحظ أن هنالك معاملات دالة موجبة لجميع معاملات الارتباط بين أبعاد (عمليات إدارة المعرفة والميزة التنافسية) هي وكما موضح في أدناه:

جدول رقم (6) معامل ارتباط سبيرمان مع t-test للارتباط بين متغيرات عمليات إدارة المعرفة والميزة التنافسية

الأهمية	t-test	Rs	متغيرات عمليات إدارة المعرفة
3	8,47	0,057	تشخيص المعرفة
4	8,24	0,066	توليد المعرفة
5	7,81	0,064	خزن المعرفة
1	13,44	0,082	نشر وتوزيع المعرفة
2	12,09	0,079	تطبيق المعرفة

الفصل الثالث : النتائج والتوصيات

النتائج

- 1- تشخيص المعرفة: المعطيات تشير إلى أن المصارف يعتمدون على الخبرات الداخلية في تشخيص الحاجة للمعرفة بشكل أكبر من المتغيرات الأخرى.
- 2- توليد المعرفة: يتضح أن المصارف تعتمد على الخبرات في العمل المصرفي، ولكن يعتبر الاتكال المحدود على الخبرات الخارجية نقطة ضعف لمصرف الرشيد. ينصح الباحث بالاستفادة من التجارب والمواقف السابقة لتعزيز التعلم التنظيمي.
- 3- خزن المعرفة: يشير الوسط الحسابي الأعلى والتشتت الأقل في عملية الحفاظ على المعرفة إلى اهتمام المصرف بتلك العملية، وخاصة استخدام التكنولوجيا وماتوفره في الحفاظ على المعرفة من خلال نظام الأرشفة 4- توزيع المعرفة: تظهر النتائج ضعف عملية توزيع المعرفة في المصرف، وخاصة فيما يتعلق باعتمادها على الأدوات الإلكترونية. ينصح بتشجيع تبادل المعرفة بين العاملين في المصرف لنقلها للشخص المناسب وفي الوقت المناسب.
- 5- تطبيق المعرفة: يبدو أن المصرف يعتمد بشكل كبير على عملية التدريب وتهيئة اللجان لتطبيق المعرفة. البيانات.
- 6- وجود ضعف بنسبة كبيرة في اعتماد المصرف على تكنولوجيا المعلومات المساعدة لعمليات إدارة المعرفة مما أدى إلى ضعف في جودة الخدمات وكذلك ضعف في الاستجابة لطلبات العملاء.
- 7- ووفقاً لنتائج اختبار العلاقات توصلت الدراسة عن وجود علاقة معنوية بين عمليات إدارة المعرفة والميزة التنافسية إذ حققت نسبة الارتباط 54%

المبحث الثاني : التوصيات

- 1- يجب أن يكون لدى مصرف الرشيد- بعقوبة رؤية استراتيجية لكسب المعرفة وتلبية الاحتياجات التنافسية والوظيفية. يمكن تحقيق ذلك من خلال تطوير برامج تدريبية وتعليمية للعاملين في المصرف لتعزيز قدراتهم ومهاراتهم المهنية. يجب أيضاً تعزيز ثقافة المعرفة في المصرف من خلال تشجيع عمليات التعلم المستمر وتبادل المعرفة بين الموظفين.
- 2- يعد تخصيص فريق مهني متخصص في إدارة المعرفة ضرورياً لتحقيق الفوائد المرجوة. يقوم هذا الفريق بمهام إدارة وتنسيق أنشطة المعرفة في المصرف بشكل شامل.
- 3- تبني ثقافة الانفتاح مع الجميع والانفتاح بالمعرفة والمعلومات والاتصالات وكذلك ضرورة ترسيخ ثقافة التوجه نحو تحقيق الميزة التنافسية في المصرف و الاهتمام اكثر بتعزيز القيمة المضافة للمصرف

أولاً: المصادر العربية:

- 1-الزيادات، مجد عواد، اتجاهات معاصره في إدارة المعرفة،الطبعة الأولى دار الصفاء للنشر والتوزيع ،عمان 2008 ص120
- الطويل أكرم مجد، وسلطان حكمت رشيد، العلاقة المجلة العربية للإدارة، المجلد 26، العدد الأول، مصر
- 3-المغربي _2002، أطروحة دكتوراه غير مشورة، جامعة دمشق، ص75
- 4-ادهام(عبد الستار، ابراهيم)2015 اطروحة دكتوراه فلسفة إدارة الاعمال، تنافسية منظمات الاعمال طبقا لدور إدارة المعرفة في التوجه نحو الزبون باستخدام معيار القيمة المضافة - كلية الإدارة والاقتصاد- جامعة بغداد
- 5-بوركو عبد المالك، 2012، إدارة المعرفة كمدخل لتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية لشركة نجمة للاتصالات، رسالة ماجستير، جامعة منتوري، الجزائر.
- 6-بدير(جمال ،يوسف) 2013، كتاب اتجاهات حديثة في إدارة المعرفة والمعلومات، دار كنوز المعرفة العلمية
- 7-بدير(جمال. يوسف) 2014، إدارة المعرفة في تكنولوجيا المعلومات، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع
- 8- سعد مرزوق العتيبي/ مركز المدينة المنورة للعلوم الهندسية موسوعة ويكيبيديا "النسخة العربية" المنتدى العربي لإدارة الموارد البشرية .أحسنية زايدى 27- 2010
- 9-مجد، خميس ناصر، 2006، أثر إدارة المعرفة في الإبداع والتنافسية:دراسة تشخيصية مقارنة في الشركة العامة للصناعات الجلدية والمركز الوطني للاستشارات والتطوير الإداري، اطروحة دكتوراه فلسفة في إدارة الأعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد،
- 10-مصطفى أحمد سيد، التسويق العالمي "بناء القدرة التنافسية للتصدير2001، ص124
- 11-مرسى _ 2007 الأونكتاد UNCTAD- العدد5، عمان، الأردن، 2007. ص155
- 12-نجم ، عبود نجم ، " إدارة المعرفة : المفاهيم و الاستراتيجيات و العمليات " الورقاء للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، عمان ، 2005
- 13-ياسين ،مثنى سعد ،شريف ،شعيب مجد (2018 : دور نظام إدارة المعرفة في تحقيق التغيير الاستراتيجي دراسة تحليلية آراء عينة من القيادات الدارية في شركة نפט الشمال /كركوك ، مجلة الدارة والاقتصاد ، المجلد (9) العدد (26) .

- 1- Barton, Leonard, (2001), "Core Capabilities and Core Rigidities: A paradox in Managing New Product Development", Strategic Management Journal, N(13), p:125
- 2-Clyde Holsapple, Kiku Jones, and Meenu Singh, 2007, " Linking Knowledge to Competitiveness: Knowledge Chain Evidence and Extensions", University of Kentucky, University of Tulsa, USA, Murray State University, USA, DOI: 10.4018/978-1-59904-261-09.ch005
- Dalkir Kimiz, 2005, Knowledge Management in Theory and Practice, Elsevier Inc., USA-3
- 4-Davenport T and T Prusak T, 2000, Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know, Harvard Business School Publishing, 2000
- 5-Danskin-Englis, P., Englis, B. G., Solomon, M. R., Valentine, L., Bieak, N. & Turner, S., 2006," USING KNOWLEDGE MANAGEMENT TO GAIN COMPETITIVE ADVANTAGE IN THE TEXTILE AND APPAREL VALUE CHAIN: A COMPARISON SMALL AND LARGE FIRMS", *Proceedings of the 14th Annual High Technology Small Firms Conference and Doctoral Workshop 2006*. Rossini, G. (ed.). Enschede: University of Twente, 14 p
- 6-Krajewski, J.L., & Ritzman, P. L. (2005). Operation management. Strategy and analysis, Addison- wesely, Publishing company, 3rded
- 7-13-Kamp Source: Kamp, et al, (2000), "Working Knowledge", Harvard Business Review, Boston Press, p5 Chacarbaghi '8- Lynch (2000) *Competitive Advantage: creating and Creating and Sustaining Superior Performance* by Michael E. Porter 1980, p15
- 9- leotiades, j.c 2001" managing the global enterprise", practice hall, herlow, 2001, England
- 10-Nonaka Ikujiro & Takeuchi Hirotaka, 1995, The Knowledge Creation Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation, OXFORD UNIVERSITY PRESS, NEW YORK, USA
- 11-O'Brien Emma & Seamus Clifford, Mark Southern, 2011, Knowledge management for Process, Organizational and Marketing Innovation, Information science reference, USA.22

- 12-Sarvary Miklos, 1999, Knowledge Management and Competition in the Consulting Industry, CALIFORNIA MANAGEMENT REVIEW VOL41,NO. 2 WINTER 19991
- 3- YAŞAR Metin, 2008, MATHEMATICS ATTITUDE SCALE CONCERNING HIGH SCHOOL STUDENTS: A RELIABILITY AND VALIDITY STUDY, myasar@pau.edu.tr