وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة القادسية

كلية الادارة والاقتصاد

قسم أدارة الاعمال

الدراسة الصباحية

العلاقة بين ادارة المعرفة والميزة التنافسية

أعداد الطالب :

احمد رضا احيمد القصير

وهو جزء من متطلبات نيل درجة البكالوريوس في ادارة الاعمال

بأشراف الدكتور/علي جيران

العام الدراسي /٢٠١٧–٢٠١٨

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{ الم * ذَلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ
هُدًى لِلْمُتَّقِينَ * الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ
وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ
يُنْفِقُونَ * وَالَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِمَا أُنْزِلَ
إِلَيْكَ وَمَا أُنْزِلَ مِنْ قَبْلِكَ
وَبِالْآخِرَةِ هُمْ يُوقِنُونَ}

صَدَقَ اللهُ العَظيم

الإهداء

إلى من يسعد قلبي بلقياها
إلى روضة الحب التي تنبت أزكى الأزهار

أمي

إلى رمز الرجولة والتضحية

إلى من دفعني إلى العلم وبه ازداد افتخار
أبي

إلى من هم اقرب أليّ من روحي
إلى من شاركني حضن ألام وبهم استمد عزتي وإصراري
اخوتي

إلى من آنسني في دراستي وشاركني همومي
تذكاراً وتقديراً

أصدقائي

إلى من كانوا رسلاً للعلم والأخلاق

أساتذتي

اهدي هذا البحث

شكر وتقدير

في مثل هذه اللحظات يتوقف اليراع ليفكر قبل أن يخط الحروف ليجمعها في كلمات تتبعثر الأحرف وعبثاً أن يحاول تجميعها في سطور
سطوراً كثيرة تمر في الخيال ولا يبقى لنا في نهاية المطاف إلا قليلاً من الذكريات وصور تجمعنا برفاق كانوا إلى جانبنا
فواجب علينا شكرهم ووداعهم ونحن نخطو خطوتنا الأولى في غمار الحياة
ونخص بالجزيل الشكر والعرفان إلى كل من أشعل شمعة في دروب عملنا و
وإلى من وقف على المنابر وأعطى من حصيلة فكره لينير دربنا إلى الأساتذة الكرام في كلية التربية ونتوجه بالشكر الجزيل إلى

الدكتور

علي جيران

الذي تفضل بإشراف على هذا البحث فجزاه الله عنا كل خير فله منا كل التقدير والاحترام..

الموضوع	الصفحة
الآية القرآنية	أ
الإهداء	ب
الشكر والتقدير	ج
قائمة المحتويات	د
المقدمة	١
الفصل الاول: الجانب النظري	٢
المبحث الاول: المعرفة	
مفهوم المعرفة	٤
مفهوم ادارة المعرفة	٥
اهداف المعرفة	٦
عمليات ادارة المعرفة	٦
مخطط عمليات ادارة المعرفة	٨
المبحث الثاني	
مفهوم الميزة التنافسية	٩
اهمية الميزة التنافسية	٩
ابعاد الميزة التنافسية	١٠
خصائص الميزة التنافسية	١٢
الجانب العلمي :المبحث الثالث	١٤
اولا: تحليل استبيان ادارة المعرفة	١٤
ثانياً: تحليل استبيان الميزة التنافسية	١٥
المبحث الرابع : الاستنتاجات والتوصيات	
اولاً: الاستنتاجات	١٦
ثانياً : التوصيات	١٧
الاستبانة	١٨
المصادر	٢١

المقدمة

كان من اهم نتائج ثورة العلم و التقنية وحركة المتغيرات العالمية بدأت ظاهرة مختلفة في المؤسسات والشركات، وهي ارتفاع الاهمية النسبية لأصول غير المادية، اذا اصبحت تمثل نسباً متزايداً في الاصول الشركات والمؤسسات، وتتكون الاصول غير الملموسة اساساً من عنصر هام وهو المعرفة، تلك المعرفة المتراكمة في عقول الموارد البشرية الناتجة عن الممارسة الفعلية للعمل، ومتابعة المنافسين التي تستمر فيها المنظمات. ومن اجل هذا اصبحت المنافسة الحقيقية بين المنظمات في محاولة امتلاك الموارد البشرية مؤهلة لتحقيق رئوية ورسالة المنظمة من خلال البحث عن ثروات فكرية ومهارات الافكار الابداعية والمبتكرة في مواردها البشرية وغير المستغلة حتى يمكنها الاستثمار فيها واستغلالها احسن استغلال وهذا ما يعرف(ادارة المعرفة) وفي العالم المعاصر اصبحت المنظمات اكثر استيعاباً واستخداماً لإدارة المعرفة نتيجة سرعة التغيرات وتعاظم الفرص الناشئة عنها من ناحية، وتزايد المنافسين وضغوط العملاء من ناحية ثانية، لذا نجد المنظمات المعاصرة قد اصبحت اكثر اعتماداً عن المعلومات والمعرفة من اجل البحث عن الجديد من المنتجات والخدمات والاساليب التي تستخدمها للوصول والاكتفاء والاسرع للعملاء وسيق المنافسين، وتتمثل استخدامات المعرفة في المنظمة المعاصرة في العمليات والبحوث والدراسات في المجالات التسويقية الانتاجية والادارية، بل اصبحت ايضاً في حد ذاتها عنصراً من عناصر المنافسة، واتخذت ولا زالت اتجاهات المتعددة والمختلفة عبرت عن اهميتها منذ نصف الثاني من القرن الماضي، حيث كانت اقتصاد المعرفة يقوم على الاختلاف بين الافراد فيما يتعلق في مقدار الاستثمار في مهاراتهم وحبراتهم وقدراتهم. ولا تختلف البنوك والمؤسسات المعرفة من غيرها من المؤسسات حيث ادراكها اهمية المعرفة، واظهار الاستعدادات اللازمة لتوطين ادارة المعرفة حيث تعتبر المؤسسات المعرفية من المؤسسات الخدمية.

الفصل الاول: النظري

منهجية البحث

اولاً:مشكلة البحث

كيف يمكن الادارة المعرفة ان تتحقق الميزة التنافسية للمصارف التجارية؟

وتبرز منها اسئلة اخرى والتي يحاول البحث الاجابة عنها:

- ماذا تقصد الادارة المعرفية
- ماهي دعائم الميزة التنافسية الحديثة للمصارف؟
- ما مدى تطبيق الادارة المعرفية داخل المصارف التجارية وما مدى قدرتها في زيادة تنافسيتها

ثانياً: اهداف البحث

- تسليط الضوء على اهمية ادارة المعرفة في مواجهة التحديات المتزايدة امام القطاع المصرفي اهمها العمولة المالية ظهور المنشئات.....الخ
- التأكد على دور ادارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات المصرفية.
- تعرف على وجهة نظر المدراء العاملين في المصارف التجارية لطبيعة العلاقة بين ادارة المعرفة والميزة التنافسية.
- للتعرف على واقع ادارة المعرفة في المصارف التجارية وكيف يمكن تطويرها لتصبح قادراً على المنافسة العالمية

ثالثاً: فرضيات البحث

الاجابة عن مشكلة البحث سوف نقترح الفرضية العامة كالاتي

تساهم ادارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف التجارية من خلال تطويرها وتنميتها الافراد ما يحملونه من معارف، خبرات وتجارب وتفرع الى الفرضيات الفرعية التالية

- ادارة المعرفة تعني بتطوير وتنمية ما يحمله الافراد من خبرات وتجارب ومعارف
- تحمل الميزة التنافسية الحديثة خصائص جديدة تتلاءم والمكانات التي اتاحتها تكنلوجيا الاعلام والاتصالات
- تمتلك المصارف العراقية مكاناً تنافسيا بين البنوك الاخرى .
- ان تطبيق ادارة المعرفة لدى المصارف العراقية ذو مستوى جيد تندرج تحته ثلاث فرضيات فرعياً:

١-ان اكتساب المعرفة وتطويرها ذو مستوى جيد.

٢-ان تنظيم المعرفة وتقسيمها ذو مستوى جيد.

٣-ان نقل المعرفة واستخدامها ذو مستوى جيد.

- تطبيق ادارة المعرفة داخل المصارف العراقية يزيد من تنافسيتها في ضل الانفتاح العالمي وتحديد الخدمات المصرفية .ويندرج تحتها خمس فرضيات

١-تطبيق ادارة المعرفة يؤدي الى تقديم خدمات ذات جودة اعلى للمصارف العمومية العراقية

٢-تطبيق ادارة المعرفة يؤدي الى زيادة كفاءة عمليات وانشطة المصارف العراقية

٣-تطبيق ادارة المعرفة يؤدي الى زيادة ابداع وتطوير موظفي المصارف العراقية

٤-لتطبيق ادارة المعرفة دور في تحسين الاداء المالي للمصارف العمومية العراقية

٥-لتطبيق الادارة المعرفة يؤدي دور في زيادة الحصة السوقية للمصارف العراقية

المبحث الاول

المعرفة

اولاً: مفهوم المعرفة

يمكن تعريف المعرفة

المعرفة:-هي حصيلة استخدام البيانات والمعلومات والتجربة التي يتم الحصول عليها عن طريق التعليم والممارسة، وهي التي تتمكن من يمكنها من التجاوب مع المستجدات التي تواجهها ،وتجعله اكثر قدرة على الوصول الى حلول افضل للمشاكل التي تقع في مجال المعرفة ومن خلالها يستطيع الانسان تشخيص المشاكل وتحديد بدائل لها والوصول الى حلول جيدة. (الظاهرة /٢٠٠٩/١٠)

عرفها اخرون

هي المزيج السائل من الخبرة والقيم والمعلومات السابقة والرؤى الكبيرة التي تقدم اطار لتقييم وتقرير الخبرات والمعلومات الجديدة .(نجم/٢٠٠٨/٢٥.٢٦)

اما الجنابي فقد عرف المعرفة على انها:

هي توليفة من المعلومات والتكنلوجيا ويزداد تأثيرها لازدياد كبير عن تقسيمها .(الجنابي/٢٠٠٩/٥٦)

ثانياً: مفهوم ادارة المعرفة

ادارة المعرفة: العملية المنظمة للبحث والاختيار والتنظيم وعرض المعلومات وطريقة فهم العاملين والاستخدام الامثل للموجودات.(الوهاب محمد/٢٠٠٧/٤)

وعرفها اخرون

٢- ادرة المعرفة :- هي ادرة المنظمة اتجاه التجديد المستمر لقواعد لدى المنظمة وهذا يشير الى ضرورة ايجاد الهيكل التنظيمي المساعد على ذلك يقدم التسهيلات لأعضاء المنظمة.(عليان/٢٠٠٨/١٣٧)

اما

٣-اما ادرة المعرفة هي جهد منظمة للحصول على المعرفة بأشكالها من مصادرها المتنوعة وتخزينها واستخداماها وتحويلها الى سلع وخدمات من اجل تحقيق الاهداف الاستراتيجية والتنظيمية للمؤسسة بكفاءة وتحليلية(الطيطي/٢٠٠٩/١٢)

٤- ادارة المعرفة العملية المنظمة للبحث والاختيار والتنظيم وعرض المعلومات وطريقة فهم العاملين والاستخدام الامثل للموجودات .(الوهاب/٢٠٠٧/٤)

ثالثاً: اهداف المعرفة:-

يمكن تحديد اهداف المعرفة كما يلي:- (الطيطي، ٢٠٠٩، ٢٥)

١- الوصف والتفسير والفهم للظواهر المتعلقة بمجال تخصص تلك المعرفة.
٢- التنبؤ بما سيكون عليه المستقبل قبل وقوعه طالماً ان الظواهر الحالة تم تفسيرها وتحليلها وفهمها
٣- التحكم والسيطرة على الاهداف المتوقعة لمنفعة الافراد والمنظمات
٤- التغيير والتطوير ومراجعة الاوضاع القائمة

رابعاً: عمليات ادارة المعرفة

لا يوجد اتفاق بين العلماء والباحثين في مجال ادارة المعرفة على عدد عمليات المعرفة ولا على ترتيبها وبناءً عليه قام المؤلفون بإجراء مسح بحثي للتعرف على هذه العمليات.

ان نشاطات المنظمات الاقتصادية تعاملت مع المعرفة من خلال وجهتي نظر:

الاولى: كونها شيئاً (object) وركزت على حقيقة المعرفة الموجودة في المورد البشري فهي موجودة معه طوال الوقت، وحسب هذه الوجهة يمكن ان ينظر لما يجري للمعرفة من عملية ايصال وتفسير ومشاركة تم تعلمها في المدرسة، اما بشأن الخبرات فتعاملت مع قواعد- البيانات ونظم المعلومات الادارية والنظم الخبيرة ودعم القرارات ولها يتحتم على المدير فهمها وخاصة ما تعلق منها بالفعل.

اما وجهة النظر الثانية: فتعاملت مع المعرفة كعملية لها كينونة اقتصادية يمكن ايجادها وتراكمها، وهي ليست غاية بحد ذاتها ما لم يتم استخداماها في معانٍ مهمة لإنجاز الاهداف التنظيمية من خلال تعزيز العملية الاجتماعية المتعلقة بأبداع وابتكار المعرفة فيما بين ومن خلال جماعات العاملين بدلاً من الابداعات الفردية او معالجة المعرفة كـــ شيء ما.

وتتكون عمليات ادارة المعرفة من ست عمليات هي: (الرحيم/٢٠١٣/١١)

١- تشخيص المعرفة:-

وتعني التعرف على المعرفة الحرجة داخل المنظمة وخارجها ثم تحديد مكانها والفجوة المعرفية ويستخدم في ذلك خريطة المعرفة

٢- تحديد اهداف المعرفة:

وتتلخص في موضوعها وفي تحسين العمليات والمنافسة على المديين الطويل والقصير في الوصول الى النجاح وقيادة السوق وتحقيق رضا الزبائن وتبني الابتكار وشفافية العمليات.

٣- توليد المعرفة:

وذلك من خلال اكتسابها المعرفة الخارجية مثل براءة الاختراع واستقطاب العاملين او من خلال التعلم وفرق الاصل.

٤- تخزين المعرفة:

سواء كان في قواعد البيانات او التقارير او الحالات الدراسية او في عقول العاملين الذين يغادرون المنظمة بعد انهاء يوم عملهم.

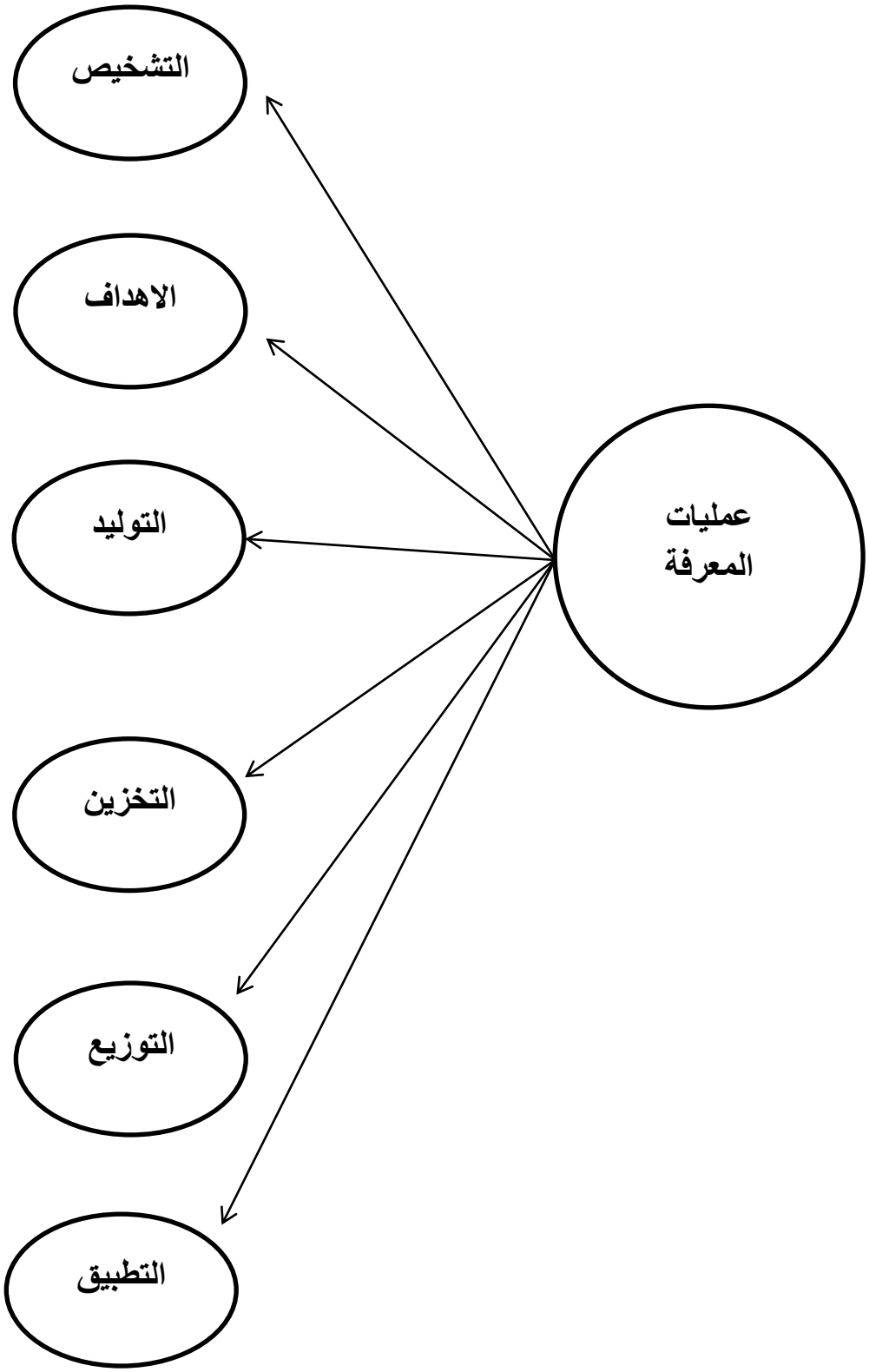
٥- توزيع المعرفة:

تقل المعرفة المطلوبة للشخص في الوقت المناسب ويتم ذلك من خلال الاستعانة بتكنلوجيا المعلومات وتطبيقها مثل(شبكات الانترنت)

٦- تطبيق المعرفة:

العملية التي تدعم تطبيق الافراد للمعرفة مملوءة من قبل افراد اخرين بدون الحصول على المعرفة الفعلية وبدون تعلم هذه المعرفة فالأفراد يقومون بإتمام العمليات المختلفة بالمساندة بالتكنلوجيا مثل انظمة دعم القرار.

(الملكاوي، ٢٠٠٧/٨٩)



الشكل رقم (١-١) عمليات ادارة المعرفة

المبحث الثاني

الميزة التنافسية

اولاً: مفهوم الميزة التنافسية:

١- يشير مفهوم الميزة التنافسية الى قدرة المنظمة على صياغة و تطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز افضل بالنسبة للمنظمات الاخرى العاملة بنفس النشاط.(ابو بكر/١٣/٢٠٠٨)

٢- اكد Kotler على اهمية التركيز على الاداء ووصف الميزة التنافسية بأنها قدرة المنظمات على تحقيق الاداء بأسلوب معين واساليب متعددة وهنالك صعوبة تقليد هذا الاداء من قبل المنافسين في الوقت الحاضر.

٣- وقد عرفت ايضاً بأنها تطور الانظمة مقابل منافسيها عن طريق انماط نشر الموارد.(الطائي، العبادي/٣٤٢/٢٠٠٩)

٤- هي خاصية او مجموعة خصائص تتفرد ها المنظمة ويمكنها الاحتفاظ بها لمدة طويلة نسبياً نتيجة صعوبة محاكاتها تمكنها من التفوق على المنافسين فيها تقدمها من خدمات او منتجات للزبائن. (الجميلي/٦٠/٢٠١٤)

٥- قدرة المنظمة على تحقيق التفوق والافضلية على المنافسين في السوق ويأتي هذا التفوق من خلال تطوير القدرات المميزة.(محسن و النجاري/٥٣/٢٠٠٤)

ثانياً: أهمية الميزة التنافسية:

تسعى الشركات بشكل فاعل لأن تبقى في السوق وتستقر في مجال عملها، ولكن ذلك لا يتحقق بشكل سهل ويسير بل تتعرض الى منافسة شديدة وقوية، من اجل تلافي ذلك وان تحقق اهدافها المطلوبة، فأنه يتوجب ان تمتلك ميزة تنافسية تتميز بها ومن خلالها عن تفردها من غيرها من الشركات الاخرى في ذات الصناعة، وهذا الامر لا يأتي اعتباطاً بل يستوجب ان تعرف الشركة قواعد التنافس القائمة في السوق وكيف يمكن ان تلعب الادارة لكي تكتسب الميزة التنافسية التي تجعلها قادرة على محاكاة المنافسين والتفوق عليهم. (البكري و حمدان/٦/٢٠١٣)

ثالثاً: ابعاد الميزة التنافسية:-

١- الكلفة المنخفضة:

تعد الكلفة المنخفضة الميزة التنافسية التي تسعى المنظمات الى تحقيقها لبيع منتجاتها بسعر اقل من المنافسين والحصول على قدر اكبر من الارباح وتكمن الكلفة المنخفضة للمنظمة من المنافسة مع الاخرين اما على اساس تقديم منتجاتها بأسعار اقل او بنفس الاسعار مع تقديم خدمات اضافية

٢- النوعية:

تسعى بعض المنظمات لإنتاج منتجات ذات نوعية عالية لا يمكن للمنظمات المنافسة مجاراتها ومفهوم النوعية في درجة ملاحظة خصائص تصميم المنتوج او الخدمة الوظيفية
وللنوعية ثلاث ابعاد:

أ- نوعية التصميم- تعريف المنظمة للزبائن بخواص المنتوج وفقاً لحاجاتهم.

ب-نوعية المطابقة- المطابقة مع التصميم دون عيوب.

ت-نوعية الخدمة- التوافق مع الزبائن ورغباتهم.

٣- الوقت:

يكون الوقت مصدراً لتحقيق الميزة التنافسية خصوصاً عند تقديم منتوج او خدمة جديدة حيث يلعب الوقت دوراً هاماً في المنظمات التي يكون فيها عمر المنتوج قصيراً او يعبر عن الوقت بكل من سرعة التسليم او اعتمادية التسليم .
وفيما يأتي مفهوم كل من هذين البعدين:

- **سرعة التسليم:-**

هو قدرة المنظمة على العمل بشكل اسرع وتسليم المنتوج والخدمة المطلوبة بشكل يرضي الزبائن ويمكن للمنظمة ان ستسعين بالحاسوب لتحقيق ذلك.

- **اعتماد التسليم:-**

مدى التزام المنظمة بموعد التسليم المحدد فيها يولد انطباعاً جديداً لدى الزبائن بالمقارنة مع المنافسين.

٤- الوقت:

لقد اصبحت المرونة البعد التنافسي الحاسم في اسواق الحاضر والمستقبل بعد ان زادت رغبات الزبون في التغيير والتنوع وكذلك وسائل اشباعهاً وعرفت المرونة بأنها الاستجابة للتغيير في قلب الزبون فظلاً عن زيادة رضا الزبون في التسليم المؤجلة بواسطة تقليص الوقت.

٥- الابداع:

يضيف بعض الكتاب والباحثين الابداع كبعد من ابعاد الميزة التنافسية ولا يتفق الباحث مع ذلك لان الابداع لابد ان يكون مرافقاً ومتغيراً في كل بعد تنافسي من الابعاد السابقة.

(الكلكاوي،٢٠٠٤/٤٥)

رابعاً: خصائص الميزة التنافسية:-

١- الميزة التنافسية نسبية تتحقق بالمقارنة وليست مطلقة.
٢- تؤدي الى تحقيق التفوق والأفضلية على المنافسين.
٣- تنبع من داخل المنظمة وتحقق قيمة لها.
٤- تنعكس على كفاءة المنظمة او نشاطها او على قيمة ما يقدم للزبون.
٥- تؤثر في الزبون بأدراكه الافضلية في سلع وخدمات المنظمة و تحفزهم للشراء فيها.
٦- تستمر لمدة طويلة ولا تزول بسرعة عندما يتم تطويرها وتجديدها.

(الجميلي، ٢٠١٤/٦٢)

وايضاً من خصائص الميزة التنافسية:

١- ترد المنظمة بما تقدمه من سلع وخدمات.
٢- مركبة لا يعقل تكونها والمنظمة تبقى في بيئة متغيرة.
٣- نسبياً تتحقق بالمقارنة مع الاخرين وهي ليست مطلقة اذ انها تؤدي الى تحقيق التفوق والافضلية على المنافسين ، كما انها تتحقق لمدة طويلة ولا تزول بسرعة عندما يتم تطويرها وتحديدها.
٤- تشير الى ما يميز منتجات المنظمة بأفعالها لدى الزبائن مقارنة بالمنافسين وبهذا تؤدي الميزة التنافسية الى التأثير على الزبائن وادراكهم الافضلية فيما تقدمه المنظمة وبما يحفزهم للشراء فيها. (اللهيبي، ٢٠١٤/ص ١٠٣)

الفصل الثاني

الجانب العملي

المبحث الثالث

تحليل استبيان ادارة المعرفة:

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة
هناك اليات لاستقبال الآراء والمقترحات من الموظفين	٤.٣٩	٠.٧٨٧	موافق بشدة
يشجع الحوار العلمي بين منسوبي البنك لتبادل الافكار والمقترحات	٤.٣٥	٠,٦٧٨	موافق بشدة
يتفاعل افراد مع بعضهم البعض لإيجاد حلول ومشاكل مطروحة وتوليد افكار جديدة	٤.٣٧	٠.٨٣١	موافق بشدة
يشجع العمال على تنمية المعارف المتعلقة بمهامهم والاستمرار	٤.٤١	٠.٤٠	موافق بشدة
ينظم المحتوى المعرفي على اساس التخصصات	٤.٢٠	٠.٩٣٩	موافق
يتم تقييم مستويات الموظفين على اساس مشاركة المعرفة	٤.٢٩	٠.٧٥٤	موافق
يوجد داخل المصرف قسم لتقديم الدراسات والابحاث	٤.٤٣	٠.٦٣٣	موافق بشدة
يضع المصرف ميزانية مناسبة للتنمية والتطوير	٤.٢٦	٠.٦٧٨	موافق بشدة
تقوم الشركة بتقييم محتوى المعرفة لديها	٤.٠٢	٠.٧٣٩	موافق
يوجد نظام فعال يساعد على تنظيم المعلومات	٤.٢٤	٠.٩٣٩	موافق بشدة
تنظيم وتصنيف البيانات والمعلومات المتوفرة	٤.٢٦	٠.٧٥٧	موافق بشدة
هناك فريق عمل من اصحاب الخبرة للاستشارية العملية	٤,٧٥	٠.٧٨٠	موافق بشدة
يوجد نظام دائم لصيانة موجودات المعرفة	٤.٢٢	٠.٧٧٧	موافق
تتم عمليات الاستشارة بين المصرف ومراكز البحث	٤.٣٢	٠.٧٨٤	موافق بشدة
تستخدم وسائل وتكنلوجيا الاتصال في عملية المعرفة	٤.٧٥	٠.٦٥٧	موافق
يشجع الموظفون على الاستفادة من المخزون المعرفي	٤.٥٥	٠.٦٤٣	موافق
يعقد المصرف ورش عمل وندوات ودورات	٤.٧٦	٠.٥٧٨	موافق
يوجد مناخ ملائم لتبادل المعرفة بين كافة الموظفين	٤.٧٨٢	٠.٤٥٣	موافق بشدة

من خلال جدول (١) يتضح لنا ان معظم العينة اجابات افراد كانو موافقين بشدة بشكل كبير على بعد ادارة المعرفة المتوفر في المصارف وذلك بوسط حسابي ٤.٧٨٨

اي مستوى الاهمية مرتفع وذلك بانحراف ٠.٤٨ بمعنى ان العينة متجانسة في هذا البعد

تحليل استبيان الميزة التنافسية:

الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة
هنالك هامش مسموح به للعاملين بالمصرف للتصرف دون قيود	٤.٤٤	٠.٨٦٣	موافق
يملك العاملون معرفة حول العمليات ذات مردودية اكبر بالنسبة للمصرف	٤.١٨	٠.٨٣٣	موافق بشدة
تساهم عمليات ادارة المعرفة في زيادة الحصة السوقية	٤.٧	٠.٨٨٨	موافق
يتحسن الوضع المالي بعد تلقي العاملين لدورات وانشطة معرفية	٤.١٧	٠.٨٧٨	موافق بشدة
يعزز وجود عمليات ادارة المعرفة من قدرة المصرف على الترويج للخدمات	٤.٩	٠.٨٣٣	موافق بشدة
تزداد ايرادات المصرف بالتركيز على عمليات ادارة المعرفة	٤.١٠	٠.٨٦٤	موافق
تساعد عمليات على تحسين جودة الخدمات	٤.١١	٠.٥٦٧	موافق
يشارك العاملون بالمصرف في تطوير الخدمات المصرفية	٤.١١	٠.٦٣٤	موافق
تساهم عمليات ادارة المعرفة في تخفيض التكلفة والمنتجات	٤.٣٣	٠.٦١٤	موافق
تساعد عمليات ادارة المعرفة في ايجاد حلول سريعة للمشاكل	٤.١٢	٠.٧٣٣	موافق بشدة
تتيح عمليات ادارة المعرفة في سهولة الوصول للزبائن	٤.٣٠	٠.٦١٥	موافق
وجود عمليات المعرفة يساعد في التأقلم	٤.١٣	٠.٦٦٢	موافق بشدة
تستطيع عمليات ادارة المعرفة في تحقيق المرونة	٤.٢٨	٠.٦١٧	موافق
تساعد ادارة المعرفة في تأمين فرصة الابداع والابتكار	٤.١٤	٠.٦٣٢	موافق بشدة
يمكن لعمليات ادارة المعرفة ان تزيد في سرعة الاستجابة	٤.٢٦	٠.٦١٣	موافق
تتبع عمليات ادارة المعرفة تسهيل الاجراءات	٤.١٦	٠.٧٣٢	موافق
الاهتمام بعملية ادارة المعرفة يساهم بتكامل وتناسق	٤.٢٢	٠,٧١٧	موافق
تطبيق عمليات ادارة المعرفة يزيد من كفاءة العمليات والانشطة الروتينية	٤.١٥	٠.٨٥٦	موافق
تساهم عمليات ادرة المعرفة في الغاء عمليات وانشطة غير ضرورية	٤.١٧	٠.٧٥٥	موافق

يتضح من الجدول (٢) ان معظم الافراد كانوا موافقين على بعد الميزة التنافسية التي تقوم به المصارف وذلك بمتوسط حسابي (٤.٨٨) وانحراف معياري (٠.٩٩٩)

وهذا يعني ان اجابات الافراد متجانسة في هذا البعدي تقارن بمتوسطين حسابيين ٤.٧ و ٤.١١

وما يفسر هذا ان ادارة المعرفة تلعب دوراً هاماً في الميزة التنافسية

المبحث الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

اولاً الاستنتاجات

١- يعول الاكاديميون والمفكرون على المعرفة والحدتها لتصبح العنصر الجديد للتنافسية الحديثة بسبب اتساعد نطاق تتجاوز المؤسسات الحزمية الى جميع انواع المؤسسات.

٢- فهم المعرفة في المنظمات مازال في مراحل الاولى كما انها تختلف باختلاف المنظمات وما زال دورها في المؤسسات الميزة التنافسية غامضاً للعاملين بسبب تباين مستوياتهم الفكرية.

٣- مفهوم ادارة المعرفة مفهوم شامل منطوي على تجميع وخزن المعارف الحاضرة لتنشر وتستعمل في الوقت المناسب تتحمل المؤسسات جهود وتكاليف كبيرة للخزن والتجميع وبالتالي يجب ان يتم حصر المعرف ذات الكفاءة الاعلى و المردودية القصوى بالنسبة للمؤسسة.

٤- تطور مفهوم الميزة التنافسية ليشمل التنافس على الاصول غير الملموسة بعد ما كان يقصر على الاصول الملموسة وتحولت كذلك المنتجات المادية الملموسة الى منتجات ذات كثافة معرفية وتقنية اكبر.

٥- ضهور مجالات تنافسية جديدة افرازاتها تقارب الاسواق وسرعة التطور التكنلوجي وسهولة الحصول على تقنيات الاعلام والاتصال مما خلق قواعد جديدة لتنافسية بين المنشأ الحديثة.

٦- تأثر سوق القطاع المصرفي العالمي افراز العمولة مما اثر على اساسيات ومبادئ البيئة المصرفية ومفاهيمها وعلى استراتيجيات التنافسية الاساسية التي كانت تواجه بها البنوك وتحديات التنافس.

ثانياً: التوصيات

١- ضرورة اهتمام المصارف بعينة البحث بعمليات ادارة المعرفة لأنها تؤدي الى خلق وتطوير قدراتها المميزة وبالتالي الحصول على مميزات تنافسية يعب تقليدها.

٢- ضرورة تثقيف افراد المصارف بعينة البحث نحو المعرفة بأنواعها (الظاهرية، الضمنية، الكامنة و المجهولة) وكيفية ادارتها من خلال عمليتها (عمليات ادارة المعرفة) ذلك من اجل نقلها من ذوي الخبرة والاختصاص والحاملين لها الى باقي افراد المصارف واستخداماها لتطوير المصارف من خلال الحصول على القدرات المميزة من هذه المعرفة.

٣- توفير وسائل ومعدات واجهزة تساهم في نقل ونشر المعرفة وتشارك فيها افراد المصرف الحواسيب والشبكة العنكبوتية(الانترنت)والدورات والمحاضرات والندوات واللقاءات وغيها.

٤- اقامة دورات تدريبية للأفراد العاملين لتعريفهم اهمية ادارة المعرفة وعملياتها فضلاً على القدرات المميزة من اجل زيادة المعرفة لديهم ليكونوا منها رأس مال فكري للمصارف لتحقيق الميزة التنافسية

٥- الاهتمام بذوي الخبرة بالاختصاص في المصارف والعمل على تحويل معرفتهم الضمنية الى ضاهرية وتخزينها

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة القادسية

كلية الإدارة والاقتصاد

قسم ادارة الاعمال

م/استبانة

تحية طيبة...

السيد الموظف المحترم...

أضع بين يديك الاستبانة المعدة لإنجاز البحث الموسوم (العلاقة بين ادارة المعرفة والميزة التانفسية), يرجى الإجابة على فقراتها بدقة وموضوعية ولا داعي لذكر الاسم كون النتائج تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط

الباحث

احمد رضا احيمد القصير

قسم ادارة الأعمال

المعلومات العامة :-

الجنس:- ذكر ☐ انثى ☐

العمر ☐ سنة

الشهادة:-

سنوات الخدمة ☐ سنة

اولاً:ادارة المعرفة:-

الفقرة	اوافق بشدة	اوافق	محايد	لا اوافق	لا اوافق بشدة
هناك اليات لاستقبال الآراء والمقترحات من الموظفين					
يشجع الحوار العلمي بين منسوبي البنك لتبادل الافكار والمقترحات					
يتفاعل افراد مع بعضهم البعض لإيجاد حلول ومشاكل مطروحة وتوليد افكار جديدة					
يشجع العمال على تنمية المعارف المتعلقة بمهامهم والاستمرار					
ينظم المحتوى المعرفي على اساس التخصصات					
يتم تقييم مستويات الموظفين على اساس مشاركة المعرفة					
يوجد داخل المصرف قسم لتقديم الدراسات والابحاث					
يضع المصرف ميزانية مناسبة للتنمية والتطوير					
تقوم الشركة بتقييم محتوى المعرفة لديها					
يوجد نظام فعال يساعد على تنظيم المعلومات					
تنظيم وتصنيف البيانات والمعلومات المتوفرة					
هناك فريق عمل من اصحاب الخبرة للاستشارية العملية					
يوجد نظام دائم لصيانة موجودات المعرفة					
تتم عمليات الاستشارة بين المصرف ومراكز البحث					
تستخدم وسائل وتكنلوجيا الاتصال في عملية المعرفة					
يشجع الموظفون على الاستفادة من المخزون المعرفي					
يعقد المصرف ورش عمل وندوات ودورات					
يوجد مناخ ملائم لتبادل المعرفة بين كافة الموظفين					

ثانياً: الميزة التنافسية:-

الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
هنالك هامش مسموح به للعاملين بالمصرف للتصرف دون قيود					
يملك العاملون معرفة حول العمليات ذات مردودية اكبر بالنسبة للمصرف					
تساهم عمليات ادارة المعرفة في زيادة الحصة السوقية					
يتحسن الوضع المالي بعد تلقي العاملين لدورات وانشطة معرفية					
يعزز وجود عمليات ادارة المعرفة من قدرة المصرف على الترويج للخدمات					
تزداد ايرادات المصرف بالتركيز على عمليات ادارة المعرفة					
تساعد عمليات على تحسين جودة الخدمات					
يشارك العاملون بالمصرف في تطوير الخدمات المصرفية					
تساهم عمليات ادارة المعرفة في تخفيض التكلفة والمنتجات					
تساعد عمليات ادارة المعرفة في ايجاد حلول سريعة للمشاكل					
تتيح عمليات ادارة المعرفة في سهولة الوصول للزبائن					
وجود عمليات المعرفة يساعد في التأقلم					
تستطيع عمليات ادارة المعرفة في تحقيق المرونة					
تساعد ادارة المعرفة في تأمين فرصة الابداع والابتكار					
يمكن لعمليات ادارة المعرفة ان تزيد في سرعة الاستجابة					
تتبع عمليات ادارة المعرفة تسهيل الاجراءات					
الاهتمام بعملية ادارة المعرفة يساهم بتكامل وتناسق					
تطبيق عمليات ادارة المعرفة يزيد من كفاءة العمليات والانشطة الروتينية					
تساهم عمليات ادرة المعرفة في الغاء عمليات وانشطة غير ضرورية					

المصادر

١- الملكاوي، ابراهيم العلوب، (ادارة المعرفة)، الطبعة الاولى، دار الدراق للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٧ ص ٨٩

٢- العلي، عبد الستار العلي، مدخل الى ادارة المعرفة، دار المسيرة للنشر والتوزيع .

٣- عامر قنديلجي، عمان ، الطبعة الاولى ، ٢٠٠٦

٤- غسان العمري، عمان، الطبعة الاولى، الطبعة الثانية ٢٠٠٩.

٥- الطيطي، خظير مصباح اسماعيل، ادارة المعرفة، التحديات والتقييمات والحلول، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان، الاردن، الطبعة الاولى، ٢٠٠٩، ص١٢

٦- حدى حمودة، اصلاح والتطوير الاداري لاداء الاعمال الالكترونية عبر شبكة الانترنت، جامعة عين الشمس، ٢٠٠٥، ص ١٣٦

٧- عبد الوهاب، محمد، دور القيادة المحلية في ادارة المعرفة ، الطبعة الاولى ٢٠٠٨، مركز دراسات وانتشار الادارة العامة لكلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة القاهرة(مصر)، ٢٠٠٧ ص ٤

٨- عليان، ربحي مصطفى عليان، ادارة المعرفة، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الاولى، ٢٠٠٨، ص١٣٧

٩- الظاهر، نعيم ابراهيم، ادارة المعرفة،جدار الكتاب العلمب للنشر والتوزيع.

١٠- نجم، عبود نجم، ادارة المعرفة ، الطبعة الثانية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠٠٨، ص ٢٥-٢٦

١١- الجنابي، علاء فرحان اميرة، ادارة المعرفة، ادارة المعرفة للزبون، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، الطبعة الاولى، ٢٠٠٩

١٢- الطيطي، خظير مصباح اسماعيل، ادارة المعرفة، التحديات والتقييمات والحلول، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان، الاردن، الطبعة الاولى، ٢٠٠٩، ص١٢

١٣- الجميلي، طه علي نايل، اثر تدريب الموارد البشرية بتحقيق الميزة التنافسية في المصارف العراقية، دراسة ميدانية في المصارف العراقية غير الحكومية، اطروحة دكتوراه، كلية الاقتصاد جامعة دمشق،٢٠١٤

١٤- محسن، عبد الكريم، والنجار، صباح مجيد، ادارة الانتاج والعمليات، الكتب ص٦٤، ط٣، دار وائل للطباعة والنشر، الاردن عمان.

١٥- الطائي، يوسف سلطان، العابدي، هاشم نوري دباس، التسويق الالكتروني، الطبعة الاولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠٠٩

١٦- ابو بكر، مصطفى محمود ، الموارد البشرية ومداخل تحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية للنشر والطباعة، الاسكندرية، عمان، الاردن، ٢٠٠٨

١٧- الكلكاوي، احمد حميد كريم، العلاقة بين المناخ التنظيمي والابداع المنظمي وتأثيرها في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية في عينة من المصارف الاهلية في العراق ، رسالة ماجستير كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، ٢٠٠٤.
١٨- محسن عبد الكريم والنجار، صباح مجيد، ادارة الانتاج والعمليات، الرسائل والاطاريح والمجلات، ط٢٤
١٩- اللهيبي، عمار عبد الله رصيف، انعكاسات ادارة الجودة الشاملة على تحقيق ابعاد ادارة الانتاج والعمليات التنافسية، دراسة ميدانية في شركة كركوك للمشروبات الغازية والعصائر والمياه الصحية، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، جامعة الجنان، لبنان، طرابلس، ٢٠١٤