أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية
(دراسة ميدانية على الشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس)

د. أحمد البشير الشريف[1]
د. عبدالقادر محمد هويدي[2]
أ. عبدالفتاح جمعة سالم[3]

الملخص

إن الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو التعرف على أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة؛ حيث تمثلت مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الرئيسي الآتي "ما مدى وجود أثر لعمليات إدارة المعرفة من حيث (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، وتطبيق المعرفة) في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس؟". اعتمد الباحثون المنهج الوصفي التحليلي بهذه الدراسة فكانت استمارة الاستبيان الأداة الرئيسية لجمع البيانات الأولية حيث وزع عدد 60 استمارة على مجتمع الدراسة المتمثل في جميع المدرين بالإدارتين العليا والوسطي ومساعديهم خضع منها عدد 47 استمارة استبيان للتحليل باستخدام المقاييس الإحصائية المناسبة وبالاعتماد على برنامج الـــ "SPSS ".

خلصت الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها أنه:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإتباع أسلوب إدارة المعرفة والالتزام بعملياتها في مستوى تحقيق الميزة التنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة حيث إن إتباع الشركة لأسلوب إدارة المعرفة والالتزام بعملياتها مسئول عن تفسير (73.1%) من التغير الحاصل في مستوى تحقيقها لميزة تنافسية.

وفي ضوء ذلك قدمت التوصية التالية:

دعم ممارسات القادة الإداريين بالشركة فيما يتعلق بعمليات إدارة المعرفة بما يساعد على حسن استثمار المعرفة التي يمتلكها الأفراد العاملون بها.

الكلمات المفتاحية: إدارة المعرفة، الشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف، الميزة التنافسية

[1] قسم الإدارة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة طرابلس.
[2] قسم الإدارة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة طرابلس.
[3] قسم التدريب وزارة العدل طرابلس.

المبحث الأول/ الإطار العام للدراسة

مقدمة

يشهد العالم اليوم العديد من التغيرات المتسارعة في عدة مجالات وعلى اختلاف مسمياتها، وباعتبار أن الوحدات الإدارية ليست بمعـــزل عن تلك التغيرات المحيـــطة بها والمجال الـــذي تنتمـــي إليـــه، الأمر الذي جعلها تتنافس من أجل البقاء والاستمرارية من جهة والسعي وراء التميز من جهة أخرى، ولأجل ذلك فأن المنظمات تسعى لوضع الخطط والسياسات والبرامج وكذلك إتباع أحدث الطرق والأساليب الإدارية التي قد تساعدها على التميز عن المنظمات المنافسة الأخرى، إذ أنها لا تستطيع المحافظة على بقائها إلا إذا تميز أدائها وأداء العاملين فيها بمستوى جيد يسمح لها بالخوض في غمار هذه المنافسة، ولما كان أسلوب إدارة المعرفة أحد أهم هذه الأساليب الحديثة في مجال إدارة الأعمال فإنه دعت الحاجة المتزايدة للاهتمام به في منظمات الأعمال حيث يعد الاهتمام بإدارة المعرفة وتطبيق عملياتها من الميادين التي لا تزال بحاجة إلى مزيد من البحث والدراسة خصوصاً عند ربطها بالميزة التنافسية، ولتحقيق ذلك لابد أن يتم الاستناد إلى حقيقة هامة مفادها ضرورة اقتناع المديرين بمسألة تطبيق عمليات إدارة المعرفة و ما له من أهمية في تحقيق الميزة التنافسية بمنظمات الأعمال.

عليه فإن هذه الدراسة تهتم بالتركيز على تبني أسلوب إدارة المعرفة وتطبيق عملياتها وأثر ذلك في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة، حيث إنه لِما ثبت من وجود أثر لهذه العمليات في تحديد مستوى الميزة التنافسية ببعض المنظمات الأخرى واللاحق ذكرها في الدراسات السابقة لهذه الدراسة؛ فإنه من المتوقع أن تساهم هذه الدراسة في التعرّف على ما إذا كان هناك تغير في مستوى تحقيق الميزة التنافسية بالشركة قيد الدراسة الذي يعزو لتطبيق عمليات إدارة المعرفة والذي يعد بمثابة إضافة علمية في هذا المجال.

أولاً/ مشكلة الدراسة

إن التحول من الاقتصاد الصناعي القائم على استغلال الموارد الملموسة إلى الاقتصاد المعرفي الذي يضمن لمؤسسات اليوم توليد المعرفة وتخزينها وتوزيعها والوصول إلى تطبيقها في عمليتها وأنشطتها المختلفة كان من أبرز التطورات التي حدثت في الآونة الأخيرة.

ولما كانت الشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة أحد أهم وأكبر الشركات العاملة بمدينة طرابلس رأى الباحثون إسقاط هذه الدراسة على هذه الشركة. حيث تجل للباحثين من خلال الزيارات

الميدانية للشركة وجود فجوة بين واقع ما تمتلكه الشركة من تكنولوجيا المعلومات وإداراتها من جهة, وحقيقية ما هي بحاجة له من المعرفة وإدارة عملياتها لمساعدتها في تحقيق الميزة التنافسية من جهة أخرى، حيث إن الشركة تواجه في السنوات الأخيرة تحدياً جديدا تمثل في المنافسة الشديد من قبل الشركات الخاصة المحلية والعالمية على حد السواء والتي تمتاز بارتفاع مستوى خدماتها وجودة منتجاتها مقارنة بما تقدمه الشركة محل الدراسة الأمر الذي فرض على الشركة واقعاً جديداً يتطلب منها التعديل في خططها وسياساتها الإدارية وتطبيق أحدث الأساليب المعاصرة في طرق الاستفادة من إمكانياتها ومواردها المتاحة، وعليه فإن المشكلة التي تقوم عليها هذه الدراسة تتمثل في التساؤل التالي: "ما مدى وجود أثر لعمليات إدارة المعرفة من حيث (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، وتطبيق المعرفة) في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس محل الدراسة؟". وينبثق من هذا التساؤل الرئيس التساؤلات الآتية:

1) ما أثر عملية توليد المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة؟

2) ما أثر عملية تخزين المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة؟

3) ما أثر عملية توزيع المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة؟

4) ما أثر عملية تطبيق المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة؟

ثانياً/ أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى الآتي:

1- التعرف على أثر لعمليات إدارة المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس و هو الهدف الرئيسي لهذه الدراسة.

2- التعرف على مدى الالتزام بعمليات إدارة المعرفة بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة.

3- التعرف على مستوى تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة.

4- تقديم بعض التوصيات في ضوء النتائج التي تم توصل إليها من خلال هذه الدراسة.

ثالثاً/ أهمية الدراسة

تبرز أهمية هذه الدراسة في الآتي:

1- تكوين قاعدة علمية لتنمية المهارات البحثية للباحثين في مجال التخصص من خلال الاستفادة من المنهجية المتبعة في هذه الدراسة.

2= التعريف بأحد أهم المداخل والأساليب الحديثة في علم الإدارة ألا وهو أسلوب إدارة المعرفة ودوره في تحسين الميزة التنافسية للمنظمات الاقتصادية.

3- المساهمة في الرفع من جودة عمليات إدارة المعرفة بالشركات عامة والشركة محل الدراسة على وجه الخصوص من خلال الاستفادة من نتائج هذه الدراسة وتوصياتها.

رابعاً/ فرضيات الدراسة

تُبنى هذه الدراسة على فرضية رئيسية مفادها أنه" يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعمليات إدارة المعرفة من حيث (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، و تطبيق المعرفة) في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس محل الدراسة". حيث يتفرع من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

1- الفرضية الفرعية الأولي:

"يوجد أثر لعملية توليد المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة".

2- الفرضية الفرعية الثانية:

"يوجد أثر لعملية تخزين المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة".

3- الفرضية الفرعية الثالثة:

"يوجد أثر لعملية توزيع المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة".

4- الفرضية الفرعية الرابعة:

"يوجد أثر لعملية لتطبيق المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة".

خامساً/ منهجية الدراسة

اتبع الباحثون المنهجية التالية:

1- المنهج المتبع في الدراسة: استناداً إلى طبيعة المشكلة قيد الدراسة وأهدافها اتبع الباحثون المنهج الوصفي الذي يعتمد على الوصف والتحليل، حيث تم اعتماد استمارة الاستبيان كأداة رئيسية في تجميع البيانات الأولية للدراسة ومن تم تصنيف البيانات المجمعة وتحليلها وتفسيرها بدقة وبالتالي اختبار فرضيات الدراسة، للتوصل إلى نتائج مهمة قد تساهم في تقديم بعض التوصيات.

2- مصادر جمع البيانات: تم الاعتماد على مصدرين رئيسيين في جمع بيانات الدراسة هما:

- المصادر الأولية: والتي تتمثل في مفردات عينة الدراسة المتمثلة في العاملين بالشركة محل الدراسة.

- المصادر الثانوية: تتمثل في الكتب، الدوريات، النشرات، المجلات العلمية، والدراسات السابقة ذات العلاقة.

3- مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع المديرين بالإدارتين العليا والوسطى ومساعديهم وعددهم 60 فرد. أما عن عينة الدراسة فقد استخدم الباحثون أسلوب المسح الشامل لجميع مفردات المجتمع.

4- أساليب القياس والتحليل الإحصائي

استخدم الباحثون جملة من المقاييس الإحصائية تم تبريرها لاحقاً في بداية الجانب العملي من الدراسة.

5- حدود الدراسة

- الحدود المكانية: تركزت الحدود المكانية لهذه الدراسة على شركة بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة الواقعة في نطاق مدينة طرابلس.

- الحدود الزمنية: أجريت هذه الدراسة في عام 2020-2021م.

- حدود الموضوع: اقتصرت الحدود الموضوعية لهذه الدراسة على دراسة موضوع أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية.

سادساً/ مفاهيم ومصطلحات الدراسة

– إدارة المعرفة: إدارة المعرفة هي مدخل متكامل لإدارة المشاركة في كل أصول معلومات الشركة بما في ذلك قواعد البيانات، الوثائق، السياسات، والإجراءات و تجارب وخبرات الأفراد العاملين وتحويل الموجودات الفكرية إلى قيمة أعمال (عبد المالك، 2012، ص10).

– توليد المعرفة: هي خلق وإبداع وابتكار معرفة جديدة من خلال العمل ومشاركة جماعات العمل في المنظمة وتوليد معرفة رأس مال فكري جديد وإيجاد حلول لما تعاني منه المنظمة من خلال تزويدها بقدرات تميزها عن غيرها (هدى، 2013، ص26).

– تخزين المعرفة: يعني تلك العمليات التي تشمل الاحتفاظ، الاستدامة، البحث، الوصول، واسترجاع المعرفة (الزيادات، 2008، ص99).

– توزيع المعرفة: وهي إيصال المعرفة إلى كل الأفراد الذين هم في حاجة إليها في الوقت المناسب وبالشكل المناسب وبالتكلفة المناسبة (حلموس،2017، ص80).

– تطبيق المعرفة: وتعني جعل المعرفة أكثر ملاءمة للاستخدام في تنفيذ أنشطة المنظمة وأكثر ارتباطاً بالمهام التي تقوم بها (الزطمة، 2011، ص50).

– التنافسية: هي تلك الجهود والإجراءات والابتكارات والضغوط وكافة الفعاليات الإدارية والتسويقية والإنتاجية التي تمارسها المنظمات من أجل تقديم منتجات وخدمات مميزة (كبابي، 2008، ص4).

– الميزة التنافسية: هي انفراد المنظمة بتقديم قيم ومنافع للعملاء بطريقة تتميز وتفوق ما يقدمه لهم المنافسون الآخرون (السلمي ،2001، ص1).

المبحث الثاني/ الدراسات السابقة والإطار النظري للدراسة

أولاً/ عرض الدراسات السابقة

أشتمل هذا الجزء من الدراسة عرض مجموعة من الدراسات السابقة وكذلك تحديد ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

أ) عرض الدراسات السابقة

1) دراسة (جابر، 2019) بعنوان" دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية لدى وكالات البنوك العمومية". هدفت هذه الدراسة توضيح العلاقة بين إدارة المعرفة ومجالات الميزة التنافسية. حيث اعتمد الباحث على المنهج الاستكشافي الاستطلاعي باستخدام البرنامج الإحصائي

(SPSS) خضع عدد 72 استمارة وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة المعرفة ومجالات الميزة التنافسية من حيث جودة المنتجات، الأداء المالي، السيطرة على الأسواق، كفاءة العمليات، و الإبداع والتطوير وكذلك تطبيق إدارة المعرفة في البنوك من أجل تحقيق الميزة التنافسية لا يتحقق إلا إذا امتلكت البنوك أفضل الموارد البشرية. وأهم ما أوصت به الدراسة ضرورة تثقيف موظفي الوكالات البنكية نحو المعرفة بأنواعها الظاهرية والضمنية وكيفية إدارتها من خلال عمليات إدارة المعرفة وذلك من أجل نقلها من ذوي الخبرة والاختصاص إلى باقي الموظفين لاستخدامها في تطوير البنك.

2) **دراسة** (هزايمه، 2018) بعنوان" أثر إدارة المعرفة على الميزة التنافسية من خلال رأس المال البشري في المستشفيات الأردنية الخاصة في اربد" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر إدارة المعرفة على الميزة التنافسية حيث استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واستمارة الاستبيان كأداة رئيسية في جمع المعلومات المتعلقة بمتغيرات الدراسة باستخدام أسلوب المسح الشامل حيث خضعت عينة قوامها 58 مفردة من جميع المديرين في المستويات الإدارية الثلاثة ومن ثم تحليها بواسطة SPSS باعتماد المقاييس الإحصائية الملائمة وتوصلت الدراسة إلي جملة من النتائج أهمها وجود أثر جزئي لإدارة المعرفة بأبعادها (توليد المعرفة وتوزيع المعرفة وتطبيق المعرفة) علي الميزة التنافسية بأبعادها من خلال رأس المال البشري.، وقد أوصت الدراسة بالاهتمام بعملية تخزين المعرفة إلى جانب عمليات إدارة المعرفة الأخرى.

3) **دراسة** (نوري، 2018) بعنوان" أثر إدارة المعرفة علي تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية، هدفت هذه الدراسة إلى توضيح الأثر الذي يمكن أن يحدثه تطبيق أسلوب إدارة المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالبنوك التجارية الأردنية، تم اعتماد استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات الأولية للدراسة وزعت على مجتمع الدراسة المتمثل في العاملين بالإدارتين العليا والوسطي ومساعديهم وعددهم 101 مستجوب وتم إجراء التحليل الإحصائي برنامج SPSS وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها وجود أثر ذو دلالة إحصائية لثلاثة أبعاد فقط لإدارة المعرفة وهي توليد، تخزين، وتطبيق المعرفة على الميزة التنافسية وكذلك على سرعة تقديم الخدمة، وبناءا على ذلك أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بإدارة المعرفة من أجل تحقيق الميزة التنافسية.

4) **دراسة** (صافي، 2017) بعنوان" دور استخدام بطاقة الأداء المتوازن في تحقيق الميزة التنافسية لدى شركات التأمين المدرجة في بورصة فلسطين رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة، هدفت هذه الدراسة إلى التعريف بمفهوم الميزة التنافسية وخصائصها ومصادرها وأبعادها وعناصرها ومؤشراتها ومعايير الحكم عليها ولقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لاختبار فرضيات الدراسة، خضعت 93 استمارة استبيان للتحليل وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن شركات التأمين المدرجة في بورصة فلسطين تُعنى بتحقيق الميزة التنافسية من أجل زيادة حصتها السوقية وبالتالي زيادة أرباحها وقيمتها السوقية وتنوع شركات التأمين في استخدام الاستراتيجيات التنافسية المتبعة لتحقيق الميزة التنافسية وأن جميع شركات التأمين تطبق بطاقة الأداء المتوازن بأبعادها، وقد أوصت الدراسة بتبني إدارة شركات التأمين لبطاقة الأداء المتوازن كأسلوب وأداة إدارية شاملة لتحقيق استراتيجياتها وأهدافها لاسيما في ما يتعلق بتحقيق ميزة تنافسية و أوصت الدراسة أيضا بضرورة إشراك جميع العاملين في تحقيق الإستراتيجية التنافسية.

5) **دراسة** (عبد الغفور، 2015) بعنوان" متطلبات إدارة المعرفة ودورها في تحقيق ميزة تنافسية في جامعات قطاع غزة" هدفت هذه الدارسة إلى التعرف على الدور الذي يمكن أن تلعبه متطلبات إدارة المعرفة بالجامعات الفلسطينية في خلق ميزة تنافسية. كما سعت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين إدارة المعرفة و خلق ميزة تنافسية بالجامعات قيد الدراسة. و لغرض تحقيق أهداف الدراسة اعتمد المنهج الوصفي التحليلي حيث صممت استمارة الاستبيان و وزعت على عينة عشوائية طبقية قوامها 285 استمارة تم بعدها تحليل البيانات المجمعة وأثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة قوية بين متطلبات إدارة المعرفة والميزة التنافسية, وكان أهم ما أوصت به الدراسة هو حث إدارة الجامعات على السعي إلى تسهيل التواصل مع الطلبة لتبادل الأفكار والإسهام في الوصول للمعرفة.

6) **دراسة** (عبد المالك، 2012) بعنوان" إدارة المعرفة كمدخل لتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية لشركة نجمة للاتصالات" هدفت هذه الدراسة توضيح العلاقة بين إدارة المعرفة وخلق الميزة التنافسية بشركة نجمة للاتصالات حيث استخدم الباحث المنهج التحليلي وزع عدد (40) استمارة على أفراد عينة وحللت بياناتها وتم التوصل إلى جملة من النتائج أبرزها الدراسة بشركة نجمة للاتصالات كما استخدمت الدراسة برنامج التحليل(SPSS) وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها وجود علاقة طردية قوية مابين إدارة المعرفة وخلق القدرة التنافسية

لشركة نجمة الوطنية للاتصالات. وأوصت الدراسة بضرورة تعميق الفهم بموضوع إدارة المعرفة وإلقاء الضوء حول مفاهيمها وعملياتها، وإستراتيجياتها.

ب) ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

إن أهم ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة أنها تدرس العلاقة المباشرة بين متغيرات الدراسة في بيئة تختلف عن سابقاتها حيث إنها ستطبق على الشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس/ ليبيا ما أدى إلى خلق فجوة علمية تتطلب البحث والاهتمام.

ثانياً/ الإطار النظري

1- إدارة المعرفة

أ) مفهوم وتعريف إدارة المعرفة

تعد إدارة المعرفة من أحدث المفاهيم الإدارية إذ تعبر عن العمليات التي تساعد المنظمات على توليد والحصول على المعرفة من حيت اختيارها، تنظيمها واستخدامها، ونشرها. حيث عرفها هايكت, 2003 بأنها مدخل نظامي متكامل لإدارة وتفعيل المشاركة في كل أصول معلومات المؤسسة، بما في ذلك قواعد البيانات والوثائق والسياسات والإجراءات والخبرات السابقة التي يحملها الأفراد العاملون, وعرفت أيضا بأنها الاسم المعطى لمجموعة من الأعمال النظامية والمرتبة التي يمكن للمؤسسة أن تقوم بها للحصول على أكبر قيمة من المعرفة المتاحة لديها (العلول، 2011، ص58).

كما عرفت إدارة المعرفة بأنها تخطيط وتنظيم ورقابة وتنسيق وتوليف المعرفة والأصول المرتبطة برأس المال الفكري، والعمليات والقدرات والإمكانات الشخصية والتنظيمية بحيث ما يساعد على تحقيق أكبر ما يمكن من التأثير الايجابي في نتائج الميزة التنافسية (الصاوي، 2007، ص18).

ويضع الباحثون مفهوما شاملا لإدارة المعرفة ينص على أنها عملية ديناميكية مستمرة تشمل عدة أنشطة وممارسات وعمليات هادفة لتحديد المعرفة و واكتشافها وتوزيعها ومشاركتها و وتطبيقها ، مما يؤثر إيجابا على رفع مستوى الأداء وخفض التكاليف وتحسين القدرات المتعلقة بعملية التكيف مع متطلبات التغير السريع والمستمر في البيئة المحيطة بالمنظمة ما يساعدها على تحقيق ميزة تنافسية.

ب) أهمية إدارة المعرفة

نتيجة للتغيرات والتطورات العالمية المتسارعة ودورها في تعاظم المعرفة وتحويها إلي علم قائم بذاته ظهرت أهمية إدارة المعرفة والتي تبرز من خلال النقاط التالية (العلول،2011 ، ص36):

1- تحسين إنتاجية المنظمات من خلال توفير المعارف لدى الأفراد العاملين وسهولة الوصول إليها وتحسين وسائل الاتصال المتوفرة لديها.

2- تعزيز القدرة الإبداعية والابتكار لدى الأفراد العاملين من خلال التدفق الغزير والمستمر للبيانات والمعلومات والذي يعد أحد أهم العناصر التي تساعد على خلق الميزة التنافسية للمنظمة والإبقاء على وضعها التنافسي.

3- حرية وسرعة انتقال المعلومات وتكاملها واستثمارها وتسهيل التشارك المعرفي بين العاملين.

4- العمل على تحسين العمليات الداخلية للمنظمة حيث يصبح الموظفون أكثر قدرة على المعرفة فيما يتعلق بوظائفهم.

ج) عمليات إدارة المعرفة

من خلال البحث والاطلاع اتضح للباحثين انه وعلى الرغم من وجود بعض الاختلافات الحاصلة في وجهات النظر بين المؤلفون والباحثين وتعدد النماذج المتعلقة بتحديد عمليات إدارة المعرفة إلا أنه لا توجد أية اختلافات في جوهر ومضمون تلك العمليات حيث انه بالإمكان تجميع تلك الخطوات في أربعة عمليات رئيسية وهي (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، وتطبيق المعرفة) كالآتي:

1- توليد المعرفة: يعني توليد المعرفة هو خلق وإبداع وابتكار معرفة جديدة من خلال العمل ومشاركة جماعات العمل في المنظمة وتوليد معرفة رأس مال فكري جديد, وأشار (عليان, 2008, ص196) أن توليد المعرفة يعني عند العديد من الكتاب " إبداع المعرفة" ويتم ذلك من خلال مشاركة الأفراد وفرق العمل وجماعات العمل الداعمة لتوليد رأس مال معرفي جديد في قضايا وممارسات جديدة تساهم في تعريف المشكلات وإيجاد الحلول لها, وهذا ما أكده (بن خليفة، 2011، ص42) إذ يرى أن المؤسسة لا تستطيع توليد المعرفة بدون الأفراد الأمر الذي يستجوب تحفيزهم ودعم نشاطاتهم لتوليد المعرفة.

2- تخزين المعرفة: يعني تلك العمليات التي تشمل الاحتفاظ، الاستدامة، البحث، الوصول، واسترجاع المعرفة، فالمنظمات في عصرنا الحاضر تواجه خطرا كبير نتيجة لفقدانها للكثير من المعرفة التي يحملها الأفراد الذين يغادرونها لسبب أو لآخر. ومن هنا بات خزن المعرفة والاحتفاظ بها أمرا مهما جدا لاسيما للمنظمات التي تعاني من معدلات عالية لدوران العمالة (الزيادات، 2008، ص99). كما أكد (عليان، 2008، ص197) على أنه يجب أن يتم حفظ المعرفة على أساس انتقائي وأن تكون على أساس فرز عقلاني للمعرفة الأمر الذي يتطلب دورا خاصا لإدارة المعرفة من خلال مراعاة توافر

معايير تضمن الانتقاء المعرفي المؤكد للمعرفة ذات القيمة المستقبلية للمنظمة وحفظها في الأفراد والحواسيب، فالأفراد هم حفظة الخبرات وحملة المعرفة في حين الحواسيب تعد من الوسائل الشائعة في حفظ المعرفة.

3- توزيع المعرفة: وهي تبادل المعرفة بحيث أن اقتصارها على أفراد معينين أو فئات معينة يفقدها قيمتها إذا فالغرض منه هو إيصال المعرفة المناسبة إلى الشخص المناسب في الوقت والشكل و بالتكلفة المناسبة (حلموس، 2017، ص80).

3- تطبيق المعرفة: إن أهمية تطبيق المعرفة تأتي من خلال العمل وكيفية تعليمها للآخرين حيث تعلم المعرفة يأتي عن طريق التجريب والتطبيق وأن عمليات إدارة المعرفة الأخرى المتمثلة في التوليد والتخزين والتوزيع لن تعود بالتحسين في الأداء التنظيمي وتحقيق ميزة تنافسية لن يتأتى إلا بعملية التطبيق الفعال للمعرفة (عليان، 2008، ص193). ولقد أوضح (جابر، 2019، ص33) أن عملية تطبيق المعرفة تتطلب عنصرين رئيسيين هما العنصر البشري والعنصر التكنولوجي حيث تبرز أهمية العنصر البشري في كونه يساعد في تحويل المعرفة المتاحة لدى المنظمة إلى ممارسات عمل يومية، أما أهمية العنصر التكنولوجي فتبرز من خلال الوفرة في الأجهزة والبرمجيات وشبكات الاتصال وقواعد معلومات بما يمكن من التعامل مع الكم الهائل من المعرفة المتاحة.

2- الميزة التنافسية

أ) مفهوم وتعريف الميزة التنافسية

عرفت التنافسية بالعديد من التعريفات منها ما أشارت إليه (كبابي، 2008، ص4) الذي يرى أن التنافسية هي الجهود والإجراءات والابتكارات والضغوط وكافة الفعاليات الإدارية والتسويقية والإنتاجية و الابتكارية والتطويرية التي تمارسها المنظمات من أجل الحصول على شريحة أكبر من الزبائن ورقعة أكثر اتساعا في الأسواق المستهدفة. أما ما يتعلق بمفهوم الميزة فيرى (Porter) المعرفة التنافسية تنشأ بمجرد وصول المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية مقارنة بتلك المستعملة من قبل المنافسين (ليحصيه، 2005، ص6). كما أشار (الخضيري، 2004، ص34) إلى أن الميزة التنافسية هي وضعية تفوق تملكها المنظمة نتيجة الدراسة والبحث والاكتشاف من خلال ملكات ابتكاريه إبداعية. ويعرف (السلمي، 2001، ص1) الميزة التنافسية بأنها امتلاك المنظمة لمهارات وتقنيات وموارد متميزة تتيح لها إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزبد عما يقدمه لهم المنافسون.

ب) أهمية الميزة التنافسية

تبرز أهمية الميزة التنافسية من خلال النقاط التالية (عبد الغفور، 2015، **ص30**):

1- تمنح الميزة التنافسية المنظمة تفوقا نوعيا وكميا وأفضلية على المنافسين.

2- تساعد في تحقيق قوة سوقية للمنظمة من خلال التميز في طرح السلع والخدمات بعلامات متميزة.

3- تساهم في التأثير الإيجابي في مدركات العملاء وتحفيزهم للاستمرار في التعامل مع المنظمة.

4- تتيح للمنظمة متابعة التطور والتقدم على المدى البعيد لما تتسم به من استمرارية وتجدد.

5- تمثل الميزة التنافسية معياراً مهماً يمكن المنظمة من الحكم على مدى نجاحها وتفوقها من عدمه.

ج) أبعاد الميزة التنافسية

للميزة التنافسية أبعاداً عديدة يرتبط تحقيقها بها ارتباطاً وثيقاً يسرد الباحثون أهمها في الآتي:

1- التكلفة: وهي البعد التنافسي الذي يضمن للمنظمة القدرة على تقديم السلع والخدمات بتكلفة أقل من المنافسين مع المحافظة على الخصائص الأساسية لها (عبابسة وآخرون، 2018، ص43).

2- الجودة: وهي قدرة المنظمة على تقديم منتجاتها بطريقة تطابق توقعات (كحيل، 2016، ص35).

3- المرونة: وتعني قدرة المنظمة على تجديد وتعديل عملياتها ومنتجاتها التي تقدمها وفقاً للتغيرات التي تحدث في حاجات ورغبات وتفضيلات العملاء (كحيل، 2016، ص35).

4- الوقت: يعتبر بعد الوقت مقياسا للالتزام بين المنظمة والعملاء ويشير إلى مقدرة المنظمة على الوفاء بالتزاماتها تجاه عملائها في الوقت المناسب (حسن، 2003، ص23).

5- الإبداع: هو تلك العملية التي تضمن تقديم أشياء جديدة بطرق غير مألوفة (حسن، 2003، ص23).

د) علاقة عمليات إدارة المعرفة بالميزة التنافسية

إن قدرة المنظمات على الاستجابة والتكيف مع المتغيرات البيئية تعزز قدرتها على خلق واستدامة الميزة التنافسية لها حيث تعتمد المنظمة في بناء ذلك على التحليل والفحص للعديد من المتغيرات الداخلية والخارجية حيث إن إدارة المعرفة وعملياتها تمثل الإدارة المؤسساتية التي تتعامل مع متغيرات البيئة المحيطة خصوصاً تلك المتعلقة بالمنظمات المنافسة، لذا يستوجب الأمر على المنظمات أن تكون قادرة على تفسير المعلومات المحيطة والبيئة التنافسية ودراسة متغيراتها والتعامل معها بشكل أفضل يمكنها من بناء وتطوير وزيادة استراتيجياتها التنافسية. إن الاتجاه الحديث في الإنفاق والاستثمار في

البحث والتطوير وتشكيل رأس مال معرفي يستند إلى المعرفة الواسعة للمنظمات من شأنه زيادة المزايا التنافسية مثل كلفة الإنتاج المنخفضة والجودة العالية لمنتجاتها والتكيف مع التغيرات المحيطة وسرعة الاستجابة لطلبات العملاء بأساليب وطرق جديدة (داسي، 2006، ص149).

المبحث الثالث/ عرض وتحليل البيانات الأولية

أولاً/ منهجية الدراسة

1) منهج الدراسة: اعتمد الباحثون على المنهج الوصفي الذي يعتمد على الوصف والتحليل.

2) أداة جمع البيانات: استُخدمت استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من المصادر الأولية بهذه الدراسة. حيث قُسمت الاستمارة إلى ثلاثة محاور رئيسية يضم المحور الأول منها عدد من الفقرات حول البيانات الشخصية للمستجوبين والمحور الثاني يشمل عدد 24 عبارة تعكس مدى تبني الشركة لأسلوب إدارة المعرفة والتزامها بعملياتها حيث خصصت ست عبارات للحكم على كل عملية، في حين أشتمل المحور الثالث على عدد 25 عبارة للحكم على مدى تحقيق الشركة لميزة تنافسية.

3) مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في جميع المديرين بالإدارتين العليا والوسطي ومساعديهم بالشركة وعددهم 60 فرداَ. أما عينة الدراسة فقد استخدم أسلوب المسح الشامل لجميع مفردات المجتمع.

4) توزيع وتجميع استمارة الاستبيان: اعتمد الباحثون طريقة التوزيع والتجميع الشخصي لاستمارات الاستبيان حيث وزع عدد 60 استمارة استبيان تم استعادة عدد 47 استمارة منها أي ما نسبته 78% تقريباً من إجمالي الاستمارات الموزعة وكان الفاقد 13 استمارة بنسبة 22%، و لم يستبعد أياً من الاستمارات المجمعة وبذلك يكون عدد الاستمارات الخاضعة للتحليل 47 استمارة استبيان ممثلة ما نسبته 78% تقريباً من إجمالي عدد الاستمارات الموزعة و تُعد هذه النسبة كافية ويعوّل عليها كما موضح بالجدول رقم (1):

جدول(1) حركة توزيع و تجميع استمارات الاستبيان

البيان	الموزعة	المجمعة	الفاقد	المستبعد	الخاضعة للتحليل
العدد	60	47	13	0	47
النسبة	%100	%78	%22	%0	%78

المصدر: إعداد الباحثون وفقاً للبيانات المجمعة

5) الأساليب الإحصائية المستخدمة بالدراسة: تمثلت المقاييس والأساليب الإحصائية في الآتي:

أ- اختبار كرونباخ ألفا: استخدم لمعرفة مدى ثبات استمارة الاستبيان وللحكم على مدى معوّليتها.

ب- المقاييس الوصفية (رزق الله،2002، 158): تم استخدام أسلوب التوزيع النسبي المتمثل في النسب المئوية والتكرارات والمتوسطات الحسابية، لوصف طبيعة إجابات مفردات عينة الدراسة عن أسئلة الاستبيان المتعلقة بالبيانات الأساسية وكذلك وصف متغيرات الدراسة.

ج- معامل الارتباط: تم استخدامه لتحديد نوع وقوة العلاقة بين متغيرات الدراسة.

د- تحليل الانحدار الخطي البسيط (سهل، 2017، 75): استخدم لاختبار أثر متغير مستقل واحد في المتغير التابع، وذلك لقياس أثر عمليات إدارة المعرفة منفردة (كل عملية على حدا) في الميزة التنافسية.

ه- تحليل الانحدار الخطي المتعدد (عطية، 1998، 220): استخدم لاختبار أثر المتغيرات المستقلة مجتمعة في المتغير التابع وذلك لقياس أثر عمليات إدارة المعرفة مجتمعه المتمثلة في: (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، وتطبيق المعرفة) في الميزة التنافسية.

6) ترميز البيانات: استخدم مقياس ليكرت (Lickert) ذي الأوزان الخمسة في ترميز البيانات حيث تدرجت الأوزان المعطاة على النحو المبين في الجدول أدناه رقم (2):

جدول(2) توزيع الدرجات على الإجابات المتعلقة بمقياس(ليكرت) الخماسي

الإجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

اعتمد الباحثون الدرجة (3) كمتوسط مرجح لدرجات الموافقة عن العبارات؛ فإذا كان متوسط درجة إجابات مفردات العينة يزيد عن 3 فيدل على ارتفاع درجة الموافقة؛ وإذا قل عن 3 فيدل على انخفاض درجة الموافقة؛ في حين إذا كان متوسط درجة إجابات مفردات العينة لا يختلف عن 3 فيدل على أن درجة الموافقة متوسطة.

7) نتائج اختبار كرونباخ ألفا (Cornbach Alpha) للصدق والثبات: استخدم هذا المقياس للتحقّق من درجة الارتباط الداخلي بين إجابات عناصر العينة في الدراسة وكانت النتائج كما في جدول(3).

جدول(3) نتائج اختبار كرونباخ ألفا (α)

م	المتغير	عدد العبارات	قيمة معامل ألفا
1	عملية توليد المعرفة	6	0.701
2	عملية تخزين المعرفة	6	0.871
3	عملية توزيع المعرفة	6	0.826
4	عملية تطبيق المعرفة	6	0.780
5	عمليات إدارة المعرفة	24	0.859
6	الميزة التنافسية	25	0.940
7	جميع عبارات الاستمارة	49	0.947

من البيانات الواردة في الجدول رقم (3) نلاحظ أن قيم ألفا كانت أكبر من القيمة (0.60) لجميع العبارات المتعلقة بكل محور من محاور الاستبيان كل على حدا وكذلك لجميع عبارات المحاور (0.947) وهي قيمة ثبات عالية جداُ ومقبولة في العرف الإحصائي و تدل على وجود ارتباط بين إجابات مفردات العينة.

ثانياً- تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة:

أ) خصائص مفردات عينة الدراسة:

يبين الجدول رقم (4) التوزيع التكراري والنسبي المئوي لمفردات عينة الدراسة حسب خصائص مفردات العينة من حيث الجنس، العمر، الصفة الوظيفية، المؤهل العلمي، وسنوات الخبرة كالأتي:

جدول (4) التوزيع التكراري لمفردات عينة الدراسة حسب الجنس، العمر، الصفة الوظيفية، المؤهل، وسنوات الخبرة.

ت. س	السؤال	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
1	الجنس	ذكر	28	%59.6
		أنثى	19	%40.4
		المجموع	47	%100
2	العمر	أقل من 30 سنة	7	%14.9
		من 30 إلى أقل40	10	%21.3
		من 40 إلى أقل من 50	22	%46.8
		50 سنة فأكثر	8	%17.0
		المجموع	47	%100
3	الصفة الوظيفية	مدير إدارة	6	%12.8
		رئيس قسم	9	%19.1
		رئيس وحدة	6	%12.8
		موظف	26	%55.3
		المجموع	47	%100
4	المؤهل العلمي	تعليم متوسط	12	%25.5
		دبلوم عالي	16	%34.0
		جامعي	17	%36.2
		ماجستير فأعلى	2	%4.3
		المجموع	47	%100
5	سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	7	%14.9
		من 5 إلى أقل من 10	13	%27.7
		من 10 إلى أقل من 20	12	%25.5
		20سنة فأكثر	15	%31.9
		المجموع	47	%100

1) توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الجنس: تبين البيانات الواردة بالجدول رقم (4) أن عدد الذكور وهو 28 أكبر من عدد الإناث 19 حيث مثّل عدد الذكور ما نسبته 59.6% من مجمل مفردات عينة الدراسة.

2) توزيع مفردات عينة الدراسة حسب العمر: من الجدول السابق رقم (4) يتضح أنّ معظم مفردات عينة الدراسة أعمارهم تتراوح من 40 إلى أقل من 50 سنة بعدد 22 مفردة ويمثلون نسبة 46.8% من مفردات عينة الدراسة يليهم ممن أعمارهم تتراوح من 30 إلى أقل من 40 سنة عددهم 10 فرداً ويمثلون نسبة

21.3%، أما الفئة الأقل وهم ممن تقل أعمارهم عن 30 سنة وعددهم 7 فشكلت فقط 14.9 % من جميع مفردات عينة الدراسة في حين باقي مفردات عينة الدراسة تزيد أعمارهم عن 50 سنة.

3) توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الصفة الوظيفية: إن أغلب مفردات العينة تمثل في الموظفين حيث كان عددهم 26 موظفاً بنسبة 55.3%، يليهم رؤساء الأقسام عددهم 9 بما نسبتهم19.1% في حين انقسم باقي مفردات العينة و هم 12 بين أمناء الوحدات ومدراء الإدارات بالتساوي بنسبة 12.0% من جميع مفردات العينة لكل منهما.

4) توزيع مفردات عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي: يبين الجدول السابق رقم (4) أن أغلب أفراد العينة هم من حملة البكالوريوس 17 والدبلوم العالي 16 بنسبة 36.2% و 34.0% على التوالي. يلي ذلك ذوي التعليم المتوسط 12 فرداً بنسبة 25.5%، في حين كان باقي مفردات العينة وعددهم 2 من حملة الماجستير فما فوق و مثلت نسبتهم فقط 4.3% من عينة الدراسة.

5) توزيع مفردات عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة: من الجدول رقم (4) يتضح أن الأفراد الذين تزيد خبرتهم عن 20 سنة يمثلون المفردات الأكثر تكراراً بنسبة 31.9%، يليهم الأفراد ممن تتراوح سنوات الخبرة لديهم من 5 إلى أقل من 10 سنوات و من 10 إلى أقل من 20 سنة بنسب 27.7% و 25.5% على التوالي، في حين قلت خبرة باقي مفردات العينة عن الخمس سنوات وكان عددهم 7 أفراد.

ب) وصف متغيرات الدراسة:

استناداً إلى الأهداف الفرعية للدراسة والمتمثلة في: " التعرف علي مدى تبني الشركة قيد الدراسة لأسلوب إدارة المعرفة والتزامها بعملياتها وكذلك التعرف على مدى تحقيق الشركة لميزة تنافسية. فقد خصص الباحثون هذه الفقرة لحساب المتوسطات العامة فقط لعمليات إدارة المعرفة منفصلة و المتوسط العام لعملياتها مجتمعة الممثلة للمتغير المستقل و حساب المتوسط العام للمتغير التابع المتمثل في الميزة التنافسية؛ وكانت نتائج التحليل على النحو الآتي:

جدول رقم (5) المتوسط الحسابي العام للإجابات المتعلقة بمتغيرات الدراسة

ر.م	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	المتوسط الحسابي العام للإجابات المتعلقة بمدى التزام الشركة بعملية توليد المعرفة	3.64	0.606
2	المتوسط الحسابي العام للإجابات المتعلقة بمدى التزام الشركة بعملية تخزين المعرفة	3.706	0.767
3	المتوسط الحسابي العام للإجابات المتعلقة بمدى التزام الشركة بعملية توزيع المعرفة	3.595	0.727
4	المتوسط الحسابي العام للإجابات المتعلقة بمدى التزام الشركة بعملية تطبيق المعرفة	3.645	0.707
5	المتوسط الحسابي العام لمدى تبني الشركة لأسلوب إدارة المعرفة والتزامها بعملياتها مجتمعة	3.647	0.480
6	المتوسط الحسابي العام للإجابات المتعلقة بمستوى تحقيق الشركة لميزة تنافسية	3.621	0.633

1) مستوى التزام الشركة بعملية توليد المعرفة:

يتضح من البيانات الواردة بالجدول (5) أن قيمة المتوسط الحسابي العام للإجابات المتعلقة بمستوى التزام الشركة بعملية توليد المعرفة أكبر من المتوسط المقياس المعتمد من قبل الباحثين (3)؛ حيث كان المتوسط العام للإجابات المتعلقة بهذا البعد (3.64) ما يشير إلى ارتفاع درجات الموافقة على هذه العبارات ويدل بذلك على ارتفاع مستوى التزام الشركة بعملية توليد المعرفة بالشركة قيد الدراسة.

2) مستوى التزام الشركة بعملية تخزين المعرفة:

من الجدول(5) و بالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي العام للإجابات حول مستوى التزام الشركة بعملية تخزين المعرفة والتي تساوي (3.705) نجد أنها أكبر من المتوسط المعتمد من قبل الباحثين ما يشير إلى ارتفاع درجات الموافقة على هذه العبارات ويدل على وجود ارتفاع في مستوى التزام الشركة بعملية تخزين المعرفة بالشركة قيد الدراسة.

3) مستوى التزام الشركة بعملية توزيع المعرفة:

يتبين من الجدول (5) أنّ قيمة المتوسط الحسابي العام لإجابات جميع العبارات المتعلقة بمستوى التزام الشركة بعملية توزيع المعرفة تساوي (3.595) وهي تزيد عن متوسط درجة الموافقة المعتمد

من الباحثين؛ وهذا يشير إلى ارتفاع درجات الموافقة على هذه العبارات عموماً ويدل على ارتفاع مستوى التزام الشركة بعملية توزيع المعرفة.

4) مستوى التزام الشركة بعملية تطبيق المعرفة:

بالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي العام للإجابات المتعلقة بمستوى التزام الشركة بعملية تطبيق المعرفة بالجدول (5)، نجد أنها تفوق المتوسط المعتمد إذ تساوي (3.645) وهذا يشير إلى ارتفاع درجات الموافقة على هذه العبارات عموماً ويدل على ارتفاع مستوى التزام الشركة بعملية تطبيق المعرفة.

5) مدى تبني الشركة لأسلوب إدارة المعرفة والتزامها بعملياتها مجتمعة:

التزاماً بخطة الدراسة وأهدافها عموماً وتحقيق هدفا الثاني على وجه الخصوص، تم احتساب قيمة المتوسط العام لجميع العبارات المتعلقة بمدى تبني الشركة قيد الدراسة لأسلوب إدارة المعرفة والتزامها بعملياتها مجتمعة و كانت القيمة المحسوبة كما هو موضح بالجدول رقم (5) تساوي (3.647) وهي أكبر من المتوسط المقياس المعتمد من الباحثين و يشير ذلك إلى أن مستوى تبني أسلوب إدارة المعرفة والالتزام بعملياتها مجتمعة بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس مرتفع على وجه العموم لا التجزئة، وبذلك يتحقق الهدف الثاني للدراسة.

6) مدى تحقيق الشركة لميزة تنافسية:

بالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي العام لإجابات مفردات العينة مجتمعة حول تحديد مدى تحقيق الشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس قيد الدراسة لميزة تنافسية وبناءاً على ما دلت عليه إجابات مفردات العينة الخاضعة للدراسة، نجد أنها تساوي (3.621) وهي تزيد عن المتوسط المقياس(3) وهذا يشير إلى ارتفاع درجات الموافقة عموماً على عبارات هذا المتغير ويدل على ارتفاع مستوى تحقيق الشركة لميزة تنافسية وبذلك يتحقق الهدف الثالث للدراسة.

ج) اختبار فرضيات الدراسة

1) اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة: تنص الفرضية الرئيسية للدراسة على أنه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعمليات إدارة المعرفة من حيث (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، وتطبيق المعرفة) في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس قيد الدراسة "، ولاختبار هذه الفرضية البحثية أعيد صياغتها في صورة فرضية إحصائية كما يلي:

الفرضية الصفرية H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعمليات إدارة المعرفة من حيث (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، وتطبيق المعرفة) في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس قيد الدراسة.

الفرضية البديلة H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعمليات إدارة المعرفة من حيث (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، وتطبيق المعرفة) في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس قيد الدراسة.

تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد السابق تبريره ذلك لاختبار ما إذا كان هناك أثر ذو دلالة إحصائية للمتغير المستقل المتمثل في عمليات إدارة المعرفة من حيث (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، وتطبيق المعرفة) في المتغير التابع المتمثل في تحقيق ميزة تنافسية، وكانت النتائج كما في الجدول رقم (6) الأتي:

جدول(6) نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لإيجاد أثر إتباع أسلوب إدارة المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية

البيان	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2	اختبار F	مستوى المعنوية المشاهد
أثر إتباع أسلوب إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية	+0.855	0.731	28.547	0.000

من البيانات الواردة بالجدول أعلاه يتضح وجود علاقة طردية بين إتباع أسلوب إدارة المعرفة وتحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس، حيث كانت قيمة معامل الارتباط تساوي (0.855+)، أما معامل التحديد (R^2) فكانت قيمته تساوي (0.731) ما يعني أن إتباع أسلوب إدارة المعرفة والالتزام بعملياتها بالشركة قيد الدراسة مسئول عن تفسير (73.1%) من التغير الحاصل في مستوى تحقيق الميزة التنافسية، و ما نسبته (26.9%) يرجع لعوامل أخرى خلاف هذا المتغير.

ولما كانت قيمة (F) المحسوبة تساوي (28.547) بمستوى معنوية مشاهد (0.000) والذي يقل عن مستوى المعنوية (0.05) فذلك يسمح برفض الفرضية الصفرية ومن ثم قبول الفرضية البديلة، أي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإتباع أسلوب إدارة المعرفة والالتزام بعملياتها في مستوى تحقيق الميزة التنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس ما يساعد على أثبات صحة الفرضية

الرئيسية للدراسة و تحقيق الهدف الرئيسي لها.

2) اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة

اختبار الفرضية الفرعية الأولى: تنص الفرضية الفرعية الأولى على أنه يوجد أثر لعملية توليد المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس

و لاختبار هذه الفرضية أعيد صياغتها في صورة فرضية إحصائية كما يلي:

الفرضية الصفرية H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية توليد المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس.

الفرضية البديلة H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية توليد المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس.

ولاختبار صحة الفرضيتين، استخدم تحليل الانحدار الخطي البسيط وكانت النتائج كما بالجدول رقم (7):

جدول (7) نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لإيجاد أثر عملية توليد المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية

البيان	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2	اختبار F	مستوى المعنوية المشاهد
أثر عملية توليد المعرفة في الميزة تنافسية	+0.573	0.328	21.943	0.000

من البيانات الواردة بالجدول السابق يتضح أن قيمة معامل الارتباط تساوي (0.573+) ما يدل على وجود علاقة طردية بين عملية توليد المعرفة وتحقيق ميزة تنافسية بالشركة قيد الدراسة كما يتضح أيضاً أن معامل التحديد (R^2) يساوي (0.328) وهذا يعني أن (32.8%) من التغير الحاصل في مستوى تحقيق الميزة التنافسية سببه التغير في عملية توليد المعرفة، أما ما نسبته (67.2%) يرجع لعوامل أخرى. ولما كانت قيمة (F) المحسوبة تساوي (21.943) بمستوى معنوية مشاهد (0.000) وهو أقل من (0.05) فإن ذلك يسمح برفض الفرضية الصفرية و قبول الفرضية البديلة، التي تنص على أنه يوجد أثر لعملية توليد المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة قيد الدراسة. مثبتاً بذلك صحة الفرضية الفرعية الأولى للدراسة.

اختبار الفرضية الفرعية الثانية: تنص الفرضية الفرعية الثانية على أنه يوجد أثر لعملية تخزين المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس.

و لاختبار هذه الفرضية قام الباحثون بإعادة صياغتها في صورة فرضية إحصائية كما يلي:

الفرضية الصفرية H0: لا يوجد أثر لعملية تخزين المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس.

الفرضية البديلة H1: يوجد أثر لعملية تخزين المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس.

ولاختبار صحة هاتين الفرضيتين، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط وكانت النتائج كما في الجدول رقم (8) الأتي:

جدول (8) نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لإيجاد أثر عملية تخزين المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية

البيان	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2	اختبار F	مستوى المعنوية المشاهد
أثر عملية تخزين المعرفة في الميزة تنافسية	+0.347	0.121	1.915	0.000

من خلال البيانات الواردة بالجدول السابق يتضح أن قيمة معامل الارتباط تساوي (0.347+) ما يدل على وجود علاقة طردية بين عملية تخزين المعرفة وتحقيق ميزة تنافسية بالشركة قيد الدراسة كما يتضح أيضاً أن معامل التحديد (R^2) يساوي (0.121) وهذا يعني أن (12.1%) من التغير الحاصل في مستوى تحقيق الميزة التنافسية بالشركة مرده إلى عملية تخزين المعرفة، أما ما نسبته (87.9%) يرجع لعوامل أخرى خلاف عملية تخزين المعرفة.

ولما كانت قيمة (F) المحسوبة تساوي (1.915) بمستوى معنوية مشاهد (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية المعتمد (0.05) فإنه يتم رفض الفرضية الصفرية و قبول الفرضية البديلة، أي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية تخزين المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس ما يساعد على إثبات صحة الفرضية الفرعية الثانية للدراسة.

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: تنص الفرضية الفرعية الثالثة على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية توزيع المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس.

و لاختبار هذه الفرضية قام الباحثون بإعادة صياغتها في صورة فرضية إحصائية كما يلي:

الفرضية الصفرية H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية توزيع المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس.

الفرضية البديلة H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية توزيع المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس.

ولاختبار صحة هاتين الفرضيتين، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط وكانت النتائج كما في الجدول رقم (9) الأتي:

جدول (9) نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لإيجاد أثر عملية توزيع المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية

البيان	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2	اختبار F	مستوى المعنوية المشاهد
أثر عملية توزيع المعرفة في الميزة التنافسية	+0.815	0.664	88.968	0.000

من خلال البيانات الواردة بالجدول السابق يتضح أن قيمة معامل الارتباط تساوي (0.815+) ما يدل على وجود علاقة طردية بين عملية توزيع المعرفة وتحقيق ميزة تنافسية بالشركة قيد الدراسة كما يتضح أيضاً أن معامل التحديد (R^2) يساوي (0.664) وهذا يعني أن (66.4%) من التغير الحاصل في مستوى تحقيق الميزة التنافسية بالشركة مرده إلى عملية توزيع المعرفة، أما ما نسبته (33.6%) يرجع لعوامل أخرى.

ولما كانت قيمة (F) المحسوبة تساوي (88.968) بمستوى معنوية مشاهد (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية المعتمد (0.05) فإنه يتم رفض الفرضية الصفرية و قبول الفرضية البديلة، أي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية توزيع المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس ما يساعد على إثبات صحة الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة.

اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: تنص الفرضية الفرعية الرابعة على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية تطبيق المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس.

و لاختبار هذه الفرضية قام الباحثون بإعادة صياغتها في صورة فرضية إحصائية كما يلي:

الفرضية الصفرية H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية تطبيق المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس.

الفرضية البديلة H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية تطبيق المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس.

ولاختبار صحة هاتين الفرضيتين، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط وكانت النتائج كما في الجدول رقم (10) الأتي:

جدول (10) نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لإيجاد أثر عملية تطبيق المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية

البيان	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2	اختبار F	مستوى المعنوية المشاهد
أثر عملية تطبيق المعرفة في الميزة التنافسية	+0.750	0.562	57.797	0.000

يتضح من الجدول أن قيمة معامل الارتباط تساوي (0.750+) وهذا يدل على وجود علاقة طردية بين عملية تطبيق المعرفة والميزة التنافسية، كما أن معامل التحديد (R^2) يساوي (0.562) مما يعني أن عملية تطبيق المعرفة مسئولة عن تفسير (56.2%) من التغير الحاصل في مستوى تحقيق الميزة التنافسية بالشركة قيد الدراسة، أما ما نسبته (43.8%) يرجع لعوامل أخرى خلاف عملية تطبيق إدارة المعرفة.

ولما كانت قيمة (F) المحسوبة تساوي (57.797) بمستوى معنوية مشاهد (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية المعتمد (0.05) فإن ذلك يسمح للباحثين برفض الفرضية الصفرية و قبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية تطبيق المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس ما يثبت صحة الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة.

ثالثاً/ النتائج والتوصيات:

1) نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن عرض أهمها كالأتي:

أ) النتائج المتعلقة بوصف متغيرات الدراسة:

1- يوجد ارتفاع في مستوى الالتزام بعملية توليد المعرفة بالشركة قيد الدراسة جدول (5).

2- يعد مستوى الالتزام بعملية تخزين المعرفة مرتفعاُ بالشركة قيد الدراسة جدول (5).

3- هناك ارتفاع في مستوى الالتزام بعملية توزيع المعرفة بالشركة قيد الدراسة جدول (5).

4- يوجد ارتفاع في مستوى الالتزام بعملية تطبيق المعرفة بالشركة قيد الدراسة (5).

5- أثبتت الدراسة أنه هناك إتباع لأسلوب إدارة المعرفة من قبل العاملين بالشركة قيد الدراسة والالتزام بعملياتها على وجه العموم لا التجزئة جدول (5).

6- هناك ارتفاع في مستوى تحقيق الشركة قيد الدراسة لميزة تنافسية وفقاً للبيانات المجمعة من الأفراد الخاضعين للدراسة وآرائهم بالخصوص جدول (5).

ب) النتائج المتعلقة باختبار فرضيات الدراسة:

من خلال اختبار الفرضيات التي تبنى عليها الدراسة تم التوصل إلى الآتي:

1- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإتباع أسلوب إدارة المعرفة والالتزام بعملياتها في مستوى تحقيق الميزة التنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس حيث إن إتباع الشركة لأسلوب إدارة المعرفة والالتزام بعملياتها مسئول عن تفسير (73.1%) من التغير الحاصل في مستوى تحقيقها لميزة تنافسية. إذا لم يتأثر مستوى تحقيق الميزة التنافسية إلا بمستوى تأثير متغير إدارة المعرفة وتطبيق عملياتها، جدول (6).

2- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية توليد المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس حيث إنه 32.8% من التغير الحاصل في مستوى تحقيق الشركة لميزة تنافسية يعزو إلى التغير في مستوى الالتزام بعملية توليد المعرفة إذ لم يتأثر مستوى الميزة التنافسية إلا بتأثير التغير في هذه العملية فقط، جدول (7).

3- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية تخزين المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس حيث إنه 12.1% من التغير الحاصل في مستوى تحقيق الشركة لميزة تنافسية يعود إلى التغير في مستوى الالتزام بعملية تخزين المعرفة إذا لم يتأثر مستوى تحقيق الميزة إلا بتأثير هذه العملية فقط، جدول (8).

4- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية توزيع المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس إذ ما نسبته 66.4% من التغير الحاصل في مستوى تحقيق الشركة لميزة تنافسية يعود إلى التغير في مستوى الالتزام بعملية توزيع المعرفة هذا إذا لم يتأثر مستوى تحقيق الميزة إلا بتأثير هذا البعد فقط، جدول (9).

5- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعملية تطبيق المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية بالشركة الوطنية

للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس حيث إنه 56.2% من التغير الحاصل في مستوى تحقيق الشركة لميزة تنافسية يعود إلى التغير في مستوى الالتزام بعملية تطبيق المعرفة إذا لم يتأثر مستوى تحقيق الميزة التنافسية إلا بتأثير هذه العملية فقط، جدول (10).

2) التوصيات:

في ضوء ما تمّ التوصل إليه من نتائج أوصى الباحثون بالآتي:

1- وضع خطة إستراتيجية واضحة من قبل الشركة لإدارة المعرفة وعملياتها كمدخل لتطوير وتحسين أدائها وتحقيقها لميزة تنافسية من خلال التكيف مع التغيرات المحيطة والسرعة في الاستجابة لطلبات العملاء بأساليب وطرق جديدة.

2- زيادة التأكيد والدعم لأسلوب إدارة المعرفة بالشركة ذلك بالتوسع في نشر ثقافتها و إلقاء الضوء حول مفاهيمها وأهدافها وعملياتها بما يساعد على تأسيس ثقافة تنظيمية داعمة لمشاركة وتقاسم وتبادل المعرفة.

3- دعم ممارسات القادة الإداريين بالشركة فيما يتعلق بعمليات إدارة المعرفة بما يساعد على حسن استثمار المعرفة التي يمتلكها العاملون وجعلها ذات قيمة من خلال مشاركتهم والأخذ بآرائهم.

4- العمل على تحسين البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات داخل الشركة من أجل تسهيل عمليات إدارة المعرفة من توليد وتخزين وتوزيع وتطبيق.

5- العمل على منح وتزويد الأفراد العاملين بالسلطات والصلاحيات والموارد اللازمة للقيام بأعمالهم بما يساعدهم على الاستفادة القصوى من تطبيق عمليات إدارة المعرفة بالشركة.

6- منح دورات تدريبية للأفراد العاملين بالشركة بما يساعد على تنمية مهاراتهم وقدراتهم على استخدام شبكات المعلومات الداخلية والخارجية فيما يتعلق بتوليد، تخزين، توزيع، وتطبيق المعرفة.

قائمة المراجع والمصادر

1- الخضري، محسن أحمد (2004). *صناعة المزايا التنافسية، مجموعة النيل العربية*، القاهرة، مصر.

2- الزطمة، نضال محمد (2011). إدارة المعرفة وعلاقتها بتميز الأداء بكليات التقنية بالجامعة الإسلامية: دراسة تطبيقية على الكليات والمعاهد التقنية المتوسطة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.

3- السلمي، علي (2001). إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية، دار غريب للطباعة، القاهرة، مصر.

4- الصاوي، ياسر (2007)، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، دار السحاب للنشر، الكويت، الكويت.

5- العلول، سمر محمد (2011). دور إدارة المعرفة في تنمية الموارد البشرية: دراسة ميدانية في الجامعات الفلسطينية، رسالة ماجستير بكلية التعليم، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.

6- بن خليفة، أحمد (2011). مساهمة إدارة المعرفة في تحسين عملية صناعة القرار الإستراتيجي: دراسة بالمؤسسات الاقتصادية، رسالة ماجستير بكلية الإدارة والاقتصاد، جامعة، الوادي، الجزائر.

7- بوشندوقة، هدى (2013). إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر، رسالة ماجستير بكلية العلوم الاقتصادية، جامعة أكلي، البويرة، الجزائر.

8- جابر، زيد (2019). دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية: دراسة بعض وكالات بنوك بسكرة، أطروحة دكتوراه بكلية العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خضير، بسكرة، الجزائر.

9- حسن، حريم 2003(2003). إدارة المنظمات منظور كلي، دار حامد للنشر، عمان، الأردن.

10- حلموس، لمين (2017). دور إدارة المعرفة التسويقية في تحقيق ميزة تنافسية: دراسة ميدانية على عينة من البنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه بكلية العلوم الاقتصادية، جامعة خضير، بسكرة، الجزائر.

11- داسي، وهيبة حسين (2006). إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية: رسالة ماجستير المصارف الحكومية السورية، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، دمشق، سوريا.

12- رزق الله، عايدة نخلة (2002). دليل الباحثين في التحليل الإحصائي، دار الكتب، القاهرة، مصر.

13- سهل، أسمهان (2017). الخدمات الإلكترونية وأثرها في جودة الخدمات المصرفية:دراسة ميدانية بالمصرف التجاري الوطني فرع المدينة، رسالة ماجستير بالأكاديمية الليبية، طرابلس، ليبيا.

14- صافي، خليل موفق (2017). دور استخدام بطاقة الأداء المتوازن في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة على شركات التأمين، رسالة ماجستير بكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.

15- عبابسة، أحلام؛ العايش، أمنة؛ مرابط، ميمونة (2018). دور إدارة المعرفة في تحسين الميزة التنافسية: دراسة حالة شركة سوف للدقيق بالوادي، رسالة ماجستير بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر.

16- عبد الغفور، صالح عبد الحكيم (2015). متطلبات إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية بجامعات قطاع غزة، أكاديمية الإدارة والسياسة، جامعة الأقصى، غزة، فلسطين.

17- عبد القادر، عطية (1998). الاقتصاد القياسي، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.

18- عبد المالك، بوركوة (2011). إدارة المعرفة كمدخل لتدعيم القدرة التنافسية: دراسة ميدانية بشركة نجمة للاتصالات، رسالة ماجستير بكلية العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، الجزائر.

19- عليان، ربحي مصطفى (2008). إدارة المعرفة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

20- كبابي، كلثوم (2008). التنافسية وإشكالية الاندماج في الاقتصاد العالمي: دراسة حالة الجزائر والمغرب وتونس, رسالة ماجستير بجامعة باتنة، الجزائر.

21- كحيل، إسماعيل (2016). إدارة الجودة الشاملة وعلاقتها بالميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على العاملين في جامعة فلسطين، رسالة ماجستير بأكاديمية الإدارة والسياسة، غزة، فلسطين.

22- لحصيه، سملا (2005). أثر التسيير الإستراتيجي في تنمية كفاءات المؤسسة، دراسة ميدانية على المؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه بكلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر.

23- نوري، رسل صلاح الدين (2018). أثر إدارة المعرفة على تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في البنوك التجارية الأردنية، رسالة ماجستير بكلية الأعمال، جامعة الإسراء، عمان، الأردن.

24- هزايمة، علي أحمد (2018). أثر إدارة المعرفة على الميزة التنافسية: دراسة ميدانية بالمستشفيات الأردنية الخاصة، رسالة ماجستير بكلية الأعمال، جامعة عمان العربية، عمان، الأردن.

The Impact of Knowledge Management Operations on Competitive Advantage

A field Study of Joint Stock National Company for Flour Mills and Feed-Tripoli

Dr: Ahmed Bashir Sharif
Department of Management\ Faculty of Economic & Political Sciences Tripoli University
Dr: Abdulgader Mohamed Hwedi
Department of Management\ Faculty of Economic & political sciences Tripoli University
En: Abdelfatah Jomah Salem
Department of Training Ministry of Justice Tripoli

Abstract:

This study Aimed to identify the impact of knowledge management operations on achieving a competitive advantage in the Joint Stock National Company for Flour Mills and Feed-Tripoli. The analytical descriptive approach was adopted by the researchers and the questionnaire was used as a main instrument for the data collection purposes. A number of 60 questionnaires were distributed on a random sample of top and middle management managers and their assistances' in the company. After collection however; 47 questionnaires was subjected to the study and the collected data was analyzed by using The (SPSS) and the appropriate statistical measurements; and subsequently; a number of findings were found and the most important is:

There is a statistical significance impact of knowledge management operations on achieving a competitive advantage in the Joint Stock National Company for Flour Mills and Feed-Tripoli, as 73.1% of the change in achieving a competitive advantage in the company related to the change in knowledge management operations. According to this result the researchers, therefore, recommended the company to give more support to knowledge management operations of the leaders to enhance the level of investment of employees' Knowledge.

Keywords: Knowledge Management, Joint Stock National Company for Flour Mills and Feed, Competitive Advantage.