

أثر إدارة المعرفة في الميزة التنافسية (دراسة ميدانية في بنك القطيفي الإسلامي للتمويل الأصغر)

بشير الحمادي⁽¹⁾*

أحمد إبراهيم الراشدي⁽¹⁾

أصيل فضل قاسم الكعبي⁽¹⁾

آدم عبده سالم علي⁽¹⁾

الاستلام: 8 / يناير / 2025
التحكيم: 9 / يناير / 2025
القبول: 19 / يناير / 2025

© 2025 University of Science and Technology, Aden, Yemen. This article can be distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution License](#), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

© 2025 جامعة العلوم والتكنولوجيا، المركز الرئيس عدن، اليمن. يمكن إعادة استخدام المادة المنشورة حسب رخصة مؤسسة المشاع الإبداعي شريطة الاستشهاد بالمؤلف والمجلة.

¹ باحث في العلوم الإدارية، كلية العلوم الإدارية والإنسانية، جامعة العلوم والتكنولوجيا- اليمن، عدن.

* عنوان المراسلة: ba.alhammadi@aden.ust.edu

أثر إدارة المعرفة في الميزة التنافسية (دراسة ميدانية في بنك القطيفي الإسلامي للتمويل الأصغر)

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر إدارة المعرفة في الميزة التنافسية في بنك القطيفي الإسلامي للتمويل الأصغر؛ حيث تمثلت مشكلة في معرفة أثر إدارة المعرفة بأبعادها (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، تطبيق المعرفة) في الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة، الجودة، المرونة، الوقت، الإبداع) واعتمد الباحثون على المنهج الوصفي التحليلي، وكانت الاستبانة الأداة الرئيسة لجمع البيانات الأولية، وتمثل مجتمع الدراسة بجميع موظفي الإدارة العامة لبنك القطيفي الإسلامي للتمويل الأصغر وفروعه البالغ عددهم (320) عنصراً، واعتمد الباحثون على العينة غير العشوائية القصدية المتمثلة بـ (الرئيس التنفيذي للبنك، رؤساء قطاعات، مديري الإدارات ونوابهم، مديري الفروع ونوابهم، رؤساء الأقسام) والبالغ عددهم (43) مضرة، وجرى الاعتماد على برنامج الـ (SPSS). وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: وجود أثر ذي دلالة إحصائية لإدارة المعرفة في الميزة التنافسية، ومستوى إدارة المعرفة والميزة التنافسية في بنك القطيفي الإسلامي للتمويل الأصغر كانت عموماً مرتفعة جداً، وأوصت الدراسة بنك القطيفي الإسلامي للتمويل الأصغر بالمزيد من الحرص على المحافظة على موظفيه ذوي الخبرة والمعرفة، ومزيد من الاهتمام والتركيز على جانب التكاليف عند عرض الخدمات.

الكلمات المفتاحية: المعرفة، إدارة المعرفة، الميزة التنافسية.

The impact of knowledge management on competitive advantage (A field study at Al- Qutaibi Islamic Microfinance Bank)

Basheer Al Hammadi. (1,*)
Ahmed Ibrahim Al-Rashedy. (1)
Aseel Fadhl Qasem AlKaabi. (1)
Adam Abdo Salem Ali. (1)

Abstract:

This study aims to examine the impact of knowledge management on competitive advantage at Al-Kuraibi Islamic Microfinance Bank. The research problem is about the impact of knowledge management dimensions on competitive advantage dimensions. In this context ،the researchers have adopted a descriptive-analytical methodology ،and the questionnaire is considered an important tool for collecting primary data. The population of this study encompasses all employees of Al-Kuraibi Bank ،which totals 320 employees. A non-random purposive sample included 43 respondents ،comprising the chief executive officer ،the heads of the sections ، department and deputy department managers ،branch managers and their deputies ،as well as all section heads. The data analysis was accomplished by using SPSS software. Some of the key findings from the study are that knowledge management has a significant effect on competitive advantage ،the level of knowledge management and competitive advantage in Al-Kuraibi Islamic Microfinance Bank is very high ،the retention of experienced employees with deep knowledge and greater attention to the cost aspect while offering services by the bank are recommended.

Keywords: Knowledge ،Knowledge Management ،Competitive Advantage.

¹ Researcher in Administrative Sciences ،Faculty of Administrative and Human Sciences ،University of Science and Technology ،Yemen ،Aden.

* Corresponding Author address: ba.alhammadi@aden.ust.edu

المقدمة

تجري في عالم اليوم تحولات اقتصادية عميقة، يميزها بنحو غير مسبق المرور السريع إلى الفضاء غير المادي، إذ أضحت الاستثمار في مجال المعرفة يتجاوز بكثير نظيره في المجال المادي (تجهيزات ومعدات)، كما أن الموارد المخصصة للاستثمار في إنتاج ونشر المعلومات والمعارف كالبحت، التطوير، التعليم والتدريب، أصبحت تزداد باستمرار، ومن هذا المنطلق، فإن الاقتصاد المبني على المعرفة أصبح يؤخذ تدريجياً باعتباره ضرورة حتمية للتطور.

إذ أن إدارة المعرفة هي مفهوم إستراتيجي حديث، يشير إلى العمليات والأدوات التي تهدف إلى تسخير المعرفة والخبرات الموجودة داخل المنظمة لتحقيق الميزة التنافسية في سوق الأعمال المتنامي والمعقد، وأصبحت المعرفة والمعلومات تعد من أهم الأصول التي تمتلكها المنظمات. وبالتالي، فإن القدرة على إدارة وتنظيم هذه المعرفة أصبحت ضرورية لتحقيق الميزة التنافسية.

وتعد الميزة التنافسية هدفاً رئيساً لأي منظمة تسعى للنجاح في بيئة الأعمال اليوم، والميزة التنافسية تعني القدرة على تقديم منتجات أو خدمات فريدة ومميزة عن المنافسين، وبأكثر كفاءة وفعالية، مما يؤدي إلى جذب العملاء، والحفاظ عليهم، وتحقيق العائد المالي المرغوب.

وتواجه المنظمات تحديات عديدة في سبيل تحقيق الميزة التنافسية، مثل التغيرات التكنولوجية السريعة والمتسارعة، وزيادة حجم وتعقيد المعلومات المتاحة. لذلك، أصبحت إدارة المعرفة أداة إستراتيجية قوية للتعامل مع هذه التحديات، وتحقيق الميزة التنافسية.

وقد جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على أثر إدارة المعرفة بأبعادها (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، تطبيق المعرفة) في الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة، الجودة، المرونة، الوقت، الإبداع) في بنك القطيف الإسلامي للتمويل الأصغر.

الإطار العام والدراسات السابقة

مشكلة الدراسة

تعد الميزة التنافسية الأساس الذي تصاغ حولها الإستراتيجية التنافسية للبنوك، فهي تنمي قدرتها وخدماتها لدعم الميزة التنافسية؛ لأنها تفشل بدون هذه الميزة.

ومع التوسع الكبير، وسرعة التطور والانتشار الذي يحققه بنك القطيف الإسلامي للتمويل الأصغر، حيث تأسس البنك عام (2021)، ويمتلك البنك (13) فرعاً حالياً، كما لديه (3) فروع تحت التأسيس، فهو يهدف إلى تعزيز انتشاره، وزيادة حصته السوقية، وتحسين الميزة التنافسية لديه، ومع ذلك، يواجه البنك العديد من التحديات والصعوبات؛ كونه يعمل في بيئة متغيرة ومعقدة؛ وذلك للوضع السياسي والاقتصادي اليمني غير المستقر بسبب الأوضاع الحالية في اليمن، إضافة إلى زيادة حدة المنافسة، والتطور العلمي والتقدم التكنولوجي، وزيادة التوجه نحو الاقتصاد المعرفي ونحو الموارد غير المادية، خصوصاً (الموارد المعرفية)

أصبح من غير الممكن (لبنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر) أن يكسب ويعزز من ميزته التنافسية عن طريق إدارته لموارده الملموسة فقط، لاسيما بعد ظهور اقتصاد المعرفة الذي يركز على الموارد غير الملموسة، فالمعرفة هي الأساس الجديد للمنافسة.

وقد أكدت دراسة كل من (الشريف، وآخرون، 2021، 163)، (برحيلي، حنان، 2020؛ أ)، (زرافيلي، البشاشة؛ 2021، 159) بأنه يوجد أثر لإدارة المعرفة في الميزة التنافسية.

ولذا، توصل الباحثون إلى أن المشكلة التي تقوم عليها هذه الدراسة تتمثل بالسؤال الرئيس الآتي:

السؤال الرئيس:

ما أثر إدارة المعرفة بأبعادها (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، تطبيق المعرفة) في الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة، الجودة، المرونة، الوقت، الإبداع) في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر؟

ويتفرع من السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما أثر تطبيق إدارة المعرفة في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر؟
- ما أثر الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر؟
- ما أثر توليد المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر؟
- ما أثر توزيع المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر؟
- ما أثر تخزين المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر؟
- ما أثر تطبيق المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر؟

أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية:

تظهر أهمية الدراسة من أهمية موضوع إدارة المعرفة الذي تزايد أهميته يوماً بعد يوم، فلم يعد من الممكن بناء اقتصاد قوي في غياب المعرفة، فالأصول المادية لم تعد كافية، والبلدان التي تسيطر على الاقتصاد العالمي ليست تلك التي تمتلك موارد طبيعية أو رأس مال فقط، بل تمتلك أصولاً معرفية بالدرجة الأولى، عن طريقها تستطيع أن تحقق أهدافها، كما أن موضوع الميزة التنافسية هو الآخر له أهمية كبرى؛ كونه مفتاحاً لتحقيق الأهداف بطريقة جيدة في الوقت المناسب وبتكلفة أقل.

وتسهل هذه الدراسة في إثراء الجانب النظري فيما يخص المتغيرين إدارة المعرفة والميزة التنافسية.

الأهمية العملية:

سعى الباحثون في اختيار قطاع يعدُّ مصدراً أساسياً من مصادر التطوير والتنمية الاقتصادية، وهو القطاع المصرفي المتمثل في (بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر) الذي يؤدي دوراً مهماً في رفع وتعزيز التنمية الاقتصادية في البلد.

كما تكمن أهمية الدراسة من التعريف بأثر إدارة المعرفة في الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر.

وتعزز هذه الدراسة أهمية تحسين إدارة المعرفة في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر عبر الاستفادة من نتائج هذه الدراسة وتوصياتها.

أهداف الدراسة:

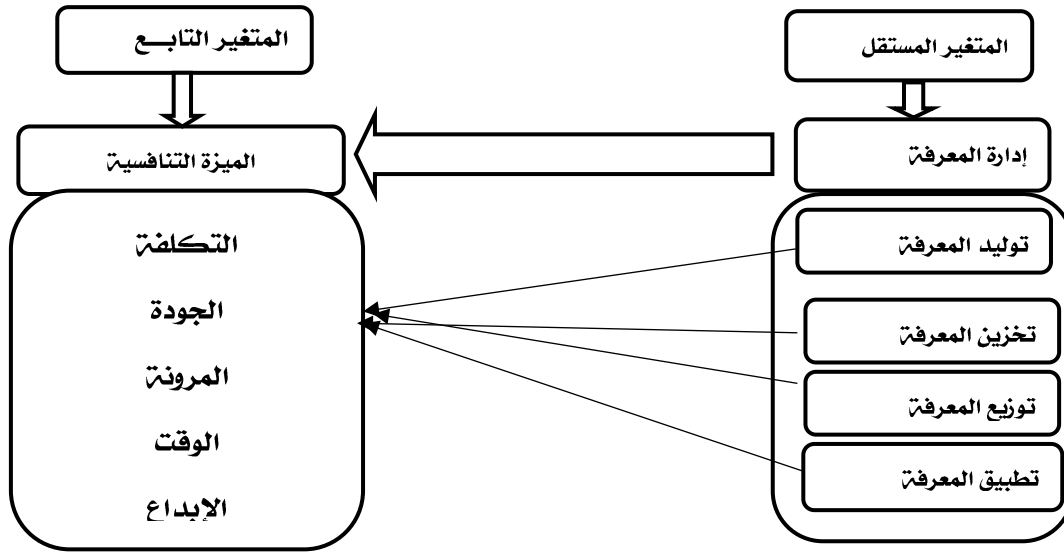
الهدف الرئيس:

معرفة أثر إدارة المعرفة في الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر.

ويتفرع من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية الآتية:

- تحديد مستوى تطبيق إدارة المعرفة في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر.
- معرفة واقع الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر.
- بيان أثر توليد المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر.
- تحديد أثر توزيع المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر.
- معرفة أثر تخزين المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر.
- بيان أثر تطبيق المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر.

النموذج المعرفي للدراسة:



شكل (1) الأنموذج المعرفي الافتراضي

أبعاد المتغيرات الرئيسة للنموذج:

اعتمدت الدراسة في تحديد أبعاد المتغيرات الرئيسة للنموذج بعدد من الدراسات العلمية، حيث جرى تحديد الأبعاد (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، وتطبيق المعرفة) للمتغير المستقل (إدارة المعرفة) وفقاً لعدد من الدراسات، وهي: (بركاوي، مدياني؛ 2023)، (الشهري، عبد الخير؛ 2023)، (برحايمي؛ 2020)، (نورالدين؛ 2017).

وجرى تحديد أبعاد الميزة التنافسية (التكلفت، الجودة، المرونة، الوقت، الإبداع) وفقاً لعدد من الدراسات وهي: (بلحاج: 2023)، (عليوي: 2023)، (مسون، عليش: 2022)، (الشريف، وآخرون: 2021)، (حسن: 2020).

فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لإدارة المعرفة في الميزة التنافسية في بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر.

وتنبثق من الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضيات الفرعية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتوليد المعرفة في الميزة التنافسية في بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتخزين المعرفة في الميزة التنافسية في بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتوزيع المعرفة في الميزة التنافسية في بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتطبيق المعرفة في الميزة التنافسية في بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر.

التعاريف الإجرائية:

إدارة المعرفة:

اعتمد الباحثون في تعريفهم الإجرائي لهذا المفهوم بعدد من الدراسات: (بن شتاج: 2023، 14)، (معتوق، بن زيان: 2021، 321)، (أبو النصر: 2021، 85)، (برحيلي: 2020، 5) وتوصل الباحثون إلى أن تعريف إدارة المعرفة هو: مجموعة من الأنشطة والعمليات التكاملية التي تطور عمليات توليد، تخزين، توزيع، تطبيق المعرفة من أجل تحقيق أهداف معينة، تتمثل باستغلال التكنولوجيا والتقنيات والأفراد والمعارف من أجل تحقيق الميزة التنافسية ببنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر.

توليد المعرفة:

اعتمد الباحثون في تعريفهم الإجرائي لهذا المفهوم بعدد من الدراسات: (بن عثمان، التيجاني: 2023، 87)، (الشهري، عبد الخير: 2023، 84)، (الشريف، وآخرون: 2020، 171) وتوصل الباحثون إلى أن التعريف لهذا المفهوم هو: قدرة بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر على استغلال المعرفة الموجودة في خلق وابتكار معرفة جديدة، بمشاركة فرق العمل لتسهم في حل بعض المشكلات التي يعاني منها البنك بطريقة مبتكرة وتوليد رأس مال فكري جديد.

تخزين المعرفة:

اعتمد الباحثون في تعريفهم الإجرائي لهذا المفهوم بعددٍ من الدراسات: الشهري، عبد الخير (2023، 84)، بوغازي، بن هنية (2022، 34)، اليعربي (2021، 101) وتوصل الباحثون إلى أن التعريف لهذا المفهوم هو: قدرة بنك القطبي للتمويل الأصغر الإسلامي على استغلال تكنولوجيا المعلومات من أجل تخزين المعرفة، والمحافظة عليها، وتنظيمها واستدامتها، وسهولة الوصول إليها واسترجاعها بكل يسر.

توزيع المعرفة:

بالاستفادة من دراسات: اليعربي (2021، 106)، الشريف، وآخرون (2021، 171) وتوصل الباحثون إلى أن التعريف لهذا المفهوم هو: قدرة بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر على توزيع المعرفة وإيصالها في الوقت المناسب، وبالتكلفة المناسبة، والكيفية المناسبة، والنوعية المناسبة للشخص المناسب الذي يحتاج إليها.

تطبيق المعرفة:

بالاستفادة من دراسات: براوقي، ضراوي (2023، 17)، بن دومة (2022، 50)، هزايمة (2018، 6)، وتوصل الباحثون إلى أن التعريف لهذا المفهوم هو: قدرة بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر على استخدام المعرفة والاستفادة منها عملياً عن طريق تجربتها وتطبيقها في المكان والوقت المناسب، مما يسهم في تحقيق أهداف البنك وتحسين أدائه.

الميزة التنافسية:

بالاستفادة من دراسات: بلحاج (2023، 78)، معتوق، بن زيان (2021، 7)، هزايمة (2018، 7)، وتوصل الباحثون إلى أن التعريف لهذا المفهوم هو: قدرة بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر على استغلال نقاط قوته الداخلية، والفرص الخارجية، واكتشاف طرق فعّالة وخصائص فريدة ومميزة أكثر من المستعملة من قبل المنافسين لتحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة، الجودة، المرونة، الوقت، الإبداع) تمكنه من التفوق على منافسيه مادياً ومعنوياً.

التكلفة:

بالاستفادة من دراسات: الغمس، السباري (2023، 64)، بلحاج (2023، 78)، حامد (2020، 38)، وتوصل الباحثون إلى أن التعريف لهذا المفهوم هو: قدرة بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر على تقديم خدمات ذات جودة عالية بسعر متميز، وبأقل تكلفة، قياساً بالبنوك المنافسة بغرض الحصول على مكاسب اقتصادية في المستقبل، وتحقيق التفوق والنجاح.

الجودة:

بالاستفادة من دراسات: عليوي (2023، 561)، الشريف، وآخرون (2020، 173)، حامد (2020، 38)، وتوصل الباحثون إلى أن التعريف لهذا المفهوم هو: قدرة بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر على تقديم خدمات بجودة عالية ومتميزة بنحو ملحوظ عن المنافسين، بحيث تكون قادرة على الوفاء باحتياجات ورغبات العملاء.

المرونة:

بالاستفادة من دراسات: سليم، نصري (2022، 64)، الشريف، وآخرون (2020، 173)، حامد (2020، 38)، وتوصل الباحثون إلى أن التعريف لهذا المفهوم هو: قدرة بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر على تعديل وتجديد خدماته ومنتجاته وفقاً للتغيرات التي تحدث في حاجات ورغبات العملاء، والاستجابة السريعة والتكيف مع تغيرات السوق المستهدف بنحو مرن وفعال.

الوقت:

بالاستفادة من دراسات: سليمان (2023، 37)، الشريف، وآخرون (2020، 173)، وتوصل الباحثون إلى أن التعريف لهذا المفهوم هو: قدرة بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر على تطوير خدماته ومنتجاته والوفاء بالتزاماته تجاه عملائه في الوقت المناسب.

الإبداع:

بالاستفادة من دراسات: بن زكور (2023، 35)، الشريف، وآخرون (2020، 173)، حامد (2020، 39)، وتوصل الباحثون إلى أن التعريف لهذا المفهوم هو: قدرة بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر على تقديم الخدمات المصرفية بطريقة مميزة وغير تقليدية، عبر ابتكار أفكار جديدة، واستخدام التكنولوجيا بهدف إحداث أثر إيجابي على الأداء والنتائج.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية:

تتمثل الحدود المكانية لهذه الدراسة في بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر في الإدارة العامة و(13) فرعاً.

الحدود البشرية:

تتمثل الحدود البشرية لهذه الدراسة بالأفراد المعنيين بهذه الدراسة، وهم: الرئيس التنفيذي للبنك، رؤساء القطاعات، مديرو الإدارات ونوابهم، مديرو الفروع ونوابهم، رؤساء الأقسام.

الحدود الموضوعية:

تتمثل الحدود الموضوعية لهذه الدراسة في إدارة المعرفة بأبعادها (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، تطبيق المعرفة) والميزة التنافسية بأبعادها (التكلفت، الجودة، المرونة، الوقت، الإبداع).

الحدود الزمانية:

دراسة البحث جرت من (نوفمبر 2023 - مايو 2024).

الدراسات السابقة:

أهم الدراسات المتعلقة بدراسة المتغيرين: (إدارة المعرفة، الميزة التنافسية).

- دراسة مسون، عليش، (2022) بعنوان: "دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة ملبنة ونيس ببنر ولد خليفته ولاية عين الدفلى"

هدفت هذه الدراسة إلى تعميق الفهم بموضوع إدارة المعرفة، والقاء الضوء حول مفاهيمها وأهدافها وعملياتها. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت الاستبانة أداة، وتكوّن مجتمع الدراسة من جميع عمال ملبنة ونيس، الجزائر، وتمثلت عينة الدراسة بـ(40) استمارة، وتوصّلت الدراسة لعدد من النتائج النظرية والتطبيقية، من أهمها: المعرفة الضمنية لها أهمية كبيرة في تحسين الميزة التنافسية، كما توصّلت لوجود علاقة ذي دلالة إحصائية بين توليد، تخزين، نشر، تطبيق المعرفة والميزة التنافسية في مؤسسة باتيمتال عند مستوى الدلالة معنوية.

• دراسة الشريف، وآخرون (2021)، بعنوان: "أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية على الشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس)"

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر عمليات إدارة المعرفة بأبعادها (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، وتطبيق المعرفة) في تحقيق الميزة التنافسية بالشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة بطرابلس - ليبيا، وتمثلت أداة الدراسة بالاستبانة، وتكوّن مجتمع الدراسة من (جميع المديرين بالإدارتين العليا والوسطى ومساعديهم) وعينة الدراسة (60 استبانة) واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصّلت إلى عدد من النتائج، أهمها: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاتباع أسلوب إدارة المعرفة، والالتزام بعملياتها في مستوى تحقيق الميزة التنافسية بالشركة موضوع الدراسة.

• دراسة معتوق، بن زيان (2021) بعنوان: "أثر إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية لدولة ليبيا - دراسة حالة شركة الإسمنت عينة التوتة - باتنة"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر إدارة المعرفة بعملياتها (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، وتطبيق المعرفة) في تحقيق الميزة التنافسية بشركة الإسمنت عينة التوتة، وتمثلت أداة الدراسة بالاستبانة، وتكوّن مجتمع الدراسة من جميع موظفي شركة عينة التوتة في باتنة - الجزائر، وتكوّنت عينة الدراسة من (57) مفردة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصّلت الدراسة إلى عدد النتائج، أهمها: وجود علاقات ارتباط متوسطة موجبة بين عمليات إدارة المعرفة والميزة التنافسية، مع وجود أثر إيجابي لإدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة محل الدراسة.

• دراسة محاحي (2019)، بعنوان: "قدرة إدارة المعرفة والميزة التنافسية: بالتطبيق على شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في غزة المنظمة لاتحاد نظم المعلومات الفلسطينية (PITA)"

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر إدارة المعرفة بأبعادها (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، وتطبيق المعرفة) على الميزة التنافسية بالتطبيق على شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قطاع غزة، فلسطين، وتكوّن مجتمع الدراسة من المسؤولين في مختلف المستويات الإدارية (عليا، وسطى، دنيا) في تلك الشركات، وعددهم (22)، وتمثلت عينة الدراسة بـ(96) استبانة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتمثلت أداة الدراسة: استبانة إلكترونية، وتوصّلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: وجود أثر ذي دلالة إحصائية لإدارة المعرفة على الميزة التنافسية للشركات موضوع الدراسة.

- دراسة: et.al، Al-Nawafah، (2019) بعنوان:

The Role of knowledge management on competitive advantage in Jordan Manufacturing companies from Employees Perspectives.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور إدارة المعرفة في الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الأردنية من منظور الموظفين، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، ولتحقيق أهداف الدراسة وُضعت استبانة على عينة تكوّنت من (240) موظفاً في الشركات الصناعية الأردنية، جرت معالجة البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة بين إدارة المعرفة والميزة التنافسية في الشركات الصناعية الأردنية من وجهة نظر الموظفين، كما أكدت الدراسة وجود علاقة بين توليد تخزين تقاسم تطبيق المعرفة والميزة التنافسية في الشركات الصناعية الأردنية.

أهم الدراسات المتعلقة بدراسة المتغير المستقل (إدارة المعرفة):

- دراسة الأهدل، الشامي (2024) بعنوان: "دور إدارة المعرفة في تعزيز التوجه الإستراتيجي، دراسة ميدانية للبنوك اليمنية بأمانة العاصمة صنعاء"

هدفت الدراسة إلى تحديد دور إدارة المعرفة بأبعادها (توليد، تخزين، مشاركة، تطبيق) في تعزيز التوجه الإستراتيجي بأبعاده (الرؤية، الرسائل، الأهداف) للبنوك اليمنية بأمانة العاصمة صنعاء، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وبلغ إجمالي مجتمع الدراسة (2024) عنصراً من مديري العموم ونوابهم ومساعدتهم، مديري الإدارات، ومديري الفروع، ورؤساء الأقسام والمشرفين، في (13) بنكاً في أمانة العاصمة صنعاء، واختيرت عينة عشوائية طبقية حجمها (327) مفردة، واعتمدت الدراسة على الاستبانة أداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن هناك دوراً ذا دلالة إحصائية لإدارة المعرفة في تعزيز التوجه الإستراتيجي للبنوك اليمنية بأمانة العاصمة صنعاء بتقديم خدمات مصرفية بجودة عالية، تلبي احتياجات عملائها واستقطاب أكبر عدد منهم.

- دراسة بن عثمان، التجاني (2023) بعنوان: "أثر إدارة المعرفة على الأداء المالي للبنوك التجارية، حالة عينة من البنوك التجارية العاملة بمنطقة ورقلة (الجزائر)"

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على أحد الجوانب المتعلقة بدراسة دور إدارة المعرفة في تحسين أداء البنوك في الجزائر، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة، وتكوّن مجتمع الدراسة من (265) موظفاً في البنوك التجارية العاملة في الجزائر، أما عينة الدراسة، فتكوّنت من (87) موظفاً، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي الإحصائي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: وجود أثر ذي دلالة إحصائية لعمليات توليد وتشخيص، توزيع، وتطبيق المعرفة على الأداء المالي للبنوك التجارية.

- دراسة بركاوي، مدياني، (2023) بعنوان: "أثر إدارة المعرفة على رأس المال الفكري- دراسة حالة بجامعة أدرار"

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر إدارة المعرفة على رأس المال الفكري، دراسة حالة جامعة أدرار-الجزائر، بأبعادها (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، تطبيق المعرفة)، وأجريت هذه الدراسة في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم والتكنولوجيا، كلية العلوم الإنسانية، كلية الأدب واللغات، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أدرار. تمثل عينة الدراسة من الموظفين الإداريين والأساتذة، وعددهم (38)، جرى استرداد (38) استبانة. وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة، كان من أهمها: وجود أثر معنوي لإدارة المعرفة على رأس المال الفكري في جامعة أدرار.

• دراسة الشهري، عبد الخير (2023) بعنوان: "دور ممارسات إدارة المعرفة في تطبيق التحول الرقمي الرقمي (دراسة ميدانية على قطاع الأمن العام بمنطقة عسير)"

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور ممارسات إدارة المعرفة في تطبيق التحول الرقمي لدى المدنيين بجهاز الأمن العام، بأبعادها (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، تطبيق المعرفة)، تكون مجتمع الدراسة من المدنيين بمنطقة عسير - السعودية، وبلغ عددهم (509) فرداً، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت أداة الدراسة الاستبانة، حيث جرى أخذ عينة عشوائية مقدارها (161) مضرة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، منها: وجود علاقة طردية بين ممارسات إدارة المعرفة والتحول الرقمي، يجري الاستفادة من ورش العمل المقامة في تبادل المعارف والخبرات، كما يجري الاستفادة من تقنيات التحول الرقمي في تخزين المعرفة.

• دراسة زرافيلي، البشباشة (2021) بعنوان: "أثر التوجه الريادي في تحقيق إدارة المعرفة في البنوك التجارية الأردنية"

هدفت الدراسة إلى قياس وتحليل أثر التوجه الريادي في تحقيق إدارة المعرفة بأبعادها (اكتساب المعرفة، خزن المعرفة، مشاركة المعرفة، تطبيق المعرفة) في البنوك التجارية الأردنية، وتمثلت أداة الدراسة بالاستبانة، وتكون مجتمع الدراسة من (13) بنكاً تجارياً أردنياً، والبالغ عدد العاملين فيها (504) موظفين، وتكونت عينة الدراسة من (309) مضرة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى معين ($\alpha \leq 0.05$) للتوجه الريادي بأبعاده (التوجه الريادي الإبداعي، التوجه الريادي الاستباقي، التوجه الريادي بتحمل المخاطر) مجتمعاً في تحقيق إدارة المعرفة بأبعادها (اكتساب المعرفة، خزن المعرفة، مشاركة المعرفة، تطبيق المعرفة) مجتمعاً في البنوك التجارية الأردنية.

• دراسة اليعربي (2021) بعنوان: "أثر إدارة المعرفة على الأداء في العمل، ومدى تحقيق الميزة التنافسية في المديرية العامة للتربية والتعليم في محافظة شمال شرقي سلطنة عمان"

هدفت الدراسة إلى الوقوف على أثر إدارة المعرفة على الأداء في العمل، ومدى تحقيق الميزة التنافسية بشمال الشرقية بسلطنة عمان، وتمثلت أداة الدراسة بالاستبانة، وتكون مجتمع الدراسة من (العاملين بمديرية التربية والتعليم في محافظة شمال الشرقية، سلطنة عمان)، وتمثلت عينة الدراسة من (167) عاملاً، واستخدم الباحث

المنهج الوصفي التحليلي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: درجة تأثير إدراك الموظفين الإداريين لمفهوم إدارة المعرفة جاءت بدرجة عالية، حيث تعد المعرفة مزيجاً من الخبرات والمهارات والمعلومات المتراكمة لدى الموظفين.

أهم الدراسات المتعلقة بدراسة المتغير التابع (الميزة التنافسية):

• دراسة بلحاج (2023) بعنوان: "أثر أبعاد إدارة الجودة الشاملة في الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في المراكز الصحية الخاصة بمدينة الزاوية"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر أبعاد إدارة الجودة الشاملة في تحسين الميزة التنافسية بالمراكز الصحية الخاصة بمدينة الزاوية في ليبيا، بأبعادها (المرونة، الجودة، التكلفة) ولتحقيق أهداف الدراسة، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث استخدمت الدراسة أداة الاستبانة لجمع البيانات، وقد وزعت على (112) موظفاً من مديري ورؤساء الأقسام، وعدد من العاملين بالمراكز الصحية الخاصة، وبلغت الاستبانة المستردة (107) استمارة، بنسبة استرداد قدرها (95%)، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، ومن أهمها: أن مستوى أبعاد إدارة الجودة الشاملة المتمثلة في (تدريب العاملين، تمكين العاملين، التركيز على تحسين المستمر، والتركيز على المستفيد) في المراكز الصحية الخاصة بمدينة الزاوية كان متوسطاً، وكذلك يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين أبعاد إدارة الجودة الشاملة ومستوى الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين في المراكز الصحية الخاصة قيد الدراسة.

• دراسة عليوي (2023) بعنوان: "دور جودة الخدمات المصرفية في زيادة القدرة التنافسية للمصارف"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى إدراك المصارف المبحوثة لأهمية جودة الخدمة المصرفية، فضلاً عن توضيح أهمية الميزة التنافسية ودورها في اكتساب حصص سوقية أكبر بالنسبة للمصارف المبحوثة السبعة، وقد وزعت (50) استمارة استبانة، واسترجاع (44) منها صالحةً للتحليل الإحصائي، وجرى إخضاع الاستثمارات للتحليل الإحصائي، وتوصل البحث إلى جملة من الاستنتاجات، أهمها: أن المصرف يستخدم أجهزة ومعدات تكنولوجية حديثة، ولكن هناك حاجة لتطوير المزيد من وسائل الراحة المتاحة للعملاء. بصورة عامة، فإن بُعد الملموسية متوافر لدى المصرف، ولكنه يحتاج إلى المزيد من الدعم والتطوير لتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة.

• دراسة عبد الغني، وليد (2023) بعنوان: "أثر نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية"

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال العاملة في ولاية الخرطوم، السودان، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت الاستبانة أداة، وتكون مجتمع الدراسة من المديرين العاملين بمنظمات الأعمال ولاية الخرطوم، وكانت عينة الدراسة (50) مفردة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج، من أهمها: وجود أثر لنظم المعلومات الاستراتيجية بأبعادها (المتطلبات التنظيمية، والمتطلبات التكنولوجية) في تحقيق الميزة التنافسية. وأوصت الدراسة المنظمات

بالاهتمام بنظم المعلومات الإستراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية، وإشراك العاملين في مختلف مراحل صياغة الخطة الإستراتيجية.

• دراسة الحميدي، وآخرون (2022) بعنوان: "أثر التسويق الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك العاملة في الجمهورية اليمنية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التسويق الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك العاملة في الجمهورية اليمنية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، بالإضافة إلى برنامج (SPSS) لتحليل بيانات الدراسة، وتمثل مجتمع الدراسة بالبنوك التقليدية والإسلامية العاملة في العاصمة صنعاء، وكانت عينة الدراسة (121) استبانة جرى تحليلها، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية للتسويق الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك العاملة في الجمهورية اليمنية، وتوصلت أيضاً إلى أن هناك موافقة بدرجة مرتفعة على أبعاد التسويق الإلكتروني، وكان ترتيبها حسب درجة الموافقة كالتالي: (المنتج الإلكتروني، التسعير الإلكتروني، الترويج الإلكتروني، التوزيع الإلكتروني). وأوصت الدراسة بضرورة التأكيد على أهمية التسويق الإلكتروني، ومواكبة التطور التكنولوجي فيما يخص التسويق الإلكتروني في البنوك اليمنية؛ لما له من أهمية كبيرة في تحقيق الميزة التنافسية.

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

تميزت هذه الدراسة في كونها من ضمن الدراسات التي درست المتغيرين بأبعادهما في قطاع البنوك اليمنية الإسلامية للتمويل الأصغر عموماً، وتعد أول دراسة طبقت في مجتمع البنوك الإسلامية للتمويل الأصغر في عدن.

الخلافة النظرية:

إدارة المعرفة:

أولاً: مفهوم إدارة المعرفة

يرى ديلونج بأن إدارة المعرفة تعبر عن منظومة الأنشطة الإدارية التي تعمل على تجميع وصياغة الأنشطة المهمة للمؤسسة؛ بهدف رفع كفاءة الأداء، وضمان استمرارية تطور المؤسسة.

وتعرف بأنها: تفاعل بين المعرفة الضمنية المتمثلة في خبرات ومهارات وأفكار يكتسبها الأفراد مع المعرفة الصريحة الظاهرة الناتجة عن التفاعل مع البيئة الخارجية (معتوق، بن زيان، 2021:321).

كما تعرف بأنها: "التقنيات والأدوات والموارد البشرية المستخدمة لجمع وإدارة ونشر واستثمار المعرفة ضمن مؤسسة ما (أبو النصر: 2021:85).

وتعرف أيضاً بأنها: "أسلوب إداري تعتمد المنظمات، وهو القائم على استغلال التقنيات والتكنولوجيات المتوفرة من أجل جمع ومعالجة بيانات والمعلومات المتواجدة في المنظمة أو البيئة الخارجية ومعالجتها، وتحويلها إلى معرفة قابلة للاستخدام، وإتاحتها لجميع الأفراد داخل المنظمة" (بن شتاه: 2023:14).

ومن وجهة نظر الباحثين، فإن إدارة المعرفة هي: قدرة بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر على تقديم الخدمات المصرفية بطريقة مميزة وغير تقليدية، عن طريق ابتكار أفكار جديدة، واستخدام التكنولوجيا بهدف إحداث أثر إيجابي على الأداء والنتائج.

ثانياً: نشأة إدارة المعرفة

تعود بدايات ظهور إدارة المعرفة إلى (Don Marchland) في بدايات الثمانينيات من القرن الماضي على أنها المرحلة النهائية من الفرضيات المتعلقة بتطور نظم المعلومات، لكنه لم يُشر إليها بأنها عمل مستقل، وفي المدة نفسها بين (Peter Drucker) أن القوة المهيمنة في الاقتصاد وفي المجتمع ستكون المعرفة، وأن هناك جيشاً من العمال ذوي المعارف سيكون من الأوائل من بين الملايين من عمال الوطن وقادته الذين يشكلون قوة رئيسة في خلق طلب جديد على السلع والخدمات أثناء انتقال العالم من اقتصاد دولي إلى اقتصاد عالمي (المحمدي، الدباغي، 2022:3).

وفي منتصف التسعينيات، أخذت المعرفة وإدارة المعرفة داخل المؤسسات وبين المؤسسات تحظى باهتمام متزايد ومتسارع؛ لما لها من إسهام أساسي في النمو، وفي تحقيق الميزة التنافسية؛ إذ أنشئت مجموعات عمل في مجال دراسات إدارة المعرفة، كما جرى الإعلان عن ندوات ومؤتمرات في مجال إدارة المعرفة؛ إذ عقد حوالي (33) مؤتمراً في الفترة (1996- 1997)، بالإضافة إلى التسابق الاستشاري في الأعمال على تقديم خدماتهم في مجال إدارة المعرفة (محمدي، الدباغي، 2022: 3).

ثالثاً: متطلبات تطبيق إدارة المعرفة

إن توافر مجموعة من المتطلبات الأساسية بالمؤسسة من الضروريات لتطبيق مفهوم إدارة المعرفة، ويخلص اليعربي (2021:106) نقلاً عن الملكاوي (2007:40) هذه المتطلبات في الآتي:

1. توفير البنية التحتية والمتمثلة بالتقنية؛ ويقصد بها تقنية وأنظمة المعلومات من أجهزة الحواسيب والبرمجيات.
2. توفير الموارد البشرية؛ وهم أفراد المعرفة المعنيين بتوليد المعرفة وحفظها وتوزيعها، وهم عنصر مهم يتوقف عليه نجاح إدارة المعرفة في تحقيق الأهداف.
3. الهيكل التنظيمي؛ وهو من المتطلبات الأساسية لنجاح أي عمل بكل ما يحتويه من إمكانيات تساعد الموظفين على العمل لاكتشاف وتوليد المعرفة، والعمل بصورة فاعلة وذات كفاءة.
4. العامل الثقافي؛ ويقصد به الثقافة الإيجابية الداعمة لإنتاج المعرفة ومشاركتها عبر بناء شبكة اتصال فاعلة بين الأفراد. ولذا، يجب توظيف الأفراد المؤهلين بالخبرة والقدرة على توليد المعرفة، واختيار العقلية القادرة على احتزان المعرفة.
5. الالتزام الاستراتيجي المستدام؛ ويقصد به التزام الإدارة العليا بالدعم المباشر والمستمر تجاه المعرفة في جميع أنشطة المؤسسة، والعمل على تشجيع المديرين من أجل تسهيل عملية الاتصال بين العاملين في جميع المستويات التنظيمية بالمؤسسة لضمان تبادل المعلومات والمعارف.

رابعاً: معوقات إدارة المعرفة

تعرض عمليات إدارة المعرفة في المؤسسات الاقتصادية عموماً، والبنوك التجارية خصوصاً، مجموعة من المعوقات التي تكبح وتمنع تنفيذها بنحو أمثل ومناسب، ولعل من بين أهمها - كما أشارت دراسة (الشيتي، 2015):

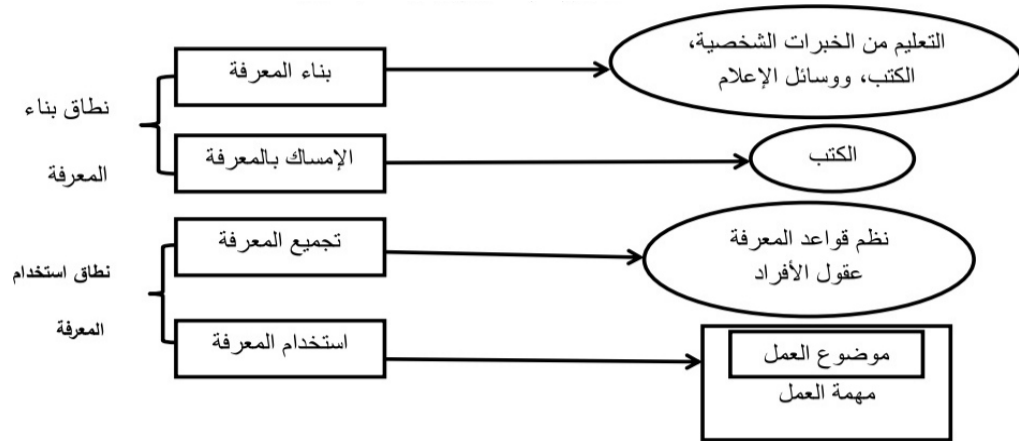
- الهيكل التنظيمي.
- معوقات البيروقراطية.
- عدم انتقال المعرفة بنحو مرّن بين الفاعلين في المؤسسة.
- الثقافة التنظيمية.
- القيادة التنظيمية.
- تكلفتة الإشراف والمتابعة في تصميم عمليات إدارة المعرفة.

خامساً: نماذج في إدارة المعرفة.

1. نموذج (wiig) لإدارة المعرفة:

يُعدُّ (wiig) من الرواد الذين خاضوا مجال الكتابة في إدارة المعرفة، فاقترح نموذجاً يحقق أربعة أهداف رئيسية، وهي (الزيادات، 2008:123):

- بناء المعرفة.
- الاحتفاظ بالمعرفة.
- تجميع المعرفة.
- استخدام المعرفة.



Source: wiig(، 1993، p53)

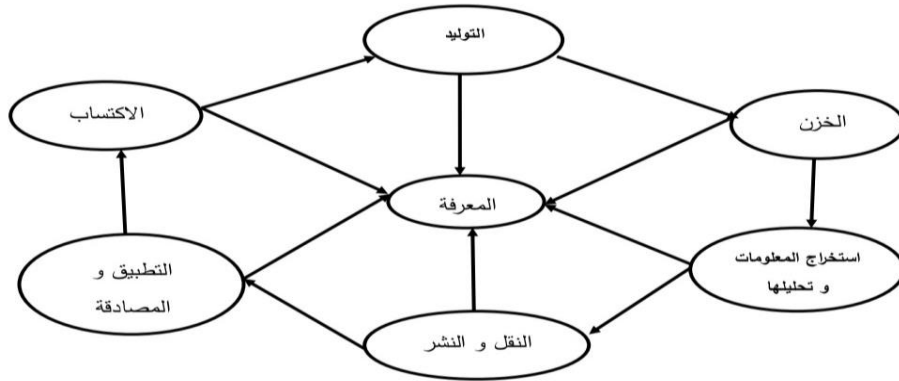
2. نموذج (Duffy)

اقترح ديفي نموذجاً يتكون من أربع عمليات لإدارة المعرفة، يقوم على الآتي (الزيادات، 2008:133):

1. الحصول على المعرفة، واكتسابها سواء بالأسر، الشراء أو التوليد.
 - 2 عملية الاسترجاع، وتشمل البحث والوصول.
 - 3 عملية التنظيم، وتشمل التصنيف والتبويب والرسم.
 - 4 عملية التوزيع، وتشمل المشاركة والنقل.
3. نموذج (ماركوردت)
اقترح (ماركوردت) مدخلاً لإدارة المعرفة في المؤسسات من ست مراحل، تغطي عملية نقل المعرفة إلى المستخدم عبر الخطوات الآتية:

اكتساب التوليد والخبز، استخراج المعلومات وتحليلها، النقل والنشر، التطبيق والمصادقة، ومن هذه الخطوات المرحلية يمكن بناء شبكة تشابكية يمكن توضيحها عن طريق الشكل الآتي:

شكل (2) نموذج wig (ويج) لإدارة المعرفة



شكل (2-2) نموذج Marquardt (ماركوردت) لإدارة المعرفة
اردير، هناء (2019)

- سادساً: مؤشرات قياس أبعاد إدارة المعرفة:
- مؤشرات قياس بُعد توليد المعرفة:
- بحسب دراسة (بونوة، طويجين، 2023)، (خليفة، رقائي، 2023)، (بن دومت، 2022)، (مسون، عليش، 2022)، (سليم، نصري، 2022)، فقد توصل الباحثون إلى أن مؤشرات قياس بُعد توليد المعرفة تتمثل بالآتي:
1. توظيف الأفراد المبدعين.
 2. دراسة السوق.
 3. التكوين والتدريب.
 4. اكتساب المعرفة من مصادر مختلفة.
 5. مشاركة جميع المستويات الإدارية في توليد المعرفة.
 6. رصد كل ما هو جديد من معرفة.
 7. تشجيع توليد أفكار جديدة.

8. تشجيع المبادرات الفردية والجماعية.

9. تشجيع الحوار وتبادل الأفكار.

10. دعم برامج البحث والتطوير.

11. الاهتمام بالاقترحات والأفكار.

12. الاعتماد على التعليم باعتباره مصدراً لتوليد المعرفة.

13. تفاعل الموظفين لإيجاد حلول للمشكلات.

14. دعم الأفكار الإبداعية للعاملين.

- مؤشرات قياس بُعد تخزين المعرفة:

بحسب دراسة (بونوة، طويجين، 2023)، و(خليفة، رقائي، 2023)، و(بن دومة، 2022)، و(مسون، عليش، 2022)، و(سليم، نصري، 2022)، فقد توصل الباحثون إلى أن مؤشرات قياس بُعد تخزين المعرفة تتمثل بالآتي:

1. تجديد المعارف باستمرار.

2. حفظ المعلومات في الأرشيف الإلكتروني.

3. الاحتفاظ بالأرشيف والمستندات للاحتفاظ بالمعرفة.

4. توفر أنظمة وهياكل متطورة.

5. أجهزة تقنية متميزة بالأمان والخصوصية.

6. الاعتماد على المعرفة الضمنية لدى الأفراد.

7. تحديث وسائل التخزين وفقاً للتطورات.

8. نظام دائم لصيانة الموجودات.

9. تحديث مستمر على القواعد المعرفية.

10. المحافظة على العاملين الخبراء.

11. امتلاك قاعدة بيانات معلوماتية.

12. تطبيقات لتنظيم واسترجاع المعرفة.

- مؤشرات قياس بُعد توزيع المعرفة:

بحسب دراسة (بونوة، طويجين، 2023)، و(خليفة، رقائي، 2023)، و(بن دومة، 2022)، و(مسون، عليش، 2022)، و(سليم، نصري، 2022)، فقد توصل الباحثون إلى أن مؤشرات قياس بُعد توزيع المعرفة تتمثل بالآتي:

1. توفر شبكات داخلية لنشر المعرفة.

2. نشر ثقافة المبادرة.

3. عقد الاجتماعات الدورية.

4. تنفيذ حلقات نقاش هادفة.

5. إمكانية الوصول لقواعد البيانات.

6. امتلاك العاملين للمهارات اللازمة.

7. تسهيلات تكنولوجيا لتشارك المعرفة.
8. لقاءات بين الخبراء والأفراد.
9. تشجيع نشر وتبادل المعرفة للعاملين والمتعاملين.
10. متابعة وتصنيف المعلومات.
11. آليات حديثة لتوزيع المعرفة.
12. مؤتمرات وندوات داخلية.
13. قنوات الحصول على المعرفة.
14. سهولة تبادل المعلومات.
15. هيكل تنظيمي مرن يسهل نقل ومشاركة المعرفة.

- مؤشرات قياس بُعد تطبيق المعرفة:

بحسب دراسة (بونوة، طويجين:2023)، (خليفة، رقائي:2023)، (بن دومة:2022)، (مسون، عليش:2022)، (سليم، نصري:2022)، فقد توصل الباحثون إلى أن مؤشرات قياس بُعد تطبيق المعرفة تتمثل بالآتي:

1. تحويل المعلومات إلى خطط عمل.
2. استثمار المعرفة في التحديث والتجديد.
3. إزالة العوائق أمام تطبيق المعرفة.
4. متابعة مدى تطبيق المعارف المكتسبة.
5. تجسيد المقترحات الجديدة على أرض الواقع.
6. رؤية واضحة نحو تطبيق المعرفة.
7. توظيف المعرفة لتوليد معرفة جديدة.
8. استغلال المعرفة لحل المشكلات.
9. توفير متطلبات تطبيق المعرفة.
10. فرق عمل تفاعلية استقلالية.
11. دورات تطويرية في مجال تطبيق المعرفة.

الميزة التنافسية:

أولاً: مفهوم الميزة التنافسية:

يُعدُّ موضوع الميزة التنافسية من الموضوعات التي حظيت باهتمام كبير من قبل الباحثين منذ مدةٍ طويلةٍ، وحاولنا عبر هذه الدراسة ذكر بعض المفاهيم المتعلقة بالميزة التنافسية:

تنشأ الميزة التنافسية من توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فاعلية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف في الميدان (porter, 1993:48).

وكما عرفها معتوق، بن زيان (2021:7) بأنها: الموقع الضريد التي تصل إليه المؤسسة، ولتفوقها على منافسيها عبر إدارة أنشطتها بنحو مميز وفعال، واستغلال نقاط قوتها الداخلية لتقديم منافع قيمة لزيائنها.

كما يمكن القول بأنها تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين. حيث بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً. وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع (هزايمة، 2018: 7).

وهي المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم المنافسون، وتؤكد تميزها واختلافها من وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون ذلك، حيث يحقق لهم مزيداً من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه لهم المنافسون الآخرون (السلمي، 2001: 104).

ومن وجهة نظر الباحثين، فالميزة التنافسية: هي القدرة على استغلال نقاط القوة الداخلية، والفرص الخارجية، واكتشاف طرق فعّالة، وخصائص فريدة ومميزة أكثر من المستعملة من قبل المنافسين لتحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة، الجودة، المرونة، الوقت، الإبداع) للتمكن من التفوق على المنافسين.

ثانياً: نشأة وتطور مفهوم الميزة التنافسية:

كان مفهوم الميزة التنافسية (Comparative Advantage) حجر الزاوية في تحديد مسار التجارة الدولية ومجالات التخصص، وتقسيم العمل بالنسبة للمنظمات والدول على حد سواء. ومنذ كتابات (ريكاردو) والى نهاية الثلاثينيات، كان هذا المفهوم السائد بين الاقتصاديين ورجال الإدارة، ونهاية الثلاثينيات ظهر مفهوم جديد هو الميزة التنافسية (Competitive Advantage)، إذ يرجع استخدامه إلى (chamber line). وبعد هذا التاريخ، تطورت مفاهيم الميزة التنافسية عبر ثلاث مراحل (نصار، 2018: 7-8)، وهي:

المرحلة الأولى:

امتدت من نهاية الثلاثينيات إلى نهاية الستينيات، وتمثلت بكتابات (Selznick)، (Chamberlin) الذي ربط الميزة بالكفاءة و (schendel Heifer) اللذان فصلا بين الميزة التنافسية والكفاءة، وعداً الميزة التنافسية شيئاً يمكن أن يكون ضمن إستراتيجية الشركة، وبذلك، فإن الميزة والكفاءة تعد متغيرات مستقلة، فيما يعد الأداء متغيراً معتمداً.

المرحلة الثانية:

بدأت من نهاية الستينيات إلى منتصف الثمانينيات، وتمثلت بكتابات (Christensen- Guth - Learned) التي أكدت على (الفرص والتهديدات والضعف والقوة في مجال الإستراتيجية) في حين تعزى المجموعة الأولى (التهديدات إلى قوى خارج المنظمة، ويشار إلى الفرص على أنها ما تحوزه داخلياً ويعبر عن الميزة التنافسية).

المرحلة الثالثة:

تجسد انطلاقها في منتصف الثمانينيات، بكتابات (Day- porter- Wesley Hu- Fahey-) التي بينت أن الميزة التنافسية هي هدف الإستراتيجية والمتغير المعتمد، إن المنطلق الكامن وراء هذه الفكرة هو أن الأداء الفائق هو عامل مرتبط بالميزة التنافسية، وأن تحقيق الميزة سيفضي إلى أداء متميز بصورة تلقائية، وأصبح في ضوء ذلك التحدي الكبير الذي يواجه رجال الاقتصاد والإدارة هو كيفية تحويل الميزة النسبية، كالموقع

الإستراتيجي للمنظمة أو الشركة إلى ميزات تنافسية محورية، كتجارة الترانزيت، أو كمركز لتجميع المكونات الساعية نتيجةً القرب من الأسواق الدولية، وغير ذلك.

ثالثاً: مؤشرات قياس أبعاد الميزة التنافسية:

- مؤشرات قياس بُعد التكلفة:

بحسب دراسة عثمان، عبد الغني (2023)، ودراسة بونوة، طويجين (2023)، ودراسة مسون، عليش (2022)، ودراسة سليم، نصري (2022)، ويرى الباحثون أن مؤشرات قياس بُعد التكلفة تتمثل بالآتي:

1. الاهتمام بعملية قيادة التكلفة.
2. دعم البحث والتطوير لتخفيض التكاليف.
3. الاستغلال الأمثل للموارد لتخفيض التكاليف.
4. تقديم منتجات بأسعار تنافسية.
5. تخفيض تكلفة الإنتاج عبر التكوين والتدريبات.
6. توفير المنتجات بتكلفة أقل من المنافسين.
7. مراعاة قدرة وأسعار المنافسين عند التسعير.
8. تقديم تخفيضات للعملاء.

- مؤشرات قياس بُعد الجودة:

بحسب دراسة عثمان، عبد الغني (2023)، ودراسة بونوة، طويجين (2023)، ودراسة مسون، عليش: 2022 ودراسة سليم، نصري (2022)، فقد توصل الباحثون إلى أن مؤشرات قياس بُعد الجودة تتمثل بالآتي:

1. الاهتمام بنظام الجودة.
2. استخدام تكنولوجيا جديدة.
3. مطابقتة المنتجات للمواصفات والمعايير.
4. تطبيق معايير الجودة.
5. التحسين المستمر للمنتجات.
6. الوفاء بتوقعات العميل.
7. التحسين المستمر لرفع مستوى الجودة.
8. الحصول على شهادات دولية معتمدة في الجودة.

- مؤشرات قياس بُعد المرونة:

بحسب دراسة عثمان، عبد الغني (2023)، وبونوة، طويجين (2023)، ودراسة مسون، عليش (2022)، ودراسة سليم، نصري (2022)، ويرى الباحثون إلى أن مؤشرات قياس بُعد المرونة تتمثل بالآتي:

1. الاستجابة السريعة للتغيرات في السوق.
2. مرونة عالية في الاستجابة للمتغيرات.
3. أخذ وجهة نظر العميل في الحسبان.

4. مساهمة التغيير في التفضيلات.
5. أفراد قادرين على أداء أكثر من وظيفة.
6. التكيف والتجاوب مع التطورات.
7. القدرة على تغيير الاستراتيجية وفق الظروف.

- مؤشرات قياس بُعد الوقت:

بحسب دراسة عثمان، عبد الغني (2023)، ودراسة بونوة، طويجين (2023)، ودراسة مسون، عيش (2022)، ودراسة سليم، نصري (2022)، ويرى الباحثون أن مؤشرات قياس بُعد المرونة تتمثل بالآتي:

1. سرعة الاستجابة لمتطلبات العميل.
2. الاهتمام بالاستجابة السريعة للعملاء.
3. الالتزام بمواعيد التسليم.

- مؤشرات قياس بُعد الإبداع:

بحسب دراسة عثمان، عبد الغني (2023)، ودراسة بونوة، وطويجين (2023)، ودراسة مسون، عيش (2022) ودراسة سليم، نصري (2022) ويرى الباحثون أن مؤشرات قياس بُعد الإبداع تتمثل بالآتي:

1. الاستفادة من الآراء والأفكار.
2. تأمين فرص الإبداع والابتكار.
3. الاهتمام وتشجيع الابتكار والتطوير.
4. موارد بشرية مبدعة.
5. تقدير منتجات مبتكرة ومتميزة.
6. أساليب إنتاج حديثة ومتطورة.
7. دعم البحث والتطوير.

منهجية البحث:

نبذة عن مجتمع الدراسة:

بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر: هو مؤسسة مالية في الجمهورية اليمنية، تأسس بموجب ترخيص البنك المركزي اليمني رقم (cby/2021/226) بتاريخ 12 أغسطس من عام (2021)، برأس مال قدرة (5) مليار ريال يمني، ويقدم البنك خدمات مصرفية إسلامية، تشمل جميع المجالات الفردية والشخصية، وتلك الخاصة بالشركات، وأهم الخدمات التي يقدمها: فتح حسابات جارية للشركات والأفراد، ربط الحساب بخدمات إلكترونية، السحب والإيداع، خدمات تمويل سكني، وتمويل أشخاص، وتمويل تجاري، وتمويل أراضي، وتمويل الكثير من القطاعات الحكومية وغير الحكومية، فتح حسابات استثمارية للشركات. ويمتلك البنك (13) فرعاً حالياً، و(3) فروع تحت التأسيس.

منهج الدراسة:

جرى الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كيفياً وكمياً، ويُعدُّ هذا المنهج الأكثر تناسباً مع هذا النوع من الدراسات، ويساعد بنحو أفضل على تحقيق النتائج المراد التوصل إليها؛ سعياً لتحقيق أهداف الدراسة.

مجتمع الدراسة:

يتكوّن مجتمع الدراسة من جميع العاملين في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر، والبالغ عددهم (320) عضواً، وجرى اعتماد المجتمع بعدد (60) من (الرئيس التنفيذي للبنك، رؤساء القطاعات، مدراء الإدارات ونوابهم، مديري الفروع ونوابهم، رؤساء الأقسام).

عينت الدراسة

جرى سحب عينت غير عشوائية قصدية بعدد (43) مفردة من مجتمع الدراسة، وهم محصورون في الوظائف الآتية: (الرئيس التنفيذي للبنك، رؤساء القطاعات، مديرو الإدارات ونوابهم، مديرو الفروع ونوابهم، رؤساء الأقسام)، وذلك لكون هذه الوظائف تحديداً على علم وإطلاع بموضوع الدراسة، ويمكن لهؤلاء الموظفين أن يجيبوا على مؤشرات الاستبانة، وجرى استعادة (32) مفردة بنسبة (74.4%) من إجمالي العينة، وجميعها صالحة للتحليل.

أداة الدراسة:

جرى إعداد وتطوير أداة جمع البيانات والمعلومات للدراسة الحالية، والمتمثلة بالاستبانة استناداً إلى الإطار النظري والدراسات السابقة، وبما يضمن تحقيق أهداف الدراسة، وقياس واختبار فرضياتها، والتأكد من صحتها.

الصدق الظاهري:

جرى التأكد من الصدق الظاهري للاستبانة بعرضها على عدد (6) من المحكمين المتخصصين، وقد أجريت التعديلات التي اتفق عليها (80%) من المحكمين.

الصدق البنائي:

جدول (1) يوضح درجات الاتساق البنائي للأداة

م	المتغيرات	الأبعاد	معامل " بيرسون	مستوى الدلالة
1	إدارة المعرفة	توليد المعرفة	.908**	.000
		تخزين المعرفة	.831**	.000
		توزيع المعرفة	.769**	.000
		تطبيق المعرفة	.847**	.000
2	الميزة التنافسية	التكلفت	.699**	.000
		الجودة	.813**	.000
		المرونة	.709**	.000
		الوقت	.451**	.000

الإبداع	.784**	.000
---------	--------	------

ويتضح من الجدول (1) أدناه أن كل بُعد ارتبط ارتباطاً موجباً قوياً بالدرجة الكلية للمتغير الذي وضع ضمنه، وتشير معاملات الارتباط إلى أن هناك علاقة دالة عند مستوى (0.01) بين كل بُعد وبين الدرجة الإجمالية للبُعد، وهذا يدل على أن الأداة تتمتع بالصدق البنائي.

جدول رقم (2) يبين نتائج اختبار كرونباخ (Cronbach Alpha) للصدق البنائي

المتغيرات	الأبعاد	Cronbach Alpha	عدد الفقرات النهائية
إدارة المعرفة	توليد المعرفة	0.854	7
	تخزين المعرفة	0.874	5
	توزيع المعرفة	0.925	6
	تطبيق المعرفة	0.881	8
الميزة التنافسية	التكلفة	0.812	6
	الجودة	0.771	5
	المرونة	0.798	5
	الوقت	0.856	5
	الإبداع	0.78	6
إجمالي الأداة		7.551	53

ومن الجدول (2) يستنتج أن معامل ألفا كانت مرتفعة، وبذلك يتضح أن أداة الدراسة تتمتع بمصداقية عالية يجعل الأداة مناسبة لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة.

عرض وتحليل وتفسير ومناقشة النتائج

عرض ومناقشة متغير إدارة المعرفة:

مستوى إدارة المعرفة بأبعاده (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، تطبيق المعرفة) في بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر.

جدول (3) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والوزن النسبي لإدارة المعرفة

م	البُعد	الرتبة	متوسط حسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	درجة الموافقة
1	توليد المعرفة	2	4.67	0.291	93.4	مرتفعة جداً
2	تخزين المعرفة	1	4.73	0.280	94.6	مرتفعة جداً
3	توزيع المعرفة	4	4.33	0.479	86.7	مرتفعة جداً
4	تطبيق المعرفة	3	4.48	0.449	89.6	مرتفعة جداً
	المتوسط العام لإدارة المعرفة		4.55	0.311	91.1	مرتفعة جداً

من بيانات الجدول (3) أن المتوسط العام لإدارة المعرفة في بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر بلغ (4.55) وبنسبة (91.1%)، وانحراف معياري مقداره (0.311)، وهي قيمة أقل من الواحد الصحيح، مما يعني تجانس

استجابات أفراد العينة وتشابهها حول مستوى إدارة المعرفة في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر. وتشير هذه النتيجة إلى أن مستوى إدارة المعرفة في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر جاء عموماً مرتفعاً جداً. وعلى مستوى الأبعاد، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (4.33- 4.73)، مما يعني وجود تفاوت في قيم المتوسطات الحسابية عكست ترتيب كل بُعد من حيث الأولوية على النحو الآتي:

وبناءً على التحليل الوصفي السابق، نجد أن نقاط القوة قد تركزت في جميع الفقرات، حيث تميّز بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر بـ (إشراك الموظفين في برامج التدريب والتطوير للاستفادة من المعرفة المتجددة، ويحافظ البنك على المعرفة المتاحة ويرصد الجديد منها، أيضاً يجدد البنك معارفه باستمرار، ويستعين البنك بخبرات خارجية بهدف التطوير واستقطاب الأفكار، ويحفّز الموظفين المبدعين مادياً ومعنوياً، ويكتسب معارف من تجارب الموظفين، كما يعزز البنك ثقافة التعلم مدى الحياة).

عرض ومناقشة متغير الميزة التنافسية:

لهذا، استخدم الباحثون المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية والوزن النسبي، قيمة "ومستوى المعنوية، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول (4) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والوزن المئوي لتقديرات عينة الدراسة للميزة التنافسية

م	الأبعاد	الترتيب	متوسط حسابي	انحراف معياري	الوزن النسبي	درجة الموافقة
1	التكلفة	4	4.46	0.362	89.2	مرتفعة جداً
2	الجودة	1	4.71	0.355	94.2	مرتفعة جداً
3	المرونة	1	4.71	0.304	94.2	مرتفعة جداً
4	الوقت	2	4.63	0.298	92.6	مرتفعة جداً
5	الإبداع	3	4.60	0.348	92	مرتفعة جداً
	المتوسط العام		4.62	0.333	92.44	مرتفعة جداً

يتضح من الجدول (4) أن المتوسط العام لإجابات أفراد الدراسة تجاه واقع الميزة التنافسية بأبعادها الخمسة في بنك القطيبي بلغ (4.62) باتجاه عام موافق بشدة، وبدرجة (مرتفعة جداً)، كما بلغ الانحراف المعياري (0.333) لم يتجاوز الواحد الصحيح، مما يدل على تجانس إجابات أفراد العينة تجاه المحور، أما فيما يخص أبعاد المتغير التابع، فقد حصل بعداً الجودة والمرونة على المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي بلغ (4.71)، وانحراف معياري على التوالي (0.355، 0.304)، وحصل بُعد الوقت على المرتبة الثانية، بمتوسط حسابي (4.62) وانحراف معياري (0.298)، وحصل بُعد الإبداع على المرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي (4.60) وانحراف معياري (0.348)، وجاء في المرتبة الأخيرة بُعد التكلفة، بمتوسط حسابي (4.46) وانحراف معياري (0.362)، وجميعها باتجاه عام موافق بشدة، وبدرجة (مرتفعة جداً).

اختبار فرضيات الدراسة:

نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

تنص الفرضية الرئيسية الأولى على:

لا توجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لإدارة بالمعرفة بأبعاده في الميزة التنافسية في بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر.

جدول (6) نتائج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى

المتغير التابع الميزة التنافسية								
المتغير المستقل	المعاملات	قيم المعاملات	الخطأ المعياري	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	T	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة
إدارة المعرفة	ثابت	3.339	.577			5.786	.000	
	الانحدار α			.379a	.143			5.024
	معامل الانحدار β	.283	.126			2.241	.033	.033b

المتغير المستقل إدارة المعرفة، المتغير التابع الميزة التنافسية

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (6) وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمتغير المستقل بأبعاده الأربعة (إدارة المعرفة) في المتغير التابع بأبعاده الخمسة (الميزة التنافسية)، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون R (.379a)، وهي ذات دلالة معنوية أقل من (0.05)، والذي يدل على وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين المتغير المستقل (إدارة المعرفة) بأبعاده مجتمعة، والمتغير التابع الميزة التنافسية، وهو ما يؤكد معامل ثابت الانحدار (β) لأبعاد إدارة المعرفة التي بلغت مجتمعة (.283)، وجميعها تؤثر معنوياً بالميزة التنافسية، وبلغ معامل التباين R Square (.143)، وتعني أن (إدارة المعرفة بأبعاده) يفسر ما نسبته (14.3%) من التباين والتغيرات في تحقيق الميزة التنافسية، أما مانسبته (85.7%) من التغيرات والتأثيرات التي تطرأ على الميزة التنافسية في بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر تعود إلى عوامل أخرى غير مدروسة في النموذج، وهذا ما أوضحه اختبار قيمة F المحسوبة التي بلغت (5.024) عند مستوى دلالة (0.05)، وهي أقل من (0.05).

وهذا يعني قبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لإدارة المعرفة بأبعاده (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، تطبيق المعرفة) في الميزة التنافسية في بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر.

وذلك لأن إدارة المعرفة بأبعاده (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، تطبيق المعرفة) لها تأثير كبير في الميزة التنافسية، وهذا ما أثبتته دراسة الشريف وآخرون (2021)، ودراسة معتوق، بن زيان (2021)، ودراسة زرافيلي، البشباشة (2021)، ودراسة برحايي (2020)، ودراسة محاحي (2019).

أولاً: الفرضية الفرعية الأولى:

(الفرضية الصفرية H_0) التي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لتوليد المعرفة في الميزة التنافسية في بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر."

جدول (7) نتائج الانحدار الخطي البسيط لمعرفة أثر توليد المعرفة في الميزة التنافسية

الميزة التنافسية								
المتغير المستقل	المعاملات	قيم المعاملات	الخطأ المعياري	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	T المحسوبة	F المحسوبة	مستوى الدلالة
توليد المعرفة	ثابت الانحدار α	3.792	0.666	0.224a	0.050	5.692	1.585	0.218b
	معامل الانحدار β	0.179	0.142			1.259		

المتغير المستقل توليد المعرفة، المتغير التابع الميزة التنافسية

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (7) عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتوليد المعرفة في المتغير التابع الميزة التنافسية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون $R(0.244)$ ؛ وهي ذات دلالة معنوية أكبر من (0.05) ، والذي يدل على وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين بعد توليد المعرفة والميزة التنافسية، وبلغ معامل التباين R Square (0.05) ، مما يشير إلى أن (0.05%) من التغيرات والتأثيرات التي تطرأ على الميزة التنافسية ناتج عن تطبيق توليد المعرفة، في حين (99.5%) من التغيرات والتأثيرات التي تطرأ على الميزة التنافسية في بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر تعود إلى عوامل أخرى غير مدرجة في النموذج، كما بلغت قيمة درجة بيتا (0.179) ، أي أن الزيادة بدرجة واحدة في تطبيق توليد المعرفة يؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية بقيمة (0.179) ، وهذا ما أوضحه اختبار قيمة F المحسوبة التي بلغت (1.585) عند مستوى دلالة (0.21) ، وهي أكبر من (0.05) .

وهذا يعني قبول الفرضية الصفرية التي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ لتوليد المعرفة في الميزة التنافسية في بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر.

مما سبق، نستنتج أن تفاعل المعرفة الضمنية للموظفين المتمثلة في خبراتهم ومهاراتهم وأفكارهم لا يكتسبونها مع المعرفة الصريحة الظاهرة الناتجة عن تفاعلهم مع البيئة الخارجية.

ثانياً: الفرضية الفرعية الثانية:

(الفرضية الصفرية $2H$) التي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ تخزين المعرفة في الميزة التنافسية في بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر".

جدول (8) نتائج الانحدار الخطي البسيط لمعرفة أثر تخزين المعرفة في الميزة التنافسية

المتغير التابع الميزة التنافسية								
المتغير المستقل	المعاملات	قيم المعاملات	الخطأ المعياري	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	T المحسوبة	F المحسوبة	مستوى الدلالة

		ثابت		T		F	
تخزين المعرفة	الانحدار α	معامل	الانحدار β	معامل	التحديد R2	معامل	المحسوبية
0.398b	0.736	0.000	5.646	0.024	0.155a	0.712	4.020
		0.398	0.858			0.150	0.129

المتغير المستقل تخزين المعرفة المتغير التابع الميزة التنافسية

من البيانات الواردة في الجدول (8) لا يوجد أثر لتخزين المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية، فقد بلغ معامل الارتباط R (0.155) عند مستوى دلالة (0.05)، والذي يدل على وجود علاقة ارتباطية ضعيفة جداً بين بُعد تخزين المعرفة والميزة التنافسية، أما معامل التباين (R Square) يضر ما نسبته (0.024)، مما يشير إلى أن (0.02%) من التغيرات والتأثيرات التي تطرأ على الميزة التنافسية ناتج عن تطبيق تخزين المعرفة، في حين (99.8%) من التغيرات والتأثيرات التي تطرأ على الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر تعود إلى عوامل أخرى غير مدرجة في النموذج، كما بلغت قيمة درجة بيتا (0.129)، أي أن الزيادة بدرجة واحدة في تطبيق تخزين المعرفة يؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية بقيمة (0.129)، وهذا ما أوضحه اختبار قيمة F المحسوبة التي بلغت (0.736) عند مستوى دلالة (0.398)، وهي أكبر من (0.05).

وهذا يعني قبول الفرضية الصفرية التي تنص على أنه: "لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لتخزين المعرفة في الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر".

مما سبق، نستنتج أن قدرة بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر على استغلال المعرفة الموجودة في خلق وابتكار معرفة جديدة لا تجري بمشاركة فرق العمل لكي تسهم في حل بعض المشكلات التي يعاني منها البنك بطريقة مبتكرة، وتوليد رأس مال فكري جديد.

ثالثاً: الفرضية الفرعية الثالثة:

(الفرضية الصفرية 3H) التي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لتوزيع المعرفة في الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر".

جدول (9) نتائج الانحدار الخطي البسيط أثر توزيع المعرفة في الميزة التنافسية

		مستوى		معامل		قيم	
مستوى	F	الدلالة	T	التحديد R2	الارتباط R	الخطأ المعياري	المعاملات
0.190b	1.800	0.000	10.979	0.057	0.238a	0.376	ثابت
		0.190	1.342			0.086	الانحدار α
							معامل
							الانحدار β

المتغير المستقل توزيع المعرفة، المتغير التابع الميزة التنافسية

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-16) لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتوزيع المعرفة في الميزة التنافسية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون $R(0.238)$ ، وهي ذات دلالة معنوية أكبر من (0.05) والذي يدل على وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين بُعد توزيع المعرفة والميزة التنافسية، وبلغ معامل التباين (Square R) (0.057) ، وتعني أن (توزيع المعرفة) تفسر ما نسبته (0.057%) من التباين والتغيرات في الميزة التنافسية، أما ما نسبته (95%) من التغيرات والتأثيرات التي تطرأ على الميزة التنافسية تعود إلى عوامل أخرى غير مدرجة في النموذج، كما بلغت قيمة درجة بيتا (0.116) ، وتعني أن الزيادة بدرجة واحدة في تطبيق المتغير المستقل (توزيع المعرفة) تؤدي إلى الميزة التنافسية بقيمة (0.116) ، وهذا ما أوضحه اختبار قيمة F المحسوبة التي بلغت (1.800) عند مستوى دلالة (0.190) ، وهي أكبر من (0.05) .

وهذا يعني قبول الفرضية الصفرية التي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ لتوزيع المعرفة في الميزة التنافسية".

نستنتج مما سبق، أن قدرة بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر على توزيع المعرفة وإيصالها في الوقت المناسب وبالتكلفة المناسبة والكيفية المناسبة والتنوع المناسبة للشخص المناسب الذي يحتاج إليها غير كافية، وتحتاج إلى خطة إستراتيجية في التوصل السريع، والتكلفة المنخفضة، والكيفية والتنوع المميزة لتوصيلها إلى العملاء.

رابعاً: الفرضية الفرعية الرابعة:

(الفرضية الصفرية 4H) التي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية

$(\alpha \leq 0.05)$ لتطبيق المعرفة في الميزة التنافسية في بنك القطبي الإسلامي للتمويل الأصغر".

جدول (10) نتائج الانحدار الخطي البسيط لمعرفة أثر تطبيق المعرفة في الميزة التنافسية

المتغير التابع الميزة التنافسية							
المتغير المستقل	المعاملات	قيم المعاملات	الخطأ المعياري	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	T المحسوبة	F المحسوبة
ثابت		3.340	0.355			9.417	
تطبيق المعرفة	الانحدار α	0.288	0.079	0.045a	0.308	3.653	13.345
	معامل الانحدار β					0.001	0.001b

المتغير المستقل تطبيق المعرفة، المتغير التابع الميزة التنافسية

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (4-17) وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتطبيق المعرفة في المتغير التابع الميزة التنافسية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون $R(0.045)$ ، وهي ذات دلالة معنوية أكبر من (0.05) ، والذي يدل على وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين بُعد تطبيق المعرفة والميزة التنافسية، وبلغ معامل التباين (R Square) (0.308) ، مما يشير إلى أن (30.8%) من التغيرات والتأثيرات التي تطرأ على الميزة التنافسية ناتجة

عن تطبيق المعرفة، في حين (69.2%) من التغيرات والتأثيرات التي تطرأ على الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر تعود إلى عوامل أخرى غير مدرجة في النموذج، كما بلغت قيمة درجة بيتا (0.288)، أي أن الزيادة بدرجة واحدة في تطبيق المعرفة يؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية بقيمة (0.288)، وهذا ما أوضحه اختبار قيمة F المحسوبة التي بلغت (13.345) عند مستوى دلالة (0.00)، وهي أقل من (0.05).

وهذا يعني قبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لتطبيق المعرفة في الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر".

مما سبق، نستنتج أن قدرة بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر على استخدام المعرفة والاستفادة منها عملياً عن طريق تجريبها وتطبيقها في المكان والوقت المناسب، مما يسهم في تحقيق أهدافه وتحسين أدائه.

النتائج والتوصيات والمقترحات:

النتائج:

أولاً: مستوى إدارة المعرفة في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر جاء عموماً مرتفعاً جداً، وذلك بحسب التفصيل الآتي:

1. درجة توفر بُعد (تخزين المعرفة) بدرجة مرتفعة جداً، بمتوسط حسابي بلغ (4.73).
2. درجة توفر بُعد (توليد المعرفة) بدرجة مرتفعة جداً، بمتوسط حسابي بلغ (4.67).
3. درجة توفر بُعد (تطبيق المعرفة) بدرجة مرتفعة جداً، بمتوسط حسابي بلغ (4.48).
4. درجة توفر بُعد (توزيع المعرفة) بدرجة مرتفعة جداً، بمتوسط حسابي بلغ (4.35).

ثانياً: واقع الميزة التنافسية في بنك القطيبي الإسلامي للتمويل الأصغر جاء بدرجة مرتفعة جداً، وهي كالآتي مرتبة تنازلياً:

1. مستوى تحقق بُعد (المرونة) جاء بدرجة مرتفعة جداً، بمتوسط حسابي (4.71).
2. مستوى تحقق بُعد (الجودة) جاء بدرجة مرتفعة جداً، بمتوسط حسابي (4.71).
3. مستوى تحقق بُعد (الوقت) جاء بدرجة مرتفعة جداً، بمتوسط حسابي (4.63).
4. مستوى تحقق بُعد (الإبداع) جاء بدرجة مرتفعة جداً، بمتوسط حسابي بلغ (4.60).
5. مستوى تحقق بُعد (التكلفة) جاء بدرجة مرتفعة جداً، بمتوسط حسابي بلغ (4.46).

ثالثاً: وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين المتغير المستقل إدارة المعرفة بأبعادها (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، تطبيق المعرفة) والمتغير التابع الميزة التنافسية.

رابعاً: وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمتغير المستقل إدارة المعرفة في المتغير التابع الميزة التنافسية.

1. لا يوجد أثر لتوليد المعرفة في الميزة التنافسية.
2. لا يوجد أثر لتخزين المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية.
3. لا يوجد أثر لتوزيع المعرفة في الميزة التنافسية.
4. وجود أثر لتطبيق المعرفة في الميزة التنافسية.

التوصيات:

أولاً: إدارة المعرفة

- توصي الدراسة بالمزيد من الاهتمام بدعم الموظفين في اكتساب معارف جديدة، عبر تعزيز ثقافة التعلم مدى الحياة.
- المزيد من الحرص على المحافظة على موظفيه ذوي الخبرة والمعرفة.
- تحسين مشاركة الخبرات والمهارات مع البنوك الأخرى.
- المزيد من تفويض السلطة الكافية للموظفين الذين يمتلكون معارف متميزة.

ثانياً: الميزة التنافسية

- المزيد من التركيز على التكلفة الأقل في عرض الخدمات.
- تحسين وتطوير تطبيق معايير الجودة في الأنشطة كافة.
- المزيد من الاهتمام بمواكبة التغيير في رغبات العملاء.
- تحسين معالجة شكاوى العملاء بأسرع وقت إن وجدت.
- المزيد من الاهتمام بالموظفين المبدعين.

المقترحات:

- إجراء المزيد من الدراسات المستقبلية التي تتناول أثر أبعاد أخرى لإدارة المعرفة في الميزة التنافسية، مثل (تقييم المعرفة، وحماية المعرفة).
- إجراء المزيد من الدراسات حول الميزة التنافسية بأبعاد أخرى، مثل (الشبكات والعلاقات، التكنولوجيا، العلامة التجارية).
- إجراء دراسات علمية حول (رأس المال الفكري، المرونة الإستراتيجية، التوجه الريادي) التي يمكن أن يكون لها أثر في الميزة التنافسية في قطاع البنوك عامة، والبنوك الإسلامية خاصة.

المراجع

أولاً: المصادر والمراجع العربية

أبو حمادة، عبد الموجود عبد الله. (2016). المعرفة التسويقية وعلاقتها بالميزة التنافسية للمشروعات الصغيرة المنتمية لحاضنات الأعمال في منطقة تبوك. *مجلة التجارة والتمويل*، 36(2)، 34-84. كلية التجارة، جامعة طنطا، مصر.

أبو النصر، مدحت محمد. (2021). إدارة المعرفة والإدارة بالمعرفة. *المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات*، 2. (4) المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، مصر.

اردير، هناء. (2019). عوامل نجاح إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية - دراسة حالة البنك الوطني الجزائري - BNA شغوم العيد - ميلت. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحفيظ بوالصوف، ميلت، الجزائر.

بالكبير، خليفة محمد. (2013). تحليل مواقف واتجاهات مسيري المؤسسات الجزائرية اتجاه التمكين كأداة لتحقيق الميزة التنافسية. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر.

برحيلي، حنان. (2020). إدارة المعرفة وانعكاساتها على العلاقة مع الزبون لتحقيق الميزة التنافسية - دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين SAA والشركة الجزائرية للتأمينات CAA كلية العلوم الاقتصادية والتسيير وعلوم التجارة، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي، الجزائر.

بركاوي، فاطمة، مدياني، زهرة. (2023). أثر إدارة المعرفة على رأس المال الفكري - دراسة حالة بجامعة أدرار. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر.

برواقي، حبيبة، ضراوي، نوال. (2023). علاقة عمليات إدارة المعرفة بتحسين الخدمة العمومية - دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - توزيع الكهرباء - أدرار. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر.

بعلي، ياسمين، النوى، سوسن. (2023). أثر الرقابة الاستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية - دراسة حالة: مؤسسة اتصالات الجزائر - وكالة تبسة. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، تبسة، الجزائر.

البكري، ثامر. (2006). *التسويق: أسس ومفاهيم معاصرة*. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

بلحاج، إبراهيم بلقاسم. (2023). أثر أبعاد إدارة الجودة الشاملة في الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في المراكز الصحية الخاصة بمدينة الزاوية. *مجلة أبحاث بكلية الآداب جامعة سرت*، 15. (2) كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة الزاوية، ليبيا.

بوغازي، أسامة، بن هنية، عبد الوهاب. (2022). أثر تمكين العاملين على تطبيق إدارة المعرفة - دراسة ميدانية للمؤسسة البلدية لتسيير التقنيات الحضريّة GTU. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.

- بونوة، شيماء، طويجين، سامية. (2023). إدارة المعرفة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية - دراسة حالة مؤسسة كوندور. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، الجزائر.
- بن دومت، صفية. (2022). إدارة المعرفة كمدخل لتنمية الكفاءات البشرية في المنظمات - دراسة حالة. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي، الجزائر.
- بن زكور، عبير. (2023). أهمية إدارة الوقت في تحقيق الميزة التنافسية - دراسة حالة مجمع صيدال ولاية المدية. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية، الجزائر.
- بن شتاه، أنيس. (2023). واقع تطبيق إدارة المعرفة ودورها في بناء المنظمة المتعلمة - دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية - وادي الزناتي. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945 قالم، الجزائر.
- بن عثمان، مفيدة، التجاني، شمس الدين. (2023). أثر إدارة المعرفة على الأداء المالي للبنوك التجارية - حالة عينة من البنوك التجارية العاملة بمنطقة ورقلة (الجزائر). *مجلة الباحث الاقتصادي، 11*. (1) كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة - الجزائر.
- تخت، حليلة. (2016). أثر التخطيط الاستراتيجي في رفع القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات في قطاع الصحة. كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.
- حسن، ميادة حامد ربيع. (2020). قياس أثر المعرفة التكنولوجية في تحقيق الميزة التنافسية للشركات السياحية في محافظة جنوب سيناء. كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس، مصر.
- حسن، حسين عجلان. (2008). *إستراتيجيات الإدارة المعرفية في ظل منظمات الأعمال*. إثناء للنشر والتوزيع، الأردن.
- الحميدي، حميد ناصر، العواضي، علي محمد، النويرة، محمد خالد، علوان، محمد محمد، الصبري، محمد عبد الرحمن، العزاني، يحيى عبد الله. (2022). أثر التسويق الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك العاملة في الجمهورية اليمنية. *مجلة جامعة البيضاء، 4*. (2) كلية العلوم الإدارية والحاسبات، جامعة البيضاء، اليمن.
- خليف، عائشة وصال، رقائي، مولاي علي. (2023). دور عمليات إدارة المعرفة في تعزيز التعلم التنظيمي - دراسة حالة المديرية العملية لاتصالات الجزائر بأدرار. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراعية أدرار، الجزائر.
- داسي، وهيب حنين. (2007). إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية: رسالت ماجستير المصارف الحكومية السورية. كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، دمشق، سوريا.
- زرافيلي، سامي شكري جبرا، البشاشة، سامر عبد المجيد. (2021). أثر التوجه الريادي في تحقيق إدارة المعرفة في البنوك التجارية الأردنية. *مجلة مؤتم للبحوث والدراسات، 36*. (3) جامعة مؤتم، الأردن.

- الزيادات، محمد. (2008). *اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة*. دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان.
- السلمي، علي. (2001). *إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية*. دار غريب للنشر والطباعة، القاهرة، مصر.
- سليمان، برزؤ همزة. (2023). دور إستراتيجية تمكين العاملين في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة تحليلية لأراء عينة من أعضاء الهيئة التدريسية. *مجلة يوليتكنيك للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، جامعة صلاح الدين، أربيل، العراق.
- سليم، وردة، نصري، أنهار. (2022). دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة مؤسسة الجزائرية للمياه - المسيلة. *كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير*، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر.
- السويدان، طارق. (2001). *قياس السوق*. دار حزم للنشر، بيروت، لبنان.
- الشهري، بدرية محمد عبد الرحمن، عبد الخير، آسيا يعقوب الهادي. (2023). دور ممارسات إدارة المعرفة في تطبيق التحول الرقمي (دراسة ميدانية على قطاع الأمن العام بمنطقة عسير). *المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، 45. كلية الأعمال، جامعة الملك خالد، السعودية.
- الشريف، أحمد البشير، هويدي، عبد القادر محمد، سالم، عبد الفتاح جمعة. (2021). أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية على الشركة الوطنية للمطاحن والأعلاف المساهمة. *مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية*، 18. قسم الإدارة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة طرابلس، قسم التدريب وزارة العدل، ليبيا - طرابلس.
- الطراونتي، أحمد محمد، المجالي، آمال ياسين. (2018). أثر إدارة المعرفة في تطبيق المعايير المحاسبية، دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الإلكترونية. *مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، 16(1)، 2019. كلية الكرك - جامعة البلقاء التطبيقية، الكرك - الأردن.
- عليوي، نشأت حكمت. (2023). دور جودة الخدمات المصرفية في زيادة القدرة التنافسية للمصارف. *مجلة العراقية للبحوث العلمية*، 20. (7) جامعة اليرموك، بغداد، العراق.
- عثمان، خلف الله، عبد الغني أحمد، وليد أحمد. (2023). أثر نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية. *المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، 19. (1) جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.
- العلول، سمر محمد. (2011). دور إدارة المعرفة في تنمية الموارد البشرية دراسة ميدانية في الجامعات الفلسطينية. رسالت ماجستير بكلية التعليم، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.
- القالي، طاهر محسن منصور، إدريس، وائل محمد صبحي. (2009). *الإدارة الاستراتيجية منظور منهجي متكامل*. دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.

الغمس، وسام بنت مشعل، السباري، نسرين بنت ناصر. (2023). دور القيادة الإبداعية في تحقيق الميزة التنافسية في الجامعات السعودية: رؤية مستقبلية. *مجلة منار الشرق للتربية وتكنولوجيا التعليم*، 22. (2) كلية التربية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية.

اللامي، غسان. (2008). *تقنيات ونظم معاصرة في إدارة العمليات*. دار إثناء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

الكبيسي، صلاح الدين. (2005). *إدارة المعرفة*. القاهرة والمنظمة العربية للتنمية الإدارية، العراق.

الملكاوي، إبراهيم خروف. (2007). *إدارة المعرفة*. الوراق للنشر والتوزيع، عمان.

محاحي، ريماء مصطفى. (2019). قدرة إدارة المعرفة والميزة التنافسية: بالتطبيق على شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في غزة المنظمة لاتحاد نظم المعلومات الفلسطينية. (PITA) *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية*، 3. (13) غزة، فلسطين.

المحمدي، عبد الكريم، الدباغي، عصام عبد الملك. (2022). دور إدارة المعرفة التنظيمية في تحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر - وكالة رقان. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر.

مريعي، وهيب. (2012). دور التسويق الابتكاري في المحافظة على الميزة التنافسية. كلية الاقتصاد، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.

معتوق، لطفي، بن زيان، إيمان. (2021). أثر إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة باتنة. *مجلة الاقتصاد الصناعي (خزارتك)*، 11. (10) جامعة باتنة، الجزائر.

مسون، محمود، عليش، عبد القادر. (2022). دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية - دراسة حالة ملبنة ونيس ببنر ولد خليفة ولاية عين الدفلى. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيل الي بونعامتة، خميس مليانة، الجزائر.

نصار، علي زكي. (2018). *الميزة التنافسية والتخطيط الاستراتيجي في جودة الأعمال*. الآن ناشرون وموزعون، ط1، عمان، الأردن.

نورالدين، إيمان. (2017). *إدارة المعرفة في القطاع البنكي*. *مجلة العلوم الإنسانية*، 48. جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.

هزايمة، علي أحمد فايز. (2018). أثر إدارة المعرفة على الميزة التنافسية من خلال رأس المال البشري في المستشفيات الأردنية الخاصة في إربد. (2017-2018) *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية*، 6. (20) الأردن.

اليعربي، علي سيف سعود. (2021). أثر إدارة المعرفة على الأداء في العمل ومدى تحقيق الميزة التنافسية، أنموذج المديرية العامة للتربية والتعليم بمحافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان. *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية*، 5. (3)وزارة التربية والتعليم، قسم التخطيط، سلطنة عمان.

إلياس، سالم. (2021). التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال. *مجلة أبحاث ودراسات التنمية*، 8. (1). جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر.

ثانياً: المصادر والمراجع الإنجليزية

DeLong, D. W. (2004). *Lost knowledge: Confronting the threat of an aging workforce*. Oxford University Press.

Salameh Al-Nawafah, M., Nigresh, M., & Tawalbeh, A. K. (2019). The role of knowledge management on competitive advantage in Jordan manufacturing companies from employees' perspectives. *International Business Research*, 12(6).

Porter, M. (1993). *Avantage concurrentiel des nations*. Inter Edition.

Wiig, K. (2003). *Knowledge management foundations: Thinking*. Arlington: Schema Press.