

ملخص عن المحاضرة التاسعة

أثر تطبيق إدارة المعرفة في المنظمة.

أولاً- دور إدارة المعرفة في تحسين أداء المنظمة:

من خلال.

1. **تقلل التكاليف الإجمالية للعمل:** عن طرق تقليل تكاليف الهدر والإنتاج المعيب ومردودات وتكاليف سوء التعامل مع التقنيات ووسائل العمل.
2. **زيادة العوائد المالية للمنظمة:** عن طريق إنتاج منتجات متقنة وأخرى مبتكرة وسريعة للبيع و هذا راجع لاكتسابهم لمعارف فريدة.
3. **الابتكار و الابداع:** إن عملية التعليم و التدريب و تشارك المعارف يؤدي إلى تقديم أشياء جديدة.
4. **زيادة الوعي الثقافي:** نتيجة تشارك المعارف و تجسيد لغة الحوار و ترسيخ ثقافة التعلم.
5. **تحسين مهارات العاملين:** إذ بدوهم لا أفكار ولا ابتكار لذلك لا بد من العناية الفائقة باستقطاب في من تتوافر فيهم المواهب والقدرات والمهارات المتميزة لتكون المنظمة فعالة بالمعرفة، وأن تحافظ على هؤلاء المتميزين وتديم عملية التدريب والتحفيز وإثارة الدافعية لديهم وأن تقي بالعقد النفسي الذي أبرمته معهم وهذه مهمة قيادتها المعرفية.
6. **الزبائن:** إذ بدوهم لا وجود للأعمال، لذلك فعلى المنظمة أن تبني معرفتها على الزبائن وتؤسس لذلك نظام علاقات الزبون المبني على قاعدة معرفية: ماذا يشتري؟ وكيف؟ وما هي توقعاته وحاجاته وكيف يمكن مقابلتها؟ وكيف يمكن للشركة كسبهم والمحافظة على ولائهم ورضاهم والذهاب أبعد من ذلك إلى إيجاههم والتعهد بالبقاء معهم.
7. **العلامة التجارية:** تشمل العلامة التجارية الاسم والرموز والإشارات والتصميم، إن محور التركيز على العلامة التجارية كموجودات غير ملموسة يقتضي من المنظمة بناء المعرفة حولها من خلال كيفية إدراكها من قبل الزبائن.
8. **التكنولوجيا:** تحتوي التكنولوجيا على براءات الاختراع وحقوق الطبع والعلامات التجارية وكلها موجودات غير ملموسة، والمعرفة موجودة في التكنولوجيا بعضها في المنتج وبعضها في العمليات، وعندما يتم تحويل هذه المعرفة إلى ملكية فكرية على شكل اختراعات وعلامات تجارية وتصميمات تجارية يجب أن تحمي قانوناً من خلال قوانين حقوق الملكية الفكرية.

ثانياً- دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية:

تعرف الميزة التنافسية على أنها "هي كل ما يمكن أن يميز المنظمة إيجاباً عن منافسيها من وجهة نظر الزبائن".

وإن دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية يمكن إيجاده، ويتمثل بالآتي:

1. تعمل إدارة المعرفة كاستراتيجية خاصة بموازنة البيئة الخارجية للمنظمة مع قدراتها الداخلية بما يسهم ويؤثر في رفع معدلات الكفاءة التنظيمية، ويقود إلى تطوير معدلات الميزة التنافسية وذلك من خلال توفير المعلومات المطلوبة عن العوامل البيئية والاقتصادية والسكانية والتكنولوجية.
2. إن التطبيق الفعال للمعرفة يعمل على ابتكار الحلول للمشكلات التي تواجهها المنظمة فضلاً عن تقليص الوقت والكلفة، ومن ثم تحقيق الميزة التنافسية والموقع السوقي التي تهدف إليه المنظمة.
3. تسهم إدارة المعرفة في تنويع استراتيجيات المنافسين من خلال الأفكار التي تولدها والحلول التي تبتكرها، وأدت إلى ترسيخ هوية علامتها المميزة وإلى زيادة تعلق الزبائن بها ومنحها ميزة مطلقة على كبار المنافسين وتخفيض الكلف.
4. تسهم إدارة المعرفة في إيجاد منظمات ناجحة من خلال إنتاج معرفة جديدة باستمرار، وهذه المعرفة تعد المصدر الأكيد للميزة التنافسية بخاصة عندما تتغير الأسواق وتزداد التقنيات وعدد المنافسين.
5. تحقق إدارة المعرفة إمكانية البقاء والمنافسة لمواجهة المتغيرات البيئية من خلال الربط الفعال للبيانات والمعلومات والمعرفة حول تلك المتغيرات وإمكانية معالجة المعلومات في الوقت المناسب.
6. يسهم في تطبيق برامج إدارة المعرفة في توسيع الموارد التي يمكن أن تحصل عليها المنظمة عن طريق تطبيق تكنولوجيا المعلومات وتشكيل ثقافة تنظيمية تعمل على الارتقاء بعملية التفاعل والترابط من خلال التعامل والاندماج الحاصل ما بين القدرات التكنولوجية والقدرات التنظيمية التي ستصبح في موقع جديد تستطيع أن تشارك في تطبيق المعرفة.
7. تستخدم المنظمات اليوم برامج إدارة المعرفة لضمان تحقيق الميزة التنافسية بحكم إدراكها بأنها لم تعد تتوقع أن المنتجات والخدمات التي جعلتها ناجحة في الماضي ستجعلها مستقبلاً، إلا إذا سعت إلى التعلم والمعرفة باستمرار.
8. المنظمات التي تمتلك المعرفة أقدر على تحقيق الاندماج والتجانس بين مواردها ومنها معرفتها وقدراتها المتميزة لتحقيق المزايا التنافسية.