

(Knowledge Worker) الذين يشغلون مراكز متقدمة في قسم العمليات وتُعكس

خبرتهم بقوة في تصميم عملهم.

ب. تسهم العملية بتطوير البرامج الرسمية التي تبنى المشاركة بالمعرفة والابداع من خلالها

وتحديد الادوار والمهام للمشاركة الفردية والجماعية في برنامج إدارة المعرفة.

ت. توفر العملية قياس النتائج وتراقب عملية التقدم بتنفيذ البرنامج وتعطي مؤشرات لتقليل

الكلف وتحقيق سرعة الاستجابة.

ثانياً : استراتيجيات ادارة المعرفة

1- مفهوم إستراتيجية إدارة المعرفة

تناول الباحثون مفهوم إستراتيجية إدارة المعرفة بإبعاد متعددة، ويعود السبب إلى أن

الإستراتيجية عمل معرفي أولاً، فضلاً عن أن المنظمات تعمل في بيئة تنافسية سريعة التغيير

بما يجعلها تهتم بتقويم المعرفة وتمايزها لأجل البقاء والنمو ثانياً.

وتعرف على انها: الموازنة المعرفية المعتمدة على الموارد والقابليات التي تستلزمها

المعرفة لتطوير المنتجات أو الخدمات بطريقة تتفوق فيها المنظمة على منافسيها.

يحيط مفهوم استراتيجيات ادارة المعرفة ثلاثة معاني متباينة مع بعضها ومتوافقة مع

إستراتيجية إدارة المعرفة :

الأول: يعكس تنوع الادراكات في مجال استراتيجيات إدارة المعرفة .

الثاني: يركز على العلاقة بين إدارة المعرفة والإدارة الإستراتيجية.

الثالث: يؤكد على استخدام المعرفة في سياق الممارسة بما يشكل تطبيقاً لإدارتها وتشخيص

المدخل المناسب لاستراتيجيات إدارتها.

2- أهمية إستراتيجيات إدارة المعرفة

تبرز أهمية إستراتيجيات إدارة المعرفة بما تعكسه تلك الاستراتيجيات من دور فاعل في الإستراتيجية التنافسية للمنظمة وكيفية خلق قيمة للزبون ، تسهيل استعمال الموجودات المعرفية واكتساب وتقاسم المعرفة الضمنية لدى عاملها والمتعاملين معها ومن ثم ترميزها للحفاظ عليها. وتبرز أهميتها إستراتيجيات إدارة المعرفة من خلال مفهوم التشارك في التفكير الاستراتيجي الذي يهدف إلى تحويل المعرفة الضمنية إلى معرفة ظاهرة واجتماعية مستندة على الترابط بين المعرفة الشخصية وظواهر المعرفة الاجتماعية .

تعد إدارة المعرفة إطار يحوي في داخله أربعة عناصر: عمليات الإنتاج، تكنولوجيا المعلومات، الخزين المعرفي، والسلوك الشخصي ولغرض التعامل الصحيح من الناحية الإدارية والممارسة التنظيمية فأن المنظمات تتبنى الإستراتيجية المعرفية الملائمة لتلك العناصر التي تحقق التوليد والاكتساب والاستغلال والنشر للمعرفة.

3- أهداف إستراتيجيات إدارة المعرفة

تبنى المنظمات لاستراتيجيات إدارة المعرفة المتوائمة مع استراتيجياتها يجسد سعيها لتحقيق أهدافها بفاعلية. وبناء شبكة سلسلة العلاقات المستندة على الثقة من خلال هيكلية التفاعل الاجتماعي لتقاسم المعرفة ، وتهدف الى خلق نظم تعلم مستمرة وتأمين السياق لعمليات التواصل الفكري بين الأشخاص ذوي المستويات الفكرية المتساوية و تبادل المعرفة لتقليص الفجوة المعرفية بين رؤية المنظمة وأدائها الحالي. ويتركز دورها لإعادة التوجهات الإستراتيجية للمنظمة لاستثمار الفرص المؤاتية وتجنب التهديدات المحتملة في بيئتها لتعزيز القدرة الاستيعابية للمنظمة وتطوير الأداء وبناء قاعدة تنافسية أكثر مرونة.

ثالثاً : أنواع إستراتيجيات إدارة المعرفة

أشار عدد من الباحثين الى بعض الاستراتيجيات لإدارة المعرفة المختلفة تبعاً لطبيعة عمل المنظمة والمدخل الذي تتبناه وهي :-

1 - الاستراتيجية الترميزية مقابل الاستراتيجية الشخصية ضمن هذا التصنيف أشار تستخدم المنظمات استراتيجيتين مختلفتين هما :

أ-الاستراتيجية الترميزية (Codification Strategy) والتي تتمحور حول الحاسوب، ويجري بموجبها ترميز وخزن المعرفة في قواعد يمكن الوصول إليها.

ب-الاستراتيجية الشخصية (Personalization strategy) ترتبط هذه الاستراتيجية بالشخص الذي يتولى تطويرها وتجرى المشاركة فيها من خلال الاتصال المباشر بين الأشخاص وهي لا تلغي دور الحواسيب ولكنها تعدها أدوات مساعدة للأشخاص في توصيل المعرفة وليس في تخزينها، وتركز على الحوار بين الأفراد وليس على الموضوعات المعرفية الموجودة في القواعد، والميل الى اي من الاستراتيجيتين ليس اعتباطياً وإنما يعتمد على الطريقة التي تخدم بها المنظمة زبائنهم، والأشخاص الذين تستخدمهم، والنموذج الاقتصادي الذي تتبعه.

والمنظمات عادة لا تستخدم إحدى الاستراتيجيتين وتهمل الأخرى، فأغلب المنظمات الناجحة استخدمت الاستراتيجيتين كليهما ولكن بنسب متفاوتة، فتستخدم استراتيجية واحدة مهيمنة والأخرى داعمة. الاستراتيجية الشخصية تلائم المنظمات التي تنتج منتجات ذات معدلات تغيير عالية، أما الترميزية فتلائم المنظمات المصنعة للمنتوج حسب الطلب. والجدول (1) يميز بين الاستراتيجيتين.

جدول (1) اوجه الاختلاف بين استراتيجيات الترميز والاستراتيجية الشخصية

الترميز	مجال الاختلاف	الشخصية
توافر نظم معلومات سريعة وفائقة النوعية والموثوقية بأعادة استخدام المعرفة المرمزة.	الاستراتيجية التنافسية	توافر المشورة التحليلية القوية والخلقة حول المشاكل الاستراتيجية بواسطة قنوات الخبرة الفردية للأشخاص.
(اقتصاديات اعادة الاستخدام) - الاستثمار في الموجودات المعرفية. اعادة الاستخدام عدة مرات. استخدام فرق كبيرة بمعدل عالٍ من المشاركة. - التركيز على توليد عوائد كبيرة.	النموذج الاقتصادي	(اقتصاديات الخبرة) - استيفاء اجور عالية لحلول المشاكل المعقدة . - استخدام فرق عمل صغيرة بمعدل واطيء من المشاركة مع الآخرين . - التركيز على ادامة هامش ربحي عالٍ.
(الأشخاص الى الوثائق) - تطوير نظام الكتروني للتوثيق يرمز ويخزن وينشر ويتيح استخدام المعرفة.	استراتيجية ادارة المعرفة	(الأشخاص الى الأشخاص) - تطوير شبكة لربط الافراد لتسهيل المشاركة في المعرفة.
الاستثمار الكثيف في تقنية المعلومات بقصد ربط الافراد بالمعرفة المرمزة القابلة للاستخدام ثانية	تقنية المعلومات	الاستثمار المعتدل في تقنية المعلومات بقصد تسهيل الحوار وتبادل المعرفة الضمنية.
استخدام خريجي الكليات المناسبين لاعادة استخدام المعرفة ووضع الحلول تدريب افراد المجموعات والتعلم عن بعد . مكافئة الافراد الذين يثرون قاعدة المعرفة.	المصادر البشرية	استخدام الذين يستهويهم حل المشاكل ويتحملون الغموض . تدريب الافراد عن طريق تقديم المشورة الواحد للآخر . مكافئة الافراد مباشرة لمشاركتهم الآخرين في المعرفة .