

تأثير ابعاد صناع المعرفة في بناء ميزة تنافسية مستدامة دراسة استطلاعية لعينة من فنادق

الدرجة الاولى في مدينة كربلاء المقدسة

أ.م.د. مها عبدالستار عبدالجبار

م.د. عبدالحكيم جميل شكري

الجامعة المستنصرية كلية العلوم السياحية قسم الدراسات الفندقية

The Impact of Knowledge Creators' Dimensions on Building Sustainable Competitive Advantage

A survey study of a sample of first-class hotels in the holy city of Karbala.□

Dr. Maha Abdulsattat Abdul-Jabbar

Dr,Maha64n@ uomustansiriyah.edu.iq

Dr, Abdulhakim J.Shukri

RT21OH@uomustansiriyah.edu.iq

المستخلص

نظراً لأن منظمات الاعمال بصورة عامة والمنظمات السياحية والفندقية بصورة خاصة تعمل اليوم في ظل بيئة تتسم بالتغير واللاتأكد البيئي، ما يضعها أمام تحدي دائم للتكيف مع تلك التغيرات، ولن يتحقق ذلك الا اذا امتلكت موارد بشرية معرفية تعمل على ترشيد القرارات في المنظمة وتساعد في ابتكار منتجات وخدمات جديدة لبناء ميزة تنافسية مستدامة للنهوض بواقع الفنادق في العراق متمثلة بفنادق الدرجة الاولى في محافظة كربلاء المقدسة، ولقد تحددت الدراسة بمدى تأثير صناع المعرفة في بناء ميزة تنافسية مستدامة وتحقيق النتائج الايجابية المتوخاة في المنظمات الفندقية المبحوثة من خلال دراسة ابعاد صناع المعرفة والمتمثلة بالمهارات التكنولوجية والقدرات التنظيمية والقدرات الاجتماعية والثقة المتميزة وتأثيرها في بناء ميزة تنافسية مستدامة من خلال ابعادها والمتمثلة بالجودة والكلفة والابداع والمقدرة الجوهرية والولاء. ولتحقيق اهداف الدراسة تم تطوير استبانة لغرض جمع البيانات من افراد العينة والمتمثلة بالقيادات الادارية في الفنادق المبحوثة، مع امكانية التوصل الى نتائج يمكن من خلالها صياغة توصيات تسهم في رفد الفكر السياحي والفندقي والمكتبة السياحية برؤية جديدة حول العلاقة بين متغيرات البحث.

الكلمات المفتاحية: صناع المعرفة ، الميزة التنافسية المستدامة

Abstract :

Given that business organizations in general and tourism and hotel organizations in particular operate today in an environment characterized by change and environmental uncertainty, which puts them in front of a constant challenge to adapt to those changes, this will not be achieved unless they possess cognitive human resources that work to rationalize decisions in the organization and help innovate new products and services to build a sustainable competitive advantage to advance the hotel situation in Iraq, represented by first-class hotels in the Holy Governorate of Karbala, The study determined the extent of the influence of knowledge makers in building a sustainable competitive advantage and achieving the desired positive results in the hotel organizations studied through studying the dimensions of the knowledge makers, which are represented by technological skills, organizational capabilities, social capabilities, and distinguished trust, and their impact in building a sustainable competitive advantage through their dimensions, which are represented by quality, cost, creativity, intrinsic ability, and loyalty. To achieve the objectives of the study, a questionnaire was developed for the purpose of collecting data from the sample members, represented by the administrative leaders in the investigated hotels, with the possibility of arriving at results through which recommendations can be formulated that contribute to

supplementing tourism, hotel and tourism library thought with a new vision about the relationship between the research variables. key words Knowledge makers, sustainable competitive advantage

المقدمة :

تتزايد أهمية ادارة المعرفة في ظل توجه المنظمات الادارية بصورة عامة والمنظمات السياحية والفندقية على وجه الخصوص في ظل التغير المستمر الذي يحصل في البيئة الخارجية وفي اسواق العمل والمنافسة ، اذ اثبتت الدراسات ان صناع المعرفة هم أكبر وأقوى مورد للمنظمة المتفوقة وكثر ثمين لما يحملوه من أفكار وما ينقلوه ثروة لاتعد ولا تحصى ولهم القدرة على التكيف بشكل افضل مع التغير وتعزيز الانتاجية في اماكن العمل، لذلك نجد المنظمات في الوقت الحالي تبحث عنهم وتسعى الى استثمار أفكارهم لتحقيق التميز والأبداع للوصول الى التفوق المنظمي وتحقيق عوائد اضافية على المنظمة واكتساب حصة سوقية والوصول الى الريادة في ظل البيئة الصعبة التي تمتاز بالتطور والسباق نحو التميز وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة كونها عاملاً مهماً ليس فقط للقطاع السياحي والفندقي وانما للكثير من القطاعات الانتاجية الاخرى التي يتمثل هدفها الرئيسي هو الاستدامة وبناء ميزة تنافسية تتفوق على منافسيها. كما تطرق الباحثون إلى تحليل التأثير بين ابعاد صناع المعرفة والميزة التنافسية المستدامة في المنظمات الفندقية من الدرجة الاولى في مدينة كربلاء المقدسة، شروعاً من مشكلة تمثلت بأي مدى تمثل اهتمام المنظمات الفندقية بتبني ابعاد صناع المعرفة وتطوير ابعاد الميزة التنافسية المستدامة اجل زيادة الجذب على الخدمات الفندقية، وشملت أهمية البحث بتوفير معلومات عن متغيري البحث والمتمثلة بـ (صناع المعرفة والميزة التنافسية المستدامة) والتي من شأنها ان تسهم باثراء مفاهيم جديدة للقيادات الادارية في المنظمات المعنية. وتجسد هدف البحث بمحاولة رصد مدى تأثير ابعاد صناع المعرفة في بناء الميزة التنافسية المستدامة في المنظمات الفندقية بالعراق وفي محافظة كربلاء المقدسة على وجه التحديد. وجاءت فرضية البحث بوجود تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لصناع المعرفة في الميزة التنافسية المستدامة. وتوصل البحث الى عدد من الاستنتاجات من اهمها أبعاد صناع المعرفة تلعب دوراً كبيراً ومؤثراً في بناء الميزة التنافسية المستدامة في فنادق الدرجة الأولى في مدينة كربلاء المقدسة. فيما اظهرت معطيات التحليل وجود ضعف ملحوظ في اشراك العاملين في دورات تدريبية في مجال تكنولوجيا المعلومات. وبينت أهم التوصيات ضرورة تعزيز دور صناع المعرفة في خطط الادارات في فنادق الدرجة الأولى في مدينة كربلاء المقدسة وصولاً إلى بناء ميزة تنافسية مستدامة عن طريق توظيف كافة الامكانيات المتعلقة بأبعاد صناع المعرفة مع ضرورة حث العاملين وتشجيعهم مادياً ومعنوياً لمواكبة التطورات التكنولوجية الخاصة بعملهم لما لها من دور فعال في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في فنادق الدرجة الأولى في مدينة كربلاء المقدسة.

المبحث الاول : صناع المعرفة

تمهيداً اصبحت المعرفة اليوم مورداً رئيسياً للاقتصاد ومصدراً مهماً للتميز والتفوق التنافسي، لذا يعد صناع المعرفة من اهم الموارد في منظمات الاعمال اليوم باعتبارهم رأس مال فكري قادرين على استخدام المعرفة في العمل. وسنتطرق في هذا المبحث الى مفهوم صناع المعرفة وأهميتهم، وخصائصهم وباعدهم ، وكما يأتي:

اولاً: مفهوم وأهمية صناع المعرفة يعرف صناع المعرفة بأنهم " الاشخاص الذين يعملون على طلب المعرفة من مصادرها الداخلية والخارجية لانتاج منتج متميز بمحتواه المعلوماتي الخاص "، (العاني، ٢٠٠٨: ١٣٥). في حين يرى (Nelson & McCann, 2009, 2) ان صناع المعرفة هم " الافراد الذين يمتلكون وسائل الانتاج بشكل حرفي ويحملون في عقولهم المعرفة والمعلومات والمهارات ". وهم " الافراد المسؤولون عن عمليات الابداع والنمو في المنظمة لابتكار خدمات ومنتجات جديدة لخلق استراتيجيات وبرامج تسويقية "، (Margaryan,etal,2011: 568) . ومن وجهة نظر اخرى، هم " الافراد العاملون الذين يمتلكون معرفة متراكمة من خلال الخبرة والتعلم وممارسة عمليات ادارة المعرفة في المنظمة، مما يجعلهم قيمة مضافة من خلال خبرتهم في طرح الحلول الابداعية التي يقدموها في حل المشاكل المعقدة وامكانياتهم في اتخاذ القرارات الاستراتيجية الرشيدة للمنظمة "، (الشمري وآخرون، ٢٠١٦: ١٢) اما فيما يخص الاهمية فإن لصناع المعرفة اهمية كبيرة في منظمات الاعمال بصورة عامة والسياحية والفندقية بصورة خاصة لاسهامهم في تصميم الوظائف ومعالجة المشاكل واستخدام المعلومات وانتاج المعرفة المطلوبة، اضافة الى مساعدة المدراء والمحليين في تقديم الحلول المبتكرة ودعم القرارات، (Stajner & Mladenec, 2010: 127) . ويعد صناع المعرفة المحركات الاساسية لنمو الاقتصاد والموارد الاستراتيجية الرئيسية للمنظمات الحديثة كونهم يركزون وبشكل اساسي على تحليل العمل المعرفي، (Klett & Wang, 2013: 9).

ثانياً: خصائص صناع المعرفة

يختلف الباحثين بتحديد خصائص صناع المعرفة والتي يتميزون من خلالها عن بقية الافراد العاملين في المنظمة . فقد حدد (Mohanta *et al.*, 2006, 78) ثلاث خصائص هي :

١. يمتلكون فهماً وقيماً تضيف قيمة للعمل كانشطة التحليل وحل المشكلات وخلق القيمة واستخلاص النتائج، ولهم القدرة على تحويل العمل التجاري والخبرة الشخصية الى معرفة وتقييمها وتطبيقها وتوزيعها داخل المنظمة لاستخدامها في مواقف اخرى.
٢. يمتلكون عقلاً خلاقاً وقابلية ابداعية وغير محدود التفكير.
٣. استصناع المعرفة لإنتاج المزيد من المعرفة، اذ يعملون على ايجاد طرائق جديدة في تطبيق المعرفة، أي خلق معرفة جديدة اما (العزاوي وهاشم ، ٢٠١٥: ١٢٩) يرى ان صناع المعرفة يمتلكون اربع خصائص هي:
 ١. يفهموا جيداً في مجال عملهم ونشاطاته والمسؤوليات المناطة بهم .
 ٢. يمتلكون فهماً واضحاً للعمل المنوط بهم.
 ٣. يمتلكون الصلاحيات الكاملة للتصرف في نشاطاتهم.
 ٤. يتفهموا الافراد والموارد المتاحة والمعلومات المحتملة في مجال عملهم.

ثالثاً: ابعاد صناع المعرفة

تعددت ابعاد صناع المعرفة بتعدد الباحثين الذي كتبوا في هذا الموضوع لاهيمته ولتبيان الابعاد التي يتميز بها صناع المعرفة عن اقرانهم الاخرين، الا ان الابعاد التي تم تحديدها من قبل (Scholes, 2007: 12) تعتبر الاحداث والانسب مع عصر المعرفة للتعامل مع تقنيات وعمليات المعرفة التي يمارسها صناع المعرفة في المنظمات، وتتمثل هذه الابعاد بما يلي:

١. **المهارات التكنولوجية:** وهي " القابليات والمعارف التي تمكن صناع المعرفة من انجاز مهامهم بدقة عالية وسرعة في التنفيذ والتي تتعلق بتكنولوجيا المعلومات"، (Scholes, 2007: 27). وتعد " مجموعة المهارات المرتبطة باستخدام الحاسوب وبفاعلية مما يؤهل صناع المعرفة القدرة على الاستخدام الفعال للتكنولوجيا وتوظيفها التوظيف السليم"، (صالح وعبدالرحيم، ٢٠١٧: ٢٠٩). وهي ايضاً " القدرات والعلوم والمعرفة التقنية المطلوبة للتعامل مع الاجهزة والادوات والتطبيقات التفاعلية الحديثة في بيئة العمل الالكتروني"، (العقاب، ٢٠١٩: ٢٨).
٢. **القدرات التنظيمية:** يعد صناع المعرفة من الاشخاص الذين يمتلكون المهارات التنظيمية التي يستخدموها في تشخيص المشكلات واتخاذ القرارات، وهي مجموعة العمليات التنظيمية التي تمكن صناع المعرفة من فهم المتغيرات في بيئة العمل والاستجابة لها عن طريق تعديل مواردها وهيكلها التنظيمي والاجراءات والصلاحيات التي تؤثر على المهارات المعرفية وتكيف فعاليتها بما ينسجم مع تلك المتغيرات"، (Al-Hamiri, 2018: 22). ومن وجهة نظر اخرى فهي " مجموعة القدرات التي تمكن صناع المعرفة من دمج وتعديل واعادة وتكوين مواردها وطاقاتها بهدف مواكبة بيئتها وتعزيز امكانياتها في ادارة الموارد"، (داغر، ٢٠٢٠: ٣٠١).
٣. **القدرات الاجتماعية:** وهي " مجموعة الامكانات والمهارات الاجتماعية التي تجعل صانع المعرفة قادراً على بناء علاقات اجتماعية مميزة مع جماعته في العمل ومجتمعه الخارجي"، (عامر، ٢٠١٧: ٨٥). وهي " المهارات التي تعد من بين العناصر المهمة في التفاعل بين صانع المعرفة وبيئته وفهمه للآخرين ومشاركته في الأنشطة المختلفة وتطور سلوكه الاجتماعي يمكنه من السيطرة على انفعالاته والتعبير المناسب عنها الأمر الذي يؤثر بشكل واضح في شخصيته ككل، ومن هذه المهارات : التواصل الاجتماعي، التكيف الاجتماعي، التفاعل الاجتماعي، الدعم والمساندة الاجتماعية، المسؤولية الاجتماعية، الضبط الاجتماعي، الكفاءة الاجتماعية، القيادة الناجحة"، (ابو حماد، ٢٠٢٣: ١١٠).
٤. **الثقة المتميزة:** وهي " ثقة صانع المعرفة بنفسه وثقة منظّمته به ويأتي هذا التميز نتيجة المعارف والمهارات التي يكتسبها صانع المعرفة خلال مسيرته المهنية والتي تجعله منفرد ومتميز في انجاز بعض الاعمال مما يعزز ثقته بنفسه ومنظّمته"، (عامر، ٢٠١٧: ٨٥). فالتميز بالثقة يقصد بها التوقعات والمشاعر الايجابية التي يتحلى بها صناع المعرفة تجاه منظّمته وسلوكياتهم الادارية والمتمثلة بالتزامهم بالقيم والمعايير الاخلاقية الادارية والتي يدفعون بها الضرر بمصالحهم ومصلحة منظّمته، (الياسري واخرون، ٢٠١٨: ٦١).

المبحث الثاني : الصيرفة التنافسية المستدامة

تهديد

تعد الميزة التنافسية المستدامة معياراً واضحاً للمنظمات الناجحة في الاداء والربحية في اسواق الاعمال والسلاح الذي يواجهه به المنافسون من خلال تنمية معرفتها وقدراتها الجوهرية وتلبية رغبات ضيوفها المتغيرة لتتمكن من بقائها مستمرة في مركز المنافسة. وسنتطرق في هذا المبحث الى مفهوم الميزة التنافسية المستدامة واهميتها، وخصائصها وابعادها ، وكما يأتي:

اولاً: مفهوم واهمية الميزة التنافسية المستدامة: تعرف الميزة التنافسية المستدامة بأنها " استراتيجية خلق القيمة الفريدة للمنظمة والتي تحقق منافع طويلة لها من خلال التركيز على مواردها الداخلية والقدرات المتميزة والمبدعة التي تمتلكها المنظمة ولا تتوفر في منظمات المنافسين " (McIlory, 2010: 67). ويراه (الكمري، ٢٠١٨: ٢٨٦) بأنها " قدرة المنظمة عن التميز والتفرد عن المنظمات الاخرى من خلال استغلالها الامثل لقدرتها الداخلية واستثمارها للفرص وقلبها للتهديدات التي تواجهها في البيئة الخارجية الى فرص من اجل تقديم منتجات وخدمات ذات قيمة عالية لربائنها الحاليين والمستقبليين ليس بامكان المنافسين تقليدها ومنافسيها بالزمن المنظور ". وتعرف ايضاً بأنها القدرة الملموسة وغير الملموسة للمؤسسة وقدرتها على المشاركة في المنافسة في السوق لفترة طويلة "، (عيدان واخرون، ٢٠٢٠: ٢١٣). وهي " الجهود والابتكارات والتطورات التي تمارسها المنظمات من اجل الوصول الى مركز وموقف مميز تتفرد فيه عن غيرها من المنظمات والحفاظ على هذا المركز لمدى اطول وبتطور اكثر يواكب التغيرات والتطورات الحاصلة وما تحصل في المستقبل "، (الغرابوي واخرون، ٢٠٢١: ٣٦) اما اهمية الميزة التنافسية فتتمثل في كونها تؤدي الى تحقيق التفوق والافضلية على المنافسين، وتحقق قيمة عليا عن طريق ما تحصل المنظمة من قيمة مضافة من الضيف وما يتبعها من مهارة فريدة للموارد الجوهرية داخل المنظمة، (الدليمي، ٢٠٠٩: ٧٩). اما (Hill, 2009: 209) فقد بين ان اهمية الميزة التنافسية للمنظمات تتمثل في كونها تلعب دوراً مهماً في زيادة الحصة السوقية والمحافظة على العملاء الحاليين والمستقبليين من خلال تعزيز قدراتها الاساسية على الاستجابة لتحديات المنافسة في سوق العمل. في حين حدد (النعمي، ٢٠١٨: ٦٠) الاهمية بـ:

١. تقديم المنفعة التي يصعب على المنافسين تقليدها مما يجعل تلك المزايا مغروسة في مهارات وموارد لثقافة المنظمة.
٢. تعد معيار للمنظمات الناجحة التي تميزها من خلال امتلاكها لخصائص فريدة.
٣. تعتبر عاملاً مهماً واساسياً ومفتاحاً لنجاح منظمات الاعمال.
٤. تمثل مؤشر ايجابي لتوجه المنظمات لاكتساب موقع متميز في السوق من خلال الحصول على منفعة سوقية اكبر من المنافسين وزيادة حجم مبيعاتهم.

ثانياً: خصائص الميزة التنافسية المستدامة :

حدد (الدوري، ٢٠٠٩: ٢٠٥) خصائص الميزة التنافسية المستدامة في اطارها الشمولي بالاتي:

١. يتم تحديدها حسب حاجلة ورغبات الضيوف.
٢. توفر الفرص البيئية من خلال الانسجام المتميز بينها وبين موارد المنظمة.
٣. صعوبة التقليد وقوة وقيمة تلك الميزة ووصفها بالاستمرارية.
٤. مرونتها من خلال احلال ميزات تنافسية وفق التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية والتطور الذي يحصل في قدرات المنظمة والتعرف على الجديد في سوق العمل.

ومن الخصائص الاخرى للميزة التنافسية المستدامة فهي تتصف بـ :

١. النسبية فيما يتعلق بالمنافسين ومقارنتها بعصور مختلفة مما يبعد المنظمة عن فهم المزايا بصورة مطلقة يصعب تحقيقه.
٢. قابليتها للتجديد حسب متطلبات البيئة الخارجية وموارد البيئة الداخلية.

٣. تتناسب مع الاهداف والنتائج التي ترغب المنظمة في تحقيقها. (خير الدين، ٢٠١٩: ٢٦)

المبحث الثالث: التحليل الاحصائي للجانب العملي للدراسة.

يستثمر الباحثون المبحث الثالث لإعطاء تفسيراً لنتائج التحليل الاحصائي الذي يعكس نتائج اختبارات الصدق والثبات واختبار (F-Test) الخاص باختبار معنوية فرضية تأثير أبعاد صناع المعرفة في المتغير التابع المعبر عن ميزة تنافسية مستدامة، فيما يستفيد الباحثون من مقياس الوسط الحسابي الموزون لبيان مستوى اجابات العينة على فقرات الاستبانة ومقياس الانحراف المعياري لعرض مدى تجانس اجابات العينة المدروسة على فقرات الاستبانة ومقياس الأهمية النسبية لبيان شدة اجابات العينة على فقرات الاستبانة كما يعول الباحثون على تطبيق اختبار (One Sample T test) لمعرفة مدى ابتعاد قيمة الوسط الحسابي الموزون للمتغيرات عن الوسط الفرضي فيما يعتمد الباحثون على برنامج SPSS

(V29) وبرنامج (Amos V29) وبرنامج (Microsoft excel 2016) وسيضم المبحث الثالث أربعة محاور الأول يعرض المنهجية فيما يستعرض الثاني معطيات اختبارات الصدق والثبات والثالث يعرض التحليل الوصفي لمستوى اجابات العينة على فقرات الاستبانة والرابع يوثق نتائج الاختبار الاحصائية.

أولاً : منهجية البحث : التعريفات الادرائية :

- **صناع المعرفة :** هي مجموعة من الافراد العاملين في المنظمة السياحية والفندقية والذين يمتلكون الكفاءات والمهارات التكنولوجية والتنظيمية والاجتماعية والثقة المتميزة التي تعتبر مصدراً للابداع والابتكار تمكنهم من انتاج خدمات جديدة ومميزة ذات قيمة مضافة للمنظمة.
- **الميزة التنافسية المستدامة :** هي جهود المنظمة الفندقية التي تمارسها من اجل الحصول على مركز تنافسي وموقف مميز تتفرد به عن غيرها من المنظمات الفندقية الاخرى من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية وابداع وتكنولوجيا متطورة بالاضافة الى المحافظة على هذا المركز لمدة اطول مع تطوره ومواكبته للتغيرات البيئية المستقبلية.

١. مشكلة البحث : من الممكن تلخيص ابعاد المشكلة بالأسئلة الآتية:

- ما مدى اهتمام ادارات فنادق الدرجة الاولى في محافظة كربلاء المقدسة بتبني ابعاد صناع المعرفة في بناء ميزة تنافسية مستدامة من عدمه
- ما مستوى ادراك الادارات الفندقية الى ضرورة تطوير الاستراتيجيات المتبعة من اجل تطوير ابعاد صناع المعرفة في مختلف جوانب العملية الادارية ؟

- ما هو مدى تأثير ابعاد صناع المعرفة واهميتها في النهوض بواقع التنمية السياحية وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة لدى الفنادق عينة البحث ؟
- **اهمية البحث :** تتجسد الاهمية في :

- توفير معلومات عن ابعاد صناع المعرفة الآليات والتي تسهم باثراء مفاهيم جديدة للقيادات الادارية في الفنادق.
- تكوين رؤية واضحة حول ابعاد صناع المعرفة والتي تخدم الادارات الفندقية ومتخذي القرار في بناء ميزة تنافسية مستدامة في السوق السياحي والفندقي.
- تعتبر حافز ونقطة انطلاق نحو دراسات مستقبلية تخدم نفس المجال من خلال توفير المعلومات.
- **هدف البحث :**

- ابراز اهم ابعاد صناع المعرفة في المنظمة السياحية والفندقية، وبما يخدم النهوض في القطاع السياحي في العراق .
- محاولة رصد مدى اهمية ابعاد صناع المعرفة لغرض النهوض في السياحة في العراق وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة بالاعتماد على الجودة والابداع والتكنولوجيا والمقدرة الجوهرية والولاء .
- تبين مدى اهتمام الادارات الفندقية في مدينة كربلاء المقدسة بتطوير ابعاد صناع المعرفة كالمهارات التكنولوجية والقدرات التنظيمية والقدرات الاجتماعية والثقة المتميزة ودورها في النهوض بالقطاع السياحي.

فرضية البحث : يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لأبعاد صناع المعرفة في الميزة التنافسية المستدامة.

٤. عينة البحث :

اشتملت عينة البحث التي تم اختيارها من القيادات الادارية في عينة من فنادق الدرجة الاولى في محافظة كربلاء المقدسة.

- **اساليب جمع البيانات :** صممت الاستبانة حسب هدف البحث وفرضيته، من خلال الاعتماد على الادبيات النظرية ذات العلاقة بموضوع البحث، كما كانت هناك مقابلات شخصية مع بعض افراد عينة البحث.

- **الاساليب الاحصائية :** لقد تم اتباع عدد من الاساليب الاحصائية المناسبة لطبيعة البيانات وتم احتساب النتائج واستخراجها ومعالجتها بالحاسب الآلي برنامج (SPSS V29) وبرنامج (Amos V29) وبرنامج (Microsoft excel 2016).

المحور الثاني: اختبارات الصدق والثبات لأداة القياس

أولاً: اختبار الصدق التمييزي لمتغيرات الدراسة:

يهدف الباحثون من تطبيق اختبار الصدق التمييزي على فقرات الاستبانة هو برهنة صدق تمثيل الاستبانة لموضوع الدراسة (تأثير أبعاد صناعة المعرفة في بناء ميزة تنافسية مستدامة) خير تمثيل. إذ توثق النتائج المعروضة في الجدول (١) تحقق شرط الصدق في فقرات استبانة الدراسة.

تفسير الباحثون	TEST-T			متغيرات
	نتيجة الاختبار	القيمة الاحتمالية	قيمة T المحتسبة	
تحقق شرط الصدق التميزي في فقرات المتغير المستقل	معنوية	٠,٠٠	١٠,٠٥٨	أبعاد صناع المعرفة
تحقق شرط الصدق التميزي في فقرات المتغير التابع	معنوية	٠,٠٠	٢١,٨٤٩	ميزة تنافسية مستدامة
تحقق شرط الصدق التميزي في فقرات استبانة الدراسة	معنوية	٠,٠٠	٣٤,٦٤١	مجمّل فقرات الاستبانة

المصدر: اعداد الباحثان على وفق نتائج تطبيق اختبار الثبات ونتائج SPSS V29.

ثانياً: اختبار الثبات للاستبانة يستفيد الباحثون من معامل ثبات (Cronbach's Alpha) في برهنة موثوقية البيانات المتحصلة من اجابات عينة الدراسة ولاسيما ان معطيات الجدول (٢) وثقت تخطي فقرات الاستبانة لاختبار الثبات بنجاح، إذ ان قيمة معامل الثبات لمجمّل فقرات الاستبانة سجلت (٠.٨٦٦) ومجمّل أبعاد صناع المعرفة سجلت (٠.٧٧٣) ولمجمّل فقرات الميزة التنافسية المستدامة شكلت (٠.٨٣٥). الجدول (٢) نتائج اختبار الثبات (Cronbach's Alpha)

الرمز	المتغيرات والأبعاد	قيمة معامل الثبات	مستوى الثبات	تفسير النتائج
X	أبعاد صناع المعرفة	٠,٧٧٣	مرتفع	فقرات المتغير المستقل تجتاز اختبار الثبات بنجاح
Y	ميزة تنافسية مستدامة	٠,٨٣٥	مرتفع	فقرات المتغير التابع تجتاز اختبار الثبات بنجاح
	اجمالي فقرات الاستبانة	٠,٨٦٦	مرتفع	فقرات الاستبانة تجتاز اختبار الثبات بنجاح

المصدر: اعداد الباحثان على وفق نتائج تطبيق اختبار الثبات ونتائج SPSS V29.

المحور الثاني: التحليل الوصفي لمستوى اجابات العينة على متغيرات الدراسة.

أ- التحليل الوصفي لأبعاد صناعة المعرفة. توثق معطيات التحليل الوصفي المعروض في الجدول (٣) وعلى وفق نتائج (SPSS V29) ان اتجاه اجابة افراد العينة على مجمل فقرات أبعاد صناع المعرفة كانت نحو الاتفاق ولاسيما ان نتيجة اختبار { One-Sample Test (Test } Value = 3) كانت معنوية إذ بلغت قيمة T المحتسبة (٤.٤٣٨) وتحمل اشارة موجبة بما يؤكد ابتعاد قيمة الوسط الحسابي للمتغير المستقل بشكل واضح عن الوسط الفرضي وباتجاه الاتفاق وبشدة اجابة بلغت (٦٨.٢٢٪) بما يوثق اتفاق أكثر من ثلثي أفراد العينة على اهمية أبعاد صناعة المعرفة بوسط حسابي بلغت قيمته (٣.٤١١١) وانحراف معياري بلغ (٠.٦٢١٤) بما يؤشر مدى تجانس اجابات العينة بخصوص أبعاد صناع المعرفة. كما تحقق نتائج التحليل الوصفي أن مستويات أهمية أبعاد صناع المعرفة قد توزعت بين أعلى مستوى اجابه حققته البُعد المتعلق بمتابعة العاملين التطورات التكنولوجية المتعلقة بعملهم من بين جميع أبعاد صناع المعرفة بشدة اجابة شكلت (٧٧.٧٨٪) ليؤكد ذلك اتفاق أكثر من ثلاثة أرباع افراد عينة البحث على أن العاملين في فنادق الدرجة الأولى في مدينة كربلاء المقدسة مهتمين بمتابعة التطورات التكنولوجية المتعلقة بعملهم بهدف تطوير صناعة المعرفة. وكما موضح في نتائج شدة الاجابة الموثقة في الشكل (١). فيما توثق مخرجات التحليل الوصفي البُعد المستقل المتعلقة بقيام الادارة بتطوير المهارات التنظيمية للأفراد عن طريق الدعم المستمر سجل ادنى مستوى بين جميع أبعاد صناع المعرفة بشدة اجابة بلغت (٢٩.٣٣٪) ليؤكد ذلك عدم اتفاق أكثر من ثلثي افراد عينة البحث على ان الادارات فنادق الدرجة الأولى في مدينة كربلاء المقدسة لا تولي الدعم المستمر للأفراد بغية تطوير مهاراتهم التنظيمية الجدول (٣) مستوى اجابات العينة على أبعاد صناع المعرفة

المصدر: اعداد الباحثان على وفق مستويات اجابات عينة الدراسة وبرنامج SPSS V29

One-Sample Test (Value = 3)			النسبية %	ت معياري	الحسابي الموزون	المتغير المستقل وأبعاده
التفسير	القيمة الاحتمالية	قيمة T الم				
الوسط الحسابي الأبعاد المستند نحو الاتفاق مع منطقة الحياد البعد الرابع الاجابات تتجه الاتفاق	0	4.356	77.78	1.3689	3.8889	يتابع العاملون التطورات التكنولوجية بعملهم.
	0.003	3.123	72.44	1.3364	3.6222	يشارك العاملون في دورات تدريبية عن تكنولوجيا المعلومات.
	0	5.249	76.44	1.0507	3.8222	يستخدم العاملون قدراتهم التنظيمية لمشاكل العمل.
	0	-8.722	29.33	1.1794	1.4667	تقوم الادارة بتطوير المهارات التنظيمية عن طريق الدعم المستمر.
	0.004	3.051	72.89	1.4167	3.6444	تساهم المهارات الاجتماعية على تحسن المعرفة للعاملين.
	0.002	3.23	75.11	1.5690	3.7556	تعمل المهارات الاجتماعية للعاملين لتحقيق استثمار افضل لخبراتهم المعرفة
	0	4.081	72	0.9863	3.6	تزداد الثقة بالعاملين عندما يتابعون الدقة بالعمل
	0.001	3.387	69.78	0.9688	3.4889	يتبادل العاملون الادوار الوظيفية للثقة بينهم.
	0	4.438	68.22	0.6214	3.4111	أبعاد صناع المعرفة



الشكل (١) توزيع شدة اجابات عينة الدراسة على أبعاد صناع المعرفة

ب- التحليل الوصفي للميزة التنافسية المستدامة. توثق معطيات التحليل الوصفي المعروض في الجدول (٤) وعلى وفق نتائج (SPSS V29) ان اتجاه اجابة افراد العينة على مجمل فقرات الميزة التنافسية المستدامة كانت نحو الاتفاق، إذ ان نتيجة اختبار { One-Sample Test }

(Test Value = 3) كانت معنوية إذ بلغت قيمة T المحتسبة (٨.٥٠٨) وبإشارة موجبة بما يؤكد ابتعاد قيمة الوسط الحسابي للمتغير التابع عن الوسط الفرضي وباتجاه الاتفاق وبشدة اجابة بلغت (٧٥.٨٨٪) بما يوثق اتفاق أكثر من ثلاثة ارباع أفراد العينة على اهمية الفقرات المخصصة للميزة التنافسية المستدامة بوسط حسابي بلغ (٣.٧٩٠١) وانحراف معياري بلغ (١.٢٦٩٥) بما يؤشر مدى تجانس اجابات العينة بخصوص الميزة التنافسية المستدامة. فيما تؤكد نتائج التحليل الوصفي أن مستويات أهمية الفقرات ضمن الميزة التنافسية المستدامة قد توزعت بين أعلى مستوى اجابه حققته الفقرة التي تنص على (الفندق يوفر خدمة الحجز الالكتروني او اي طلب الالكتروني) من بين جميع فقرات المتغير التابع بشدة اجابة شكلت (٧٩.١١٢٪) ليؤكد ذلك اتفاق أكثر من ثلاثة أرباع افراد عينة البحث على أن الادارة في الفنادق توفر خدمة الحجز الالكتروني وتستجيب لجميع الطلبات الالكترونية. وكما موضح في معطيات شدة الاجابة المعروضة في الشكل (٢). فيما توثق مخرجات التحليل الوصفي على أن العينة متفقة بنسبة (٧١.١١٢ %) على ان فنادق الدرجة الأولى في مدينة كربلاء المقدسة حريصة على التواصل المستمر بهدف التعرف على مدى جودة الخدمات المقدمة من قبل العاملين فيها.الجدول (٤) مستوى اجابات العينة على أبعاد المتغير التابع

المصدر: اعداد الباحثون على وفق مستويات اجابات عينة الدراسة و SPSS V29

One-Sample Test (Value = 3)			الأهمية النسبية %	انحراف معياري	الوسط الحسابي الموزون	المتغير التابع
التفسير	القيمة الاحتمالية	قيمة T المحتمسبة				
الوسط الحسابي لجميع الفقرات يتجه نحو الاتفاق مبتعدة عن منطقة الحياد	0.001	3.681	71.11	1.0126	3.5556	يحرص الفندق على التواصل المستمر للتعرف على مدى جودة الخدمات المقدمة.
	0.002	3.218	74.67	1.5285	3.7333	يهتم الفندق بالتنقيف المستمر للعاملين لإكسابهم المعلومات الضرورية لعملهم.
	0.003	3.127	73.33	1.4302	3.6667	احداث تعديلات مستمرة ومتميزة في اسلوب تقديم الخدمة لتتوافق مع حاجات الضيوف المتغيرة .
	0	4.494	76.89	1.2605	3.8444	يمتلك الفندق على عاملين ذوي خبرة في استخدام التكنولوجيا وتطوير الموقع الالكتروني.
	0	4.776	76.89	1.1862	3.8444	تخصيص جزء من ميزانية الفندق لتدريب وتطوير العاملين على استخدام التقنيات التكنولوجية في الاعمال السياحية الالكترونية.
	0.001	3.613	75.56	1.4443	3.7778	يتعامل الفندق بشفافية لإدامة الثقة بين العاملين والضيوف عن طريق قنوات الاتصال المختلفة.
	0	4.776	76.89	1.1862	3.8444	يمنح للضيوف الدائمين مزايا اضافية تميزهم عن باقي الضيوف.
	0	5.319	79.11	1.2052	3.9556	يوفر الفندق خدمة الحجز الالكتروني او اي طلب الالكتروني.
	0	5.087	77.78	1.1721	3.8889	تعزيز رضا الضيف وولائه من خلال ادارة العلاقة معه وجعله وسيلة ترويجية فعالة امام الضيوف المرتقبين.
	0	8.508	75.80	1.2695	3.7901	ميزة تنافسية مستدامة



الشكل (٢) توزيع شدة اجابات العينة على الميزة التنافسية المستدامة

المحور الثالث: الاختبارات الاحصائية

اولاً: اختبار التوزيع الطبيعي (Normality of Tests) امتلاك البيانات لصفة الاعتدالية يُعد من أهم الشروط الواجب توافرها في البيانات المتحصلة من اجابات العينة المدروسة للمساعدة في اختبار الاساليب الاحصائية المناسبة لتحليل الجانب العملي ن البحث، وبرهنة ذلك عن طريق تطبيق اختبار (Tests of Normality Shapiro–Wilk) الأكثر شيوعاً ودقة في بيان اعتدالية البيانات عندما حجم العينة المدروسة أقل من خمسين، إذ يستدل من النتائج في الجدول (٥) ان بيانات كل من أبعاد صناع المعرفة والميزة التنافسية المستدامة تتبع التوزيع الطبيعي وتحمل صفة الاعتدالية ، وبالتالي امكانية تطبيق الباحثان لجميع المقاييس الاحصائية المعلمية (parametric) على بيانات الدراسة الجدول (٥) نتائج اختبار (Tests of Normality Shapiro–Wilk)

المتغيرات	قيمة احصاء الاختبار	القيمة الاحتمالية SIG.	تعليق الباحثون
أبعاد صناع المعرفة	0.973	0.365	أبعاد صناع المعرفة تتبع التوزيع الطبيعي وتمتلك صفة الاعتدالية
ميزة تنافسية مستدامة	0.904	0.789	الميزة التنافسية المستدامة تتبع التوزيع الطبيعي وتمتلك صفة الاعتدالية
يكون توزيع البيانات طبيعي عندما تكون القيمة الاحتمالية أكبر من مستوى المعنوية المستعمل في الدراسة والبالغ (٠,٠٥)			

المصدر: اعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الاحصائي لبرنامج SPSS V29

ثانياً: اختبار فرضية الدراسة: يُعول الباحثون على (F – TEST) لاختبار فرضية تأثير أبعاد صناع المعرفة في المتغير التابع المتمثل بالميزة التنافسية المستدامة، إذ ستكون نتيجة الاختبار معنوية عندما (p value < = ٠.٠٥) وعلى قيمة معامل التحديد لبيان نسبة تفسير أبعاد صناع المعرفة للمتغيرات التي تحصل في الميزة التنافسية المستدامة عند فنادق الدرجة الأولى في مدينة كربلاء المقدسة. وسيختبر الباحثون هنا الفرضية التي مفادها (يوجد تأثير معنوية ذو دلالة احصائية لأبعاد صناع المعرفة في الميزة التنافسية المستدامة). إذ تشير معطيات تطبيق الاختبار المعروضة في الجدول (٦) قبول الفرضية الرئيسية إذ بلغت قيمة F المحتسبة (94.30) وهي معنوية، لان (p value < = ٠.٠٥) ، بينما سجلت قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين (٠.٨٢٩) بما يؤكد وجود ارتباط طردي قوي بين أبعاد صناع المعرفة والمتغير التابع المتمثل بالميزة التنافسية المستدامة، فيما سجلت قيمة معامل التحديد (٦٨.٧٠ %) بما يؤكد ان التغيرات التي تطرأ في الميزة التنافسية لفنادق الدرجة الأولى في مدينة كربلاء المقدسة كانت بما يقارب (٦٩ %) كانت بسبب التغيرات التي تحصل في أبعاد صناع المعرفة وذلك على وفق اراء عينة الدراسة.

الجدول (٦) نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

F – TEST	التفسير				
----------	---------	--	--	--	--

المتغير المؤثر	المتغير المؤثر	معامل التحديد %	معامل الارتباط بين متغيرين	قيمة F المحتسبة	القيمة الاحتمالية	نتيجة الاختبار
أبعاد صناع المعرفة	الميزة التنافسية المستدامة	٦٨,٧٠	٠,٨٢٩	ارتباط قوي بين المتغيرين	٩٤,٣٠	٠,٠٠
قبول الفرضية الرئيسية						

المصدر: اعداد الباحثان على وفق نتائج اختبار الفرضيات بواسطة برنامج SPSS V29 أما لتعيين أبعاد صناع المعرفة المستقلة الأكثر تأثيراً في الميزة التنافسية المستدامة من بين جميع أبعاد المتغير المستقل، إذ اظهرت نتائج تطبيق أسلوب تحليل الانحدار الخطي المتعدد المتسلسل (Stepwise Multiple Regression Analysis) ان البُعد المتعلق بمتابعة العاملين التطورات التكنولوجية الخاصة بعملهم كان الأكثر تأثيراً في بناء الميزة التنافسية المستدامة في فنادق الدرجة الأولى في مدينة كربلاء المقدسة يليه بالمرتبة الثانية البُعد المتعلق باستخدام العاملين قدراتهم التنظيمية في مواجهة مشاكل العمل الانية من حيث التأثير في بناء الميزة التنافسية المستدامة، يليهم بالمرتبة الثالثة البُعد المتعلق بالمهارات الاجتماعية للعاملين التي تعمل على تحقيق استثمار افضل لخبراتهم وطاقاتهم المعرفية، بينما جاء بالمرتبة الرابعة البُعد المتضمن مساهمة المهارات الاجتماعية في تحسين القدرة المعرفية للعاملين.

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات أولاً: الاستنتاجات.

١. أبعاد صناع المعرفة تلعب دوراً كبيراً ومؤثراً في بناء الميزة التنافسية المستدامة في فنادق الدرجة الأولى في مدينة كربلاء المقدسة.
٢. متابعة العاملين التطورات التكنولوجية الخاصة بعملهم تلعب دوراً مؤثراً وكبيراً في بناء الميزة التنافسية المستدامة في فنادق الدرجة الأولى في مدينة كربلاء المقدسة.
٣. توظيف العاملين لقدراتهم التنظيمية في مواجهة مشاكل العمل والمهارات الاجتماعية التي تعمل على تحقيق استثمار افضل لخبراتهم وطاقاتهم المعرفية ومساهمتها في تحسين القدرة المعرفية للعاملين تلعب دوراً مؤثراً في بناء الميزة التنافسية المستدامة في الفنادق عينة البحث.
٤. اظهرت معطيات تحليل اجابات عينة البحث وجود ضعف ملحوظ في اشارك العمالي في دورات تدريبية في مجال تكنولوجيا المعلومات.
٥. وجود ضعف كبير في قيام الادارات في الفنادق بوضع خارطة طريق للدعم المستمر والمتعلق بتطوير المهارات التنظيمية للعاملين.

ثانياً: التوصيات.

١. ضرورة تعزيز دور صناع المعرفة في خطط الادارات في فنادق الدرجة الأولى في مدينة كربلاء المقدسة وصولاً إلى بناء ميزة تنافسية مستدامة عن طريق توظيف كافة الامكانيات المتعلقة بأبعاد صناع المعرفة.
٢. ضرورة حث العاملين وتشجيعهم مادياً ومعنوياً لمواكبة التطورات التكنولوجية الخاصة بعملهم لما لها من دور فعال في تحقيق بناء الميزة التنافسية المستدامة في فنادق الدرجة الأولى في مدينة كربلاء المقدسة.
٣. تشجيع العاملين باستمرار على ضرورة الاستفادة القصوى من قدراتهم التنظيمية في وضع حلول سريعة وناجعة لمشاكل العمل مع تسخير أمثل للمهارات الاجتماعية التي تعمل على تحقيق استثمار افضل لخبرات العاملين وطاقاتهم المعرفية لتساهم بشكل فعال في تحسين القدرة المعرفية للعاملين وصولاً إلى بناء ميزة تنافسية مستدامة لفنادق الدرجة الأولى في مدينة كربلاء المقدسة.
٤. ضرورة زج العاملين في دورات تدريبية في مجال تكنولوجيا المعلومات داخل العراق لرفع كفاءتهم العلمية وزج العاملين في دورات خارجية لمواكبة احدث التطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات.
٥. ضرورة وضع خطط في ميزانيات الفنادق تخص الدعم المستمر للمهارات التنظيمية لجميع العاملين.

المصادر

أولاً: المصادر العربية

١. ابو حماد، ناصر الدين ابراهيم، المهارات الحياتية - الشخصية - الاجتماعية - المعرفية، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن، ٢٠٢٣.

٢. جميل، شفان عبدالرحمن، انماط التحالفات الاستراتيجية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة- دراسة استطلاعية لآراء عينة من المديرين في عدد من الشركات ومكاتب السفر والسياحة في مدينة دهوك، مجلة جامعة دهوك، المجلد (٢٤)، العدد الثاني، العراق، ٢٠٢١.
٣. الحاكم، علي عبدالله ومجذاب، علي كزار، الدور المعدل لتحديات البيئة المعاصرة للعلاقة بين التفكير الاستراتيجي والميزة التنافسية المستدامة، مجلة الادارة والاقتصاد، المجلد الاول، الاصدار (١٢٠)، ٢٠١٩.
٤. خير الدين، عطالله، دور المسؤولية الاجتماعية في بناء الميزة التنافسية المستدامة- دراسة ميدانية بمستشفى سليمان عميرات المسيلة، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف الجزائر، ٢٠١٩.
٥. داغر، حلا فازع، مدى اسهام القدرات التنظيمية في ادارة المواهب البشرية- دراسة لآراء عينة من القيادات الادارية في رئاسة جامعة الموصل، مجلة العلوم الادارية والاقتصادية، العدد (٢٦)، ٢٠٢٠.
٦. الدرويش، مصطفى محمد، الممارسات الافضل ودورها في تعزيز الميزة التنافسية، اطروحة دكتوراه، جامعة حلب، سوريا، ٢٠١٣.
٧. الدليمي، عراك عبود عمير، تأثير مقدرات الإبداع الاستراتيجي ورأس المال الاجتماعي في بناء الميزة التنافسية المستدامة- دراسة تحليلية في عينة من المصارف العراقية الخاصة، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، العراق، ٢٠٠٩.
٨. الدوري، زكريا مطلق، الفكر الاستراتيجي وانعكاسه على نجاح منظمات الاعمال، قراءات وبحوث، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠٠٩.
٩. الساعاتي، عفاف حسن هادي، نظام الايصاء الواسع وافاق تطبيقه في الصناعة العرقية، اطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الادارة والاقتصاد، ٢٠٠٦.
١٠. الشمري، احمد عبدالله والحساوي، صالح مهدي والشمري، سمر عبد الله، دور خصائص صناع المعرفة في تحقيق الاداء العالي للمنظمات- دراسة استطلاعية لآراء عينة من قيادات كليات الادارة والاقتصاد/ الفرات الاوسط، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، مجلد (١٨)، العدد (٢)، العراق، ٢٠١٦.
١١. صالح، شبيب جمال وعبدالرحيم، طارق نورالدين، سمات الشخصية والذكاءات المتعددة والكفاءة التكنولوجية، مجلة كلية التربية، جامعة اسوان، العدد (٣٢)، مصر، ٢٠١٧.
١٢. صالح، ماجد حمد، عناصر التحسين المستمر ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، مجلد (١٣)، الاصدار (٣٨)، ٢٠١٧.
١٣. عامر، علي حمد، اثر ابعاد صناع المعرفة في ترشيد القرارات الادارية- دراسة استطلاعية في جامعة تكريت، مجلة الدراسات العليا، جامعة النيلين، مجلد (٧)، العدد (٢٧)، ٢٠١٧.
١٤. العاني، اريج سعد خليل، تقييم ثقافة المنظمة ونجاح ادارة المعرفة في تطوير الميزة التنافسية المستدامة- دراسة تطبيقية في شركات الاتصال الخليوي العاملة في العراق، اطروحة دكتوراه، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق، ٢٠٠٨.
١٥. العقاب، عبدالله، المهارات التكنولوجية اللازمة لبيئة التعليم الالكتروني ومتطلبات تحقيقها من وجهة نظر اعضاء هيئة التدريس في جامعة الامام محمد بن سعود، مجلة العلوم التربوية، العدد (٢٠)، ٢٠١٩.
١٦. العزاوي، شفاء محمد علي وهاشم، ولدان، تأثير صناع المعرفة في التفوق المنظمي، مجلة العلوم الادارية والاقتصادية، مجلد (٢١)، العدد (٨٤)، الجامعة المستنصرية، العراق، ٢٠١٥.
١٧. عيدان، احمد كاظم وياسين، علي طه ومنصور، آمنة محمد، امكانية تطبيق نظام المحاسبة الرشيقة واثرها على بناء ميزة تنافسية مستدامة- دراسة ميدانية في شركة سمنت الجنوب، المجلة العراقية للعلوم الادارية، المجلد (١٦)، العدد (٦٤)، ٢٠٢٠.
١٨. الغرابوي، حازم عبد عزيز وآخرون، اعتماد سلسلة القيمة الخضراء لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة- دراسة استطلاعية لآراء عينة من شركة اور العامة للصناعات الهندسية في ذي قار، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المؤتمر العلمي الدولي الثاني، ٢٠٢١.
١٩. الكمري، نوفل عبدالرضا، اعادة هندسة العمليات الادارية للموارد البشرية وتأثيرها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمنظمات الفندقية، مجلة الادارة والاقتصاد، الاصدار (١١٥)، ٢٠١٨.

٢٠. النعيمي، حارث حسين علي، تأثير تجربة الزبون في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، مجلد (١٤)، الاصدار الاول، ٢٠١٨.

٢١. الياسري، اكرم محسن والحسناوي، صالح مهدي والشمري، احمد عبدالله، صناع المعرفة ثروة المستقبل، الاصدار الاول، الرضوان للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٨.

ثانياً: المصادر الأجنبية

22. Al-Hamiri, Bashar Abbas, & Khalil, Muhammad Jasim, The relationship of social capital with dynamic capabilities and their impact on the leadership of the organization: an exploratory study of the views of a sample of workers at the University of Babel, Journal of Administrative and Financial Economic Studies , College of Administration and Economics, , Vol. (10), No.(3), 2018.
23. Gupta, Aityan, Challenge of Employee loyalty corporate America, Business and economic journal, 2011.
24. Hill, T, " Operation management strategic context and management analysis ", London Macmillan press Ltd, London, 2009.
25. Klett. F & Wang.M, Knowledge Management & E- Learning, International Journal, Vol (5), No(1, 2013.
26. Margaryan. A, Milligan. C & Littlejohn. A, Validation of Davenport's classification structure of knowledge-intensive processes, journal of knowledge management, Vol (15), No (4), 2011.
27. Michael E. Porter, Competitive Strategy: Techaiques For Analyzing Industries And Competitions, Simon And Schuster, 2008.
28. Mohanta, G.C. & Thooyamani, K.P, Kannan, V. Kannan., (2006), "Strategies For Improving Productivity Of Knowledge Workers – An Overview", Strength Based Strategies, Vol. 80, No. 3, 2006.
29. Nelson, Klara & McCann, Joseph E., "Designing for knowledge worker retention & organization performance", Journal of Management and Marketing Research, 2009.
30. Qureshi, Muhammad , Determinants and Outcomes of marketing capabilities in new technology based firms in Berlin, Germany, An Empirical study, Thesis of Doctor, Berlin, 2010.
31. Scholes.C, Fundamentals Dimensions of knowledge workers: The concepts, Types and Role, Knowledge-Based systems, 2007.
32. Shih, Cheng, Comparisons of competing wedels between Attitudinal loyalty and behavioral loyalty, Information journal of business and social, 2011.
33. Summers, Donna. C.S., "Quality ", 5th Edition, Pearson Education Inc, New Jersey, United States of America, 2010.

المصادر باللغة الانكليزية :

1. Abu Hammad, Nasser Al-Din Ibrahim, Life Skills - Personal - Social - Cognitive, Second Edition, Dar Al-Masirah for Publishing, Distribution and Printing, Amman, Jordan, 2023.
2. Jamil, Shafan Abdul Rahman, Patterns of Strategic Alliances and Their Role in Achieving Sustainable Competitive Advantage - A Survey Study of the Opinions of a Sample of Managers in a Number of Companies and Travel and Tourism Offices in Duhok City, Duhok University Journal, Volume (24), Issue Two, Iraq, 2021.
3. Al-Hakim, Ali Abdullah and Mujtab, Ali Kazar, The Moderating Role of Contemporary Environmental Challenges in the Relationship between Strategic Thinking and Sustainable Competitive Advantage, Journal of Management and Economics, Volume 1, Issue (120), 2019.
4. Khair El-Din, Atallah, The Role of Social Responsibility in Building Sustainable Competitive Advantage - A Field Study at Suleiman Amirat Hospital, M'Sila, Master's Thesis, University of Mohamed Boudiaf, Algeria, 2019.
5. Dagher, Hala Fazaa, The Extent of the Contribution of Organizational Capabilities to Human Talent Management - A Study of the Opinions of a Sample of Administrative Leaders at the University of Mosul Presidency, Journal of Administrative and Economic Sciences, Issue (26), 2020.
6. Al-Darwish, Mustafa Muhammad, Best Practices and Their Role in Enhancing Competitive Advantage, PhD Thesis, University of Aleppo, Syria, 2013.
7. Al-Dulaimi, Arak Abboud Amir, The Impact of Strategic Creativity Capabilities and Social Capital on Building Sustainable Competitive Advantage - An Analytical Study of a Sample of Iraqi Private Banks, Master's Thesis, University of Baghdad, Iraq, 2009.
8. Al-Douri, Zakaria Mutlaq, Strategic Thinking and Its Impact on the Success of Business Organizations, Readings and Research, Al-Yazouri Publishing and Distribution House, Amman, Jordan, 2009.

9. Al-Saati, Afif Hassan Hadi, The Wide Recommendation System and Prospects for its Application in the Iraqi Industry, PhD Thesis, University of Baghdad, College of Administration and Economics, 2006.
10. Al-Shammari, Ahmed Abdullah, Al-Hasnawi, Saleh Mahdi, and Al-Shammari, Sarmed Abdullah, The Role of Knowledge Creators' Characteristics in Achieving High Organizational Performance - A Survey Study of the Opinions of a Sample of Leaderships in the Colleges of Administration and Economics/Middle Euphrates, Al-Qadisiyah Journal of Administrative and Economic Sciences, Volume (18), Issue (2), Iraq, 2016.
11. Saleh, Shoaib Jamal and Abdel Rahim, Tariq Nour El-Din, Personality Traits, Multiple Intelligences, and Technological Competence, Journal of the Faculty of Education, Aswan University, Issue (32), Egypt, 2017.
12. Saleh, Majed Hamad, Elements of Continuous Improvement and Their Role in Achieving Sustainable Competitive Advantage, Tikrit Journal of Administrative and Economic Sciences, Volume (13), Issue (38), 2017.
13. Amer, Ali Hamad, The Impact of Knowledge Creators' Dimensions on Rationalizing Administrative Decisions - A Survey Study at Tikrit University, Journal of Graduate Studies, University of Nilein, Majad (7), Issue (27), 2017.
14. Al-Ani, Arej Saad Khalil, Evaluating Organizational Culture and the Success of Knowledge Management in Developing Sustainable Competitive Advantage - An Applied Study in Mobile Communications Companies Operating in Iraq, PhD Thesis, College of Administration and Economics, University of Baghdad, Iraq, 2008.
15. Al-Aqab, Abdullah, The technological skills necessary for an e-learning environment and the requirements for achieving them from the perspective of faculty members at Imam Muhammad ibn Saud University, Journal of Educational Sciences, Issue (20), 2019.
16. Al-Azzawi, Shafa Muhammad Ali and Hashim, Waldan, The impact of knowledge makers on organizational excellence, Journal of Administrative and Economic Sciences, Volume (21), Issue (84), Al-Mustansiriya University, Iraq, 2015.
17. Eidan, Ahmed Kazem, Yassin, Ali Taha and Mansour, Amna Muhammad, The possibility of applying the lean accounting system and its impact on building a sustainable competitive advantage - a field study in the Southern Cement Company, Iraqi Journal of Administrative Sciences, Volume (16), Issue (64), 2020.
18. Al-Gharbawi, Hazem Abdul Aziz and others, Adopting the Green Value Chain to Achieve Sustainable Competitive Advantage - A Survey Study of the Opinions of a Sample of Ur General Company for Engineering Industries in Dhi Qar, Journal of Accounting and Financial Studies, Second International Scientific Conference, 2021.
19. Al-Kamri, Nawfal Abdul-Ridha, Re-engineering Human Resources Administrative Processes and Its Impact on Achieving Sustainable Competitive Advantage for Hotel Organizations, Journal of Administration and Economics, Issue (115), 2018.
20. Al-Naimi, Harith Hussein Ali, The Impact of Customer Experience on Achieving Sustainable Competitive Advantage, Tikrit Journal of Administrative and Economic Sciences, Volume (14), First Issue, 2018.
21. Al-Yasiri, Akram Mohsen, Al-Hasnawi, Saleh Mahdi, and Al-Shammari, Ahmed Abdullah, Knowledge Makers, Future Wealth, First Edition, Al-Radwan Publishing and Distribution, Amman, 2018.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الجامعة المستنصرية كلية العلوم السياحية قسم الدراسات الفندقية

م/ إستبانة الأستاذ الفاضل المحترم .. الأستاذة الفاضلة المحترمة السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

نضع بين أيديكم الكريمة إستبانة البحث الموسوم ((تأثير ابعاد صناع المعرفة في بناء ميزة تنافسية مستدامة)) ، والذي يمثل دراسة استطلاعية لعينة من فنادق الدرجة الاولى في مدينة كربلاء المقدسة، ونظراً لما تتمتعون به من خبرات علمية ومهنية بمجال عملكم، شاكرين تعاونكم معنا في الإجابة على فقرات الإستبانة بوضع (✓) أمام الخيار الذي ترونه مناسباً للسئلة المطروحة والذي سيرفد هذا البحث للوصول الى نتائج دقيقة علمية وعملية تساهم تطوير القطاع السياحي والفندقي في سوق العمل .والله ولي التوفيق

المدرس الدكتور

عبدالحكيم جميل شكري

الاستاذ المساعد الدكتور

مها عبدالستار عبدالجبار

يرجى بيان رأيكم حول تبني واهتمام ادارة الفندق بـ :

ت	الفقرات	اتفق تماما	اتفق	غير متأكد	لا اتفق	لا اتفق إطلاقاً
	ابعاد صناع المعرفة : وتتمثل بـ:					
١	يتابع العاملون التطورات التكنولوجية المتعلقة بعملهم.					
2	يشارك العاملون في دورات تدريبية عن استعمال تكنولوجيا المعلومات.					
3	يستخدم العاملون قدراتهم التنظيمية لمواجهة مشاكل العمل.					
4	تقوم الادارة بتطوير المهارات التنظيمية للأفراد عن طريق الدعم المستمر.					
5	تساهم المهارات الاجتماعية على تحسين القدرة المعرفية للعاملين.					
6	تعمل المهارات الاجتماعية للعاملين على تحقيق استثمار افضل لخبراتهم وطاقتهم المعرفية					
٧	تزداد الثقة بالعاملين عندما يتابعون الامور الدقيقة بالعمل					
٨	يتبادل العاملون الادوار الوظيفية للثقة المتبادلة بينهم.					
	الميزة التنافسية المستدامة : وتتمثل بـ:					
٩	يحرص الفندق على التواصل المستمر للتعرف على مدى جودة الخدمات المقدمة.					
١٠	يهتم الفندق بالتثقيف المستمر للعاملين لاكتسابهم المعلومات الضرورية لعملهم.					
١١	احداث تعديلات مستمرة وتمييزة في اسلوب تقديم الخدمة لتتوافق مع حاجات الضيوف المتغيرة .					
١٢	يملك الفندق على عاملين ذوي خبرة في استخدام التكنولوجيا وتطوير الموقع الالكتروني.					
١٣	تخصيص جزء من ميزانية الفندق لتدريب وتطوير العاملين على استخدام التقنيات التكنولوجية في الاعمال السياحية الالكترونية.					
١٤	يتعامل الفندق بشفافية لادامة الثقة بين العاملين والضيوف عن طريق قنوات الاتصال المختلفة.					
١٥	يمنح للضيوف الدائمين مزايا اضافية تميزهم عن باقي الضيوف.					
١٦	يوفر الفندق خدمة الحجز الالكتروني او اي طلب الكتروني.					
١٧	تعزيز رضا الضيف وولائه من خلال ادارة العلاقة معه وجعله وسيلة ترويجية فعالة امام الضيوف المرتقبين.					