

إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات

دراسة حالة: عينة من مؤسسات الاتصالات

د. بن حجوية حميد، جامعة مستغانم، الجزائر

د. مانع سبرينة، جامعة خنشلة، الجزائر

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تأكيد وإبراز دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية، حالة عينة من مؤسسات الاتصالات الممثلة في مختلف وكالاتها لولاية مستغانم، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، ومختلف الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات المتحصل عليها من خلال الاستبيان كوسيلة للغرض. أجريت الدراسة على عينة ممثلة بـ 33 فرد من أجل اختبار الفرضيات وتأكيد أو نفي العلاقة الموجودة بين إدارة المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية، وقد توصلت الدراسة لوجود علاقة إيجابية طردية بين إدارة المعرفة والميزة التنافسية في المؤسسات المدروسة.

الكلمات المفتاحية: المعرفة، إدارة المعرفة، عمال المعرفة، اقتصاد المعرفة، الميزة التنافسية.

Abstract:

This study aims to decouvrate the role of knowledge management in achieving the competitive advantage, the study was conducted on a sample of communication institutions represented in varions agencies of State of mostaganem This study was based on descriptive And analytical methods, And the administrative. Science program (spss20) and different statistical methods to analyze the data obtained though the questionnaire it was Conducted on a representative sample of 33 individuals to test hypotheses and confirm or Disconfirm the relationship between knowledge management and competitive advantage

Finally, the study found a positive relationship between knowledge management and competitive advantage.

Key words: knowledge - knowledge management- knowledge workers- knowledge economy- competitive advantage.

مقدمة:

المعرفة قوة هكذا أصبح العالم اليوم وهكذا أضحت المجتمعات العالمية تركز على إنتاج المعرفة وتسييرها، أكثر من التركيز على رؤوس الأموال وضخامة الوسائل الإنتاجية ما أدى إلى ظهور اقتصاد جديد يعرف بالاقتصاد الرقمي، فأصبحت مسألة تسيير الكفاءات تتوقف على أنظمة تسهر عليها أكثر من أي وقت مضى ومن بين هذه الأنظمة إدارة المعرفة

1- الإشكالية:

بناءً على ما سبق نطرح إشكالية الدراسة التالية: "كيف تساهم إدارة المعرفة في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية؟"

ب- فرضية الدراسة: تم بناء فرضية الدراسة في العبارة التالية:

"تعتبر إدارة المعرفة وسيلة أساسية ودعامة تساهم في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية في ظل عصر المعرفة". وتم وضع فرضيات فرعية نصها في الجانب التطبيقي للدراسة.

ج- أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال تزايد اتجاه المؤسسات العصرية اليوم للبحث عن الأنظمة والتطبيقات، التي تضمن لها البقاء والاستمرارية في تحقيق ميزة تنافسية تتميز بها عن غيرها، مما يضمن لها حصة سوقية أكبر وتخفيض الأعباء. وهذا ما جعل هذه الدراسة تركز على موضوع إدارة المعرفة التي تعتبر من التطبيقات الحديثة التي تولي لها المؤسسات المتعلمة أهمية كبيرة وتخصص لها أقسام خاصة، ورؤوس أموال ضخمة.

د- منهجية الدراسة:

للإجابة على إشكالية هذه الدراسة سنعمد على المنهج الوصفي من خلال التطرق لموضوع إدارة المعرفة نظرياً ومختلف المفاهيم والمصطلحات التي تتعلق بها، والاعتماد على المنهج

التحليلي من خلال تحليل البيانات المتحصل عليها ومعالجتها ببرنامج الحزمة الإحصائية spss20 وقراءة نتائج هذه الدراسة وتفسيرها .

أولاً- التأصيل النظري للدراسة:

المحور الأول للدراسة: الجانب النظري لمتغيرات الدراسة

1- إدارة المعرفة

تعد المعرفة من أحدث عوامل الإنتاج التي يُعترف بها كمورد أساسي لإنشاء الثروة في الاقتصاد¹، وقد عرفت على مستوى الأفراد بأنها: "مزيج من الخبرات والقيم والمعلومات"²، وهي خصيلة الامتزاج الخفي بين المعلومة والخبرة والمدرجات الحسية القدرة على التحكم³، وتصنف إلى معرفة ضمنية تتمثل في النماذج العقلية⁴، ومعرفة صريحة وهي قائمة بحد ذاتها على البيانات والمعلومات التي تنظم وتعالج كما تفترض تحول المنظمة إلى مستودع من خلال وجود قاعدة للمعرفة وفيها تؤدي نظم المعلومات دوراً مركزياً مهماً⁵. وهي ناتجة عن توثيق المعرفة الضمنية وتحويلها إلى شكل ملموس⁶، في حين تعرف إدارة المعرفة بأنها: "ذلك النظام الذي يعمل على توليد وتجميع واستخدام المعرفة الشخصية والمنظمة ولتوليد المعرفة"⁷، وإدارة المعرفة أهمية كبيرة في المنظمات من خلال مساهمتها في تخفيض تكاليف المنظمة، والمحافظة على وتيرة الأداء، كما تعد عملية نظامية تكاملية لتنسيق أنشطة المنظمة المختلفة⁸، كما تهدف لتحسين طرق إيصال الخدمات عن طريق تفعيل المعرفة ورأس المال الفكري⁹، وحتى تنجح وتمكن المنظمة في تطبيق إدارة المعرفة لا بد عليها بالمرور بمجموعة من العمليات والمراحل بداية من عملية تشخيص المعرفة إلى غاية تطبيقها¹⁰.

2- الميزة التنافسية

تعرف الميزة التنافسية على أنها: "القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالنوعية الجيدة

ثانياً- الدراسة التطبيقية:

المحور الأول للدراسة التطبيقية:

1- مجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في كل موظفي وكالات مؤسسة اتصالات الجزائر، حيث تم أخذ عينة عشوائية بتوزيع 45 استمارا و استرجعنا منها 35 وبعد استبعاد غير الصالحة منها للتحليل لسبب أو لآخر فقد تحصلنا في الأخير على عينة تتكون من 33 فرد.

2- معامل الثبات ألفا كرونباخ:

يمثل الجدول رقم 01 قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ Alpha de Cronbach الجدول رقم 01: معامل الثبات ألفا كرونباخ

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,845	24

المصدر من إعداد الباحثان بناءً على نتائج الإستبيان و spss20

نلاحظ من خلال الجدول الأول أن قيمة معامل الثبات قد بلغت (0.84) وهي قيمة جيدة تدل على أن الاستبيان الخاص بهذه الدراسة يتمتع بدرجة عالية من الثبات، لتجاوزه للقيمة الطبيعية في العلوم الاجتماعية والإدارية (0.60)، وبالتالي فهو صالح لهذه الدراسة.

3- وصف خصائص عينة الدراسة

بعد استرجاع الاستبيانات والحصول على البيانات سيتم التعرف على مختلف الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة.

أ-الجنس

الجدول رقم02: توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة%	التكرار	الجنس/ أفراد العينة
57.6	19	ذكر
42.4	14	أنثى
100	33	المجموع الكلي

المصدر من إعداد الباحثان بناءً على نتائج الإستبيان و spss20

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن ما نسبته 57.6 % من عينة الدراسة ذكور في حين جاءت الإناث في المرتبة الثانية بنسبة 42.4 % إناث.

ب-السن

الجدول رقم03: توزيع عينة الدراسة حسب السن

النسبة%	التكرار	السن/ أفراد العينة
36.4	12	من 20 سنة إلى 29 سنة
45.5	15	من 30 سنة إلى 39 سنة
12.1	4	من 40 سنة إلى 49 سنة
6.1	2	50 فما فوق
100	33	المجموع الكلي

المصدر: من إعداد الباحثان بناءً على نتائج الاستبيان و spss20

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أعلى نسبة قد بلغت 45.5 % والتي تقابل الفئة 30 سنة و 39 سنة، في حين بلغت النسبة 36.4% هي نسبة ما تتراوح أعمارهم بين 20 و 29 في المرتبة الثانية، كما بلغت نسبة ما تتراوح أعمارهم بين 41 و 50 سنة 14.81 %، أما النسب 12.1% فقد جاءت في المركز الثالث والتي توفق الفئة 40 إلى 49 سنة، وقد جاء في آخر الترتيب الفئة أكثر من 50 سنة بنسبة 6.1.

ج-المستوى العلمي:

الجدول رقم 04: توزيع عينة الدراسة حسب المستوى العلمي

النسبة %	التكرار	المستوى العلمي / أفراد العينة
9.1	03	مهندس
72.7	24	ليسانس
18.2	6	ماستر
100	33	المجموع الكلي

المصدر من إعداد الباحثان بناءً على نتائج الإستهيبان و spss20

نلاحظ من خلال الجدول أن 72.7 % لديهم مستوى جامعي ليسانس، في حين أن ما نسبته 18.2% من عينة الدراسة ذات مستوى ماستر، وأخيرا بلغت النسبة 9.1% تمثل فئة المهندسين حسب اتجاه اجابات عينة الدراسة.

4- اختبار فرضيات الدراسة:

أ-الفرضية الفرعية الأولى: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين تشخيص المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم.

الجدول رقم 05: معامل الانحدار البسيط لبعده تشخيص المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية

العامل	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	مستوى الدلالة	معامل التحديد (R^2)	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد المعياري
الإتحاد	0.151	1	0.151	0.000	0.84	0.91	0.84
الخطأ	0.028	31	0.001				
المجموع	0.178	32					

المصدر من إعداد الباحثان بناءً على نتائج spss20.

بلغ معامل الارتباط بيرسون بين تشخيص المعرفة والميزة التنافسية $R=0.91$ وهذا يدل على وجود علاقة طردية قوية بين تشخيص المعرفة وتحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة، في

حين قيمة معامل التحديد $R^2=0.84$ وهو دليل على قدرة المتغير المستقل تشخيص المعرفة بـ 84% في تفسير المتغير التابع الميزة التنافسية ويؤكد مدى صحة ودقة هذه الدراسة وتبقى 16% لعوامل غير مدرجة يمثلها المتغير العشوائي. كما بلغت قيمة معامل الانحدار للمتغير المستقل تشخيص المعرفة $A=1.01$ وهي إشارة موجبة تدل على وجود علاقة طردية بين تشخيص المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم.، حيث إذا تغير تشخيص المعرفة بوحدة واحدة فإن الميزة التنافسية تتغير بـ 1.01 وحدة، وهذا دليل على تأكيد هذا الارتباط في حين بلغت قيمة F المحسوبة 168 وهي قيمة أكبر من قيمتها الجدولية. وباعتبارها دالة إحصائياً بالنظر إلى مستوى معنوية الذي قدر بـ $SIG=0.00$ أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 وعليه نرفض الفرضية الصفرية التي تقر بعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين تشخيص المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصالات وكالة مستغانم، ونقبل الفرضية البديلة H_1 التي تقر بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين تشخيص المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم.

ب- الفرضية الفرعية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين توليد المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصالات لوكالات مستغانم.

الجدول رقم 06: معامل الانحدار البسيط لبعث توليد المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية

العامل	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	مستوى الدلالة	معامل التحديد (R^2)	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد المعياري	A
الإنحدار	0.099	1	0.099	0.000	0.55	0.74	0.54	0.81
الخطأ	0.079	31	0.003					
المجموع	1.78	32						

المصدر من إعداد الباحثان بناءً على نتائج spss20.

بلغ معامل الارتباط بيرسون بين توليد المعرفة والميزة التنافسية $R=0.74$ وهذا يدل على وجود علاقة طردية موجبة متوسطة بين توليد المعرفة وتحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة، في حين قيمة معامل التحديد $R^2=0.55$ وهو دليل على قدرة المتغير المستقل توليد المعرفة بـ 84% في تفسير المتغير التابع الميزة التنافسية ويؤكد مدى صحة ودقة هذه الدراسة وتبقى 45% لعوامل غير مدرجة يمثلها المتغير العشوائي. كما بلغت قيمة معامل الانحدار للمتغير المستقل تشخيص المعرفة $A=0.81$ وهي إشارة موجبة تدل على وجود علاقة طردية بين توليد المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم، حيث إذا تغير توليد المعرفة بوحدة واحدة فإن الميزة التنافسية بـ 0.81 وحدة، وهذا دليل على تأكيد هذا الارتباط في حين بلغت قيمة F المحسوبة 39 وهي قيمة أكبر من قيمتها الجدولية. وباعتبارها دالة إحصائيا بالنظر إلى مستوى معنوية الذي قدر بـ $SIG=0.00$ أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 وعليه نرفض الفرضية الصفرية التي تقر بعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين توليد المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم، ونقبل الفرضية البديلة توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين توليد المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية.

ج- الفرضية الفرعية الثالثة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين تخزين المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم.

الجدول رقم 07: معامل الانحدار البسيط لبعث تخزين المعرفة وتحقيق الميز التنافسية

العامل	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	مستوى الدلالة	معامل التحديد (R^2)	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد المعياري	A
الإنحدار	0.036	1	0.036	0.009	0.20	0.45	0.17	0.76
الخطأ	0.143	31	0.005					
المجموع	0.178	32						

المصدر من إعداد الباحثان بناءً على نتائج spss20.

بلغ معامل الارتباط بيرسون بين تخزين المعرفة والميزة التنافسية $R=0.45$ وهذا يدل على وجود علاقة طردية موجبة ضعيفة بين تخزين المعرفة وتحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة، في حين قيمة معامل التحديد $R^2=0.20$ وهو دليل على قدرة المتغير المستقل تخزين المعرفة بـ 20% في تفسير المتغير التابع الميزة التنافسية ويؤكد مدى صحة ودقة هذه الدراسة وتبقى 80% لعوامل غير مدرجة يمثلها المتغير العشوائي. كما بلغت قيمة معامل الانحدار للمتغير المستقل تخزين المعرفة $A=0.76$ وهي إشارة موجبة تدل على وجود علاقة طردية بين تخزين المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم، حيث إذا تغير تخزين المعرفة بوحدة واحدة فإن الميزة التنافسية بـ 0.76 وحدة، وهذا دليل على تأكيد هذا الارتباط في حين بلغت قيمة F المحسوبة 8 وهي قيمة أكبر من قيمتها الجدولية. وباعتبارها دالة إحصائياً بالنظر إلى مستوى معنوية الذي قدر بـ $SIG=0.009$ أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 وعليه نرفض الفرضية الصفرية التي تقر بعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين تخزين المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية، ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تخزين المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم.

د- الفرضية الفرعية الرابعة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين توزيع المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم.

الجدول (8): معامل الانحدار البسيط لبعث توزيع المعرفة وتحقيق ميزة تنافسية

العامل	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	مستوى الدلالة	معامل التحديد (R^2)	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد المعياري	A
الإنتحار	0.024	1	0.024	0.03	0.13	0.37	0.10	0.24
الخطأ	0.154	31	0.005					
المجموع	0.178	32						

المصدر من إعداد الباحثان بناءً على نتائج spss20.

لقد بلغ معامل الارتباط بيرسون بين توزيع المعرفة والميزة التنافسية $R=0.37$ وهذا يدل على وجود علاقة طردية موجبة ضعيفة بين توزيع المعرفة وتحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة، في حين قيمة معامل التحديد $R^2=0.13$ وهو دليل على قدرة المتغير المستقل توزيع المعرفة بـ 13% في تفسير المتغير التابع الميزة التنافسية ويؤكد مدى صحة ودقة هذه الدراسة وتبقى 87% لعوامل غير مدرجة يمثلها المتغير العشوائي.

كما بلغت قيمة معامل الانحدار للمتغير المستقل توزيع المعرفة $A=0.24$ وهي إشارة موجبة تدل على وجود علاقة طردية بين توزيع المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم، حيث إذا تغير توزيع المعرفة بوحدة واحدة فإن الميزة التنافسية بـ 0.24 وحدة، وهذا دليل على تأكيد هذا الارتباط في حين بلغت قيمة F المحسوبة 5 وهي قيمة أكبر من قيمتها الجدولية. وباعتبارها دالة إحصائية بالنظر إلى مستوى معنوية الذي قدر بـ $SIG=0.00$ أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 وعليه نرفض الفرضية الصفرية التي تقر بعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين توزيع المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم، ونقبل الفرضية البديلة H_1 التي تقر بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين توزيع المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم.

هـ- لفرضية الفرعية الخامسة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين تطبيق المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم.

الجدول رقم 09: نتائج معامل الانحدار البسيط لبعده تطبيق المعرفة وتحقيق ميزة

تنافسية

العامل	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	مستوى الدلالة	معامل التحديد (R^2)	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد المعياري	A
الإندثار	0.045	1	0.045	0.03	0.25	0.50	0.23	0.46
الخطأ	0.133	31	0.004					
المجموع	0.178	32						

المصدر من إعداد الباحثان بناءً على نتائج spss20.

بلغ معامل الارتباط بيرسون بين تطبيق المعرفة والميزة التنافسية $R=0.50$ وهذا يدل على وجود علاقة طردية موجبة متوسطة بين تطبيق المعرفة وتحقيق ميزة تنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم، في حين قيمة معامل التحديد $R^2=0.25$ وهو دليل على قدرة المتغير المستقل تطبيق المعرفة بـ 25% في تفسير المتغير التابع الميزة التنافسية ويؤكد مدى صحة ودقة هذه الدراسة وتبقى 75% لعوامل غير مدرجة يمثلها المتغير العشوائي. كما بلغت قيمة معامل الانحدار للمتغير المستقل تطبيق المعرفة $A=0.46$ وهي إشارة موجبة تدل على وجود علاقة طردية بين تطبيق المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم، حيث إذا تغير تطبيق المعرفة بوحدة واحدة فإن الميزة التنافسية بـ 0.46 وحدة، وهذا دليل على تأكيد هذا الارتباط في حين بلغت قيمة F المحسوبة 5 وهي قيمة أكبر من قيمتها الجدولية. وباعتبارها دالة إحصائياً بالنظر إلى مستوى معنوية الذي قدر بـ $SIG=0.00$ أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 وعليه نرفض الفرضية الصفرية التي تقر بعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين تطبيق المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم، ونقبل الفرضية البديلة H_1 التي تقر بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى

دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين تطبيق المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصال وكالات مستغانم.

الخاتمة:

من خلال هذه الدراسة توصلنا إلى أن إدارة المعرفة تعد نظاماً وأسلوباً إدارياً حديثاً وهاماً، في المنظمة لاستغلال المعارف التي تحتويها كما لها دوراً كبيراً في تحقيق ميزة تنافسية، وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- وجود علاقة طردية قوية بين إدارة المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية حيث كلما كان تطبيق إدارة المعرفة أحسن كلما اكتسبت المؤسسة ميزة أكثر وأفضل؛
- تؤدي عملية توزيع المعرفة ومشاركتها لجميع العمال من زيادة الثقة لدى الفرد وتنمية قدراته؛

توصلت الدراسة لوجود أهمية كبيرة لإدارة المعرفة في المؤسسة حيث تعتبر أساس نجاحها في خضم الاقتصاد الرقمي الجديد.

قائمة المراجع و الإحالات:

- ¹ الطيب داودي؛ حمزة بعلي. الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات الاقتصادية الملتقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسات، المعرفة، جامعة بسكرة: 12 / 13 تشرين الثاني 2005، ص7.
- ² سماح صولح. "إدارة المعرفة وتسيير الكفاءات مستلزمات لتحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة الاقتصادية"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات العدد 9، 2010، ص41.
- ³ محمد فلاق وآخرون. "عمليات إدارة المعرفة وتأثيرها في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة لمجموعات الاتصالات الأردنية"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد7، العدد4، 2011، ص515.
- ⁴ علي غربي؛ قوت سهام، "إدارة المعرفة كتوجه إداري حديث في المؤسسات المعاصرة التجربة اليابانية نموذجا"، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد11، مارس 2015، ص64.
- ⁵ طاهر محسن منصور الغالي. "دور توليد المعرفة في تعزيز الإبداع المنظمي"، مجلة دراسات إدارية، المجلد 4، العدد 7، 2011، ص181.

⁶Ankur Pant and A.L. Moorthy, « **Knowledge management and safeguarding Indian traditional knowledge**», journal of Annals of Library and Information Studies, Vol. 60, June 2013, p89.

⁷Little, Stephen Quintas, Paul and Ray, **Managing Knowledge**: Sage Publication, 2002, p 9.

⁸ مبارك بوعشة، ليليا بن منصور، "إدارة المعرفة كتوجه إداري حديث للمنظمات في عصر العولمة"، المؤتمر العلمي الدولي، عولمة الإدارة في عصر المعرفة، جامعة الجنان، لبنان، 17/15 ديسمبر 2012، ص11.

⁹ هاني الجابي؛ أركان شويكي. " دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في شركات التأمين العاملة في مدينة نابلس"، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، قسم إدارة الأعمال، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، 2011/2010، ص16.

¹⁰ رحي مصطفى عليان. " إدارة المعرفة"، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2، 2015، ص، ص: 210 - 214.