

أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في منظمات صناعة الأدوية في الأردن - دراسة حالة، مشاريع صناعة الأدوية في محافظة البلقاء -

The impact of knowledge management processes on achieving a competitive advantage in Pharmaceutical industry in Jordan. The Case study: Pharmaceutical industry projects in Al Balqa governorate, Jordan

محمد امحمود مكيد العلوان*

جامعة الحسين بن طلال- الأردن- mohammadabbadi.70@yahoo.com

تاريخ الاستلام: 2020/03/11؛ تاريخ القبول: 2020/09/07؛ تاريخ النشر: 2020/12/31

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية. واعتمد الباحث على عينه قصدية تحكيمية من الموظفين في الوظائف الاشرافية بلغ حجمها (78) مستجيباً، واعتمد الباحث على مصدرين رئيسين لجمع المعلومات والبيانات هما: البيانات الأولية والبيانات الثانوية، واستخدم عدداً من أساليب الإحصاء الوصفي والاستدلالي. وقد توصلت الدراسة إلى بطلان الفرضية القائلة لا يوجد أثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتطبيق عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن حيث بلغ المتوسط الحسابي للقوة التفسيرية لعمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية ($R^2=0.94$) وهذا يعني انها قوة تفسيرية عالية وان ابعاد إدارة المعرفة هي 94% من المتغير التابع الميزة التنافسية. كما أظهرت النتائج أن استجابات عينة الدراسة كانت مرتفعة، وقد تبين أن عمليات إدارة المعرفة تسهم اسهام كبير في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن. الكلمات المفتاحية: منظمات صناعة الأدوية، الميزة التنافسية، عمليات إدارة المعرفة

Abstract:

The aim of this research was to identify the impact of knowledge management processes in achieving a competitive advantage. The researcher used an intentional sample that was distributed to 78 supervisory employees and 78 responded. The researcher relied on both primary and secondary data for information gathering. The research also used a number of descriptive and inferential statistics methods. The research rejected the hypothesis that states that there is not a statistically significant effect at the level of significance of ($\alpha \leq 0.05$) when applying knowledge management processes in achieving the competitive advantage for the Pharmaceutical industry organizations in Jordan where the arithmetic mean of the explanatory power of knowledge management processes in achieving the competitive advantage ($R^2 = 0.94$). This means that it is a high explanatory force and that the dimensions of knowledge management are 94% of the dependent variable of competitive advantage.

The results also showed that the responses of the study sample were high, and the results also showed that knowledge management processes contribute significantly to achieving a competitive advantage of the pharmaceutical industry in Jordan.

Keywords: Pharmaceutical industry, competitive advantage, knowledge management processes

1. المقدمة:

في الآونة الأخيرة منذ نهاية القرن الماضي وبداية القرن الواحد والعشرون اتجه العالم إلى المشاريع الصغيرة والمتوسطة للنهوض بالاقتصاد من جهة ولتتشغيل الأيدي العاملة من جهة أخرى وكذلك الحال في الصناعة بشكل عام في الأردن وصناعة الأدوية في الأردن التي نهضت بعجالة وصبغة متطورة، نشأت مجموعة من مشاريع صناعة الأدوية في الأردن منها ثلاثة شركات لصناعة الأدوية في محافظة البلقاء.

وللدور الكبير الذي تلعبه المعرفة بشكل عام وإدارة المعرفة بشكل خاص اتت عمليات إدارة المعرفة مكملة بشكل فاعل لأنشطة ونجاح مشاريع صناعة الأدوية في الأردن، وبما أن عدد شركات صناعة الأدوية في تزايد مستمر وببطيعة الحال اصبحت التنافسية تتعاظم بين الشركات المثيلة، اذا لا بد من تحسين وتطوير مستمر للميزة التنافسية، وإدارة المعرفة بصفتها التي تعمل على جمع واكتساب المعرفة ومعالجتها وتنظيمها ونشرها وتطبيقها في المنظمة مما يعمل بشكل مؤثر جدا على رفع مستوى الجودة وبالتالي الميزة التنافسية التي هي الأخيرة تستحوذ على اكبر قدر ممكن من الحصة السوقية وهذا ما تهدف اليه معظم المنظمات بشتى انواعها الانتاجية والخدمية ، وعلى هذا الأساس جاءت الدراسة لتحليل عمليات إدارة المعرفة ومعرفة مدى الأثر الذي يعظم من الميزة التنافسية في هذه المؤسسات.

مشكلة الدراسة:

يؤكد الباحثون في علم الإدارة الحديثة ان إدارة المعرفة من اهم الاستراتيجيات الأساسية في الإدارة المتطورة والحديثة المستدامة، وان إدارة المعرفة اثبتت جدواها الذي هو نجاح للمنظمات وعالم الاعمال، ومن هنا جائت اهمية الدراسة من عظم اثر إدارة المعرفة على الميزة التنافسية في منظمات صناعة الأدوية ورفع مستوى الأداء الإداري.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتحقيق الاهداف التالية

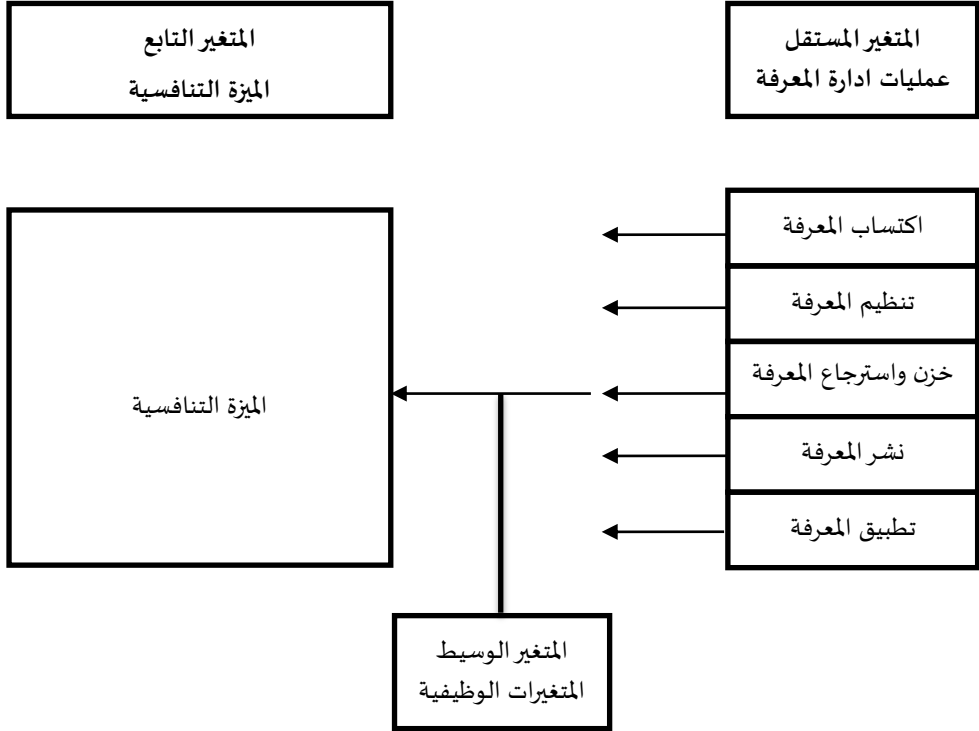
- التعرف على مدى تأثير عمليات إدارة المعرفة بشكل عام في تحقيق الميزة التنافسية.
- الوصول الى نتائج محددة من خلال تحليل البيانات للمفردات "عينة الدراسة.
- تقديم توصيات مناسبة ذات واقعية ومصداقية.

أهمية الدراسة:

أهمية البحث تتمثل في استفادة مصانع الأدوية من النتائج و التوصيات في وضع الخطط والسياسات و البرامج واتخاذ القرار لتحقيق الميزة التنافسية.

الشكل رقم (1)

انموذج الدراسة



المصدر: اعداد الباحث، 2019

سؤال الدراسة

ما مدى اثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميز التنافسية في منظمات صناعة الأدوية في الأردن؟

هل يوجد فروق ذات دلالة احصائية لعمليات إدارة المعرفة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن تعزى للمتغيرات الوظيفية؟

الفرضية الرئيسية الأولى:

لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لعمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

وانبثقت عن الفرضية الرئيسية الاولى 4 فرضيات فرعية

الفرضية الفرعية الأولى:

لا يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لإكتساب المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

الفرضية الفرعية الثانية:

لا يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتنظيم المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

الفرضية الفرعية الثالثة:

لا يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) الخزن واسترجاع المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

الفرضية الفرعية الرابعة:

لا يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لنشر المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

الفرضية الفرعية الخامسة:

لا يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتطبيق المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

الفرضية الرئيسية الثانية:

لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن تعزى للمتغيرات الوظيفية، (الخدمة الفعلية في الوظيفة، المسؤولية الوظيفية).

التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة:

أولاً: إدارة المعرفة

تنحصر المعرفة في نوعين رئيسيين، "المعرفة الواضحة" وهي تلك المعرفة المتداولة والمرمزة بأساليب مختلفة ويمكن نقلها ونشرها وتخزينها واستخدامها بحيث يستطيع المستخدم للمعرفة الظاهرة توجيه ارشادات وتعليمات واتخاذ قرارات وتعليم التعبير بواسطتها بطرق متعددة، اما "المعرفة الضمنية" فقد اشار (Daft,2001) الى ان المعرفة

الضمنية هي تلك المعرفة الناتجة عن الاستدلالات والحدس والخبرات والموجودة في عقول الناس، والتي يصعب ترميزها ونقلها كما في المعرفة الواضحة (الكبيسي، 2005). وإدارة المعرفة هي عملية إدارية محضة لها مدخلات ومعالجة ثم مخرجات وتعمل في إطار بيئة خارجية معينة تؤثر في تفاعلاتها ولها خطوات متعددة (إنشاء وتوزيع وتخزين ونشر واستخدام وتطبيق للمعرفة)، والهدف هو مشاركة المعرفة في افضل صورها، (حجازي)، 2005، ص 61.

ثانياً: عمليات إدارة المعرفة

تعتبر عمليات إدارة المعرفة مضمون المعرفة وقد قسمت عمليات إدارة المعرفة وتنوعت بحسب الاستخدام وماهية تنظيمها وعملها، اما العمليات الرئيسية لإدارة المعرفة يمكن حصرها كالآتي:

- 1- اكتساب المعرفة: هنا يتم اكتساب المعرفة اما من خلال التجربة والتحليل أو امتلاكها من خلال النقل والتوزيع والنشروع عن طريق الخبراء والافراد والمنظمات.
 - 2- تنظيم المعرفة: يمكن بحسب نوعها وحدثها ومصادرها واهميتها وكذلك بحسب الطرق التكنولوجية المتبعة والحدث.
 - 3- خزن واسترجاع المعرفة: بعد الحصول على المعرفة ومعالجتها وتبويبها يتم خزن المعرفة بطرق تقليدية وغير تقليدية (أجهزة الحاسوب وواعية المعلومات المختلفة) وباستخدام مخزن بيانات مركزي أو قواعد بيانات. ومن خلال البريد الالكتروني ...الخ.
 - 4- نشر وتوزيع المعرفة: إن نشر وتوزيع المعرفة له اهمية اكبر من امتلاكها وحسب، حيث ان نشرها من خلال المؤتمرات والبريد الالكتروني والافراد والمنظمات والخبراء وجميع الوسائل الالكترونية وغيرها كالشفوية يعتبر بالغ الاهمية وخاصة النقل من خلال الاستعمال للمعرفة .
 - 5- تطبيق المعرفة: هذه العملية هي مفصلية لأنها الغرض الأساسي من وجودها وبالتالي تعود على المنظمة بالربح والنجاح (Henderson; 2004) .
- جميع هذه العمليات ما من شأنها ان تعود على المنظمة بالإضافة الى الربح والنجاح رفع مستوى التنافسية في السوق (Robbins, Stephen, 2000) . وفي المحصلة تعود على المنظمة بالنفع والتطور والمنافسة. (Survary, 2005)

رابعاً: الميزة التنافسية: تسعى كل المنظمات للوصول الى ميزة تنافسية عالية ولكن هذه الميزة لا بد لها من تكاليف والامر الاول تكاليف (الاقل كلفة) هذا يعني انتاج باقل التكاليف بالإضافة الى ان هناك تكاليف معروفة لدى الجميع الا ان هناك تكاليف مثل تكاليف النفقات الإدارية، وتكاليف النقل والتوزيع والتدريب والتعلم واجور مستخدمين وربما شراء معلومات وادلة وخبراء تسويق لدراسة السوق، كل ما ذكر يمكن للمؤسسة خفض الكلفة التنافسية عن طريق المعرفة والدراية دون المساس بالجودة التي هي أساس للتنافسية، وهناك ما يعرف بميزة التميز، اي ميزة التفرد وهذه الميزة لا تتأتى الا من خلال الخبرة والتعلم والنقل وربما تأتي بأمر يصور للرأي انه بسيط مثل التعامل الطيب مع الزبائن أو الجودة المرتفعة أو تقديم تسهيلات أو حوافز تشجيعية مختلفة، (الداسي، 2007، 87). إدارة المعرفة طريقة للحصول على ميزة تنافسية في الشركات (دليل على شركات التصنيع). (2014). Meihami, Bahram. & Meihami, Hussein.

وتلعب الميزة التنافسية دوراً هاماً وحاسماً في عمر المنظمات باعتبارها الحلقة الرئيسية والعامل الحرج الذي يقدم دعماً جوهرياً للمنظمات لتتخطى أماكن الضعف والفجوات والعثرات ومن خلال الميزة التنافسية تحصل المنظمة على التشجيع الكافي للاستمرار والوصول للأفضل، وهي المهارة اللازمة والمورد لإنتاج قيم ومنافع للعملاء (Port, 2007). في وقتنا الحاضر تواجه البلدان في شتى أنحاء العالم ثورة تكنولوجية وفكرية ضخمة، وهذه الطفرة العالمية تعتمد على العلوم والمعارف المتدفقة بكثافة والناجمة عن التقدم الكبير والمتسارع في عالم الرقمية والكمبيوتر والشبكة العنكبوتية الرقمية (الانترنت) وفي الآونة الأخيرة ظهرت وسائل اتصال متقدمة جداً وسريعة مثل شبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث العملاقة، وبالمحصلة كل من يمتلك المعرفة هو الاقدر على استخدامها وبيعها ونشرها من جهة، ويمتلك زمام المبادرة والقيادة لأنها توصل ممتلكها لأهدافه (العلي، 2006).

وقد بينت (إلهام 2016) ان مكونات إدارة المعرفة هي (الاكتساب والخزن، التقاسم، التوزيع، والتطبيق) في تعزيز الميزة التنافسية عبر مكوناتها (الكلفة، الجودة، الابداع، والمرونة)، (إلهام محمد عليوي، 2016).

رابعاً: صناعة الأدوية:

صناعة الأدوية اما عقاقير طبية أو مستلزمات طبية أو أجهزة طبية رئيسة أو

مساعدة وتعتبر صناعة الأدوية من الصناعات الرائدة في العالم ولأهميتها تكثُر البحوث سواء كانت طبية أو غير طبية، وفي الأردن عدد لا يستهان به من الصناعات الدوائية حيث بلغ عددها أكثر من 21 مصنعا للدواء بالإضافة الى وجود عدد كبير من مستودعات الأدوية في الأردن، وتعتبر صناعة الأدوية من الصناعات الرائجة في الأردن وأن جميع منتجاتها تسوق اما محليا أو خارج المملكة الأردنية الهاشمية، وهنا شركات صناعة الأدوية في محافظة البلقاء مدار البحث هي:

- 1- الشركة العربية لصناعة الأدوية.
- 2- الشركة المتحدة لصناعة الأدوية البيطرية.
- 3- شركة العصر الجديدة لصناعة الأدوية.
- 4- شركة بيتا لصناعة مستلزمات الأسنان.
- 5- مصنع السالم لصناعة الأدوية ومستحضرات التجميل

تأتي أهمية إدارة المعرفة لمنظمات صناعة الأدوية من خلال كونها عملية نظامية متكاملة وكونها تعمل على تأمين إيرادات للمنظمة وتخفيض التكاليف وترفع من الموجودات الداخلية، كذلك تعمل إدارة المعرفة على تعزيز قدرة المنظمة للاحتفاظ بالأداء المعتمد على الخبرة الجيدة. (حمود، 2010). إدارة المعرفة تساعد وتسهل الوصول الى المخزون الفكري وتبني مهارات وقدرات الفرد والجماعة داخل وخارج المنظمة، وتحفز المنظمة للارتقاء وزيادة موجوداتها الفكرية ومواكبة التغيرات المستمرة في البيئة المحيطة والخارجية، (حجازي، 2005).

الدراسات السابقة

دراسة عبد الوهاب (2011) وهي بعنوان "متطلبات تطبيق إدارة المعرفة في المدن العربية دراسة حالة مدينة القاهرة"، حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة متطلبات تطبيق إدارة المعرفة بصفة عامة، ومدى توافرها في المدن العربية بصفة خاصة، بالإضافة الى مدى توفر متطلبات تطبيق إدارة المعرفة في مدينة القاهرة بجمهورية مصر، وخلصت الدراسة إلى أن هناك متطلبات لتطبيق إدارة المعرفة تتمثل بهيكل تنظيمي مرنا وأفقيًا، وليس رأسيًا هرميًا، ويجب ان يكون هناك قيادة حكيمة لتحقيق هذا الهدف.

دراسة الساعد وحريم، 2011 "بعنوان دور ادراه المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في

ايجاد الميزة التنافسية": وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الصناعة الدوائية بالأردن، و بتطبيق الدراسة على ثلاث من كبريات شركات صناعة الدواء تبين وجود علاقة قوية بين إدارة المعرفة و الميزة التنافسية، علاقة معتدلة بين تكنولوجيا المعلومات و الميزة التنافسية، وكذلك وجود فوارق في هذه العلاقة تعزى إلى العوامل الديموغرافية للمبحوثين، وقد تضمنت الدراسة عددا من التوصيات التي تركز على تعزيز دور المعرفة و تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.

دراسة عيسان والعاني (2008) بعنوان دور تكنولوجيا المعلومات في إدارة المعرفة، حيث هدفت هذه الدراسة الى دور تكنولوجيا المعلومات في إدارة المعرفة في كلية التربية بجامعة السلطان قابوس من وجهة نظر العاملين فيها كما أظهرت نتائج الدراسة أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0,05) بين استجابات أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير المسمى الوظيفي على عنصر الهيكل التنظيمي ولصالح فئة عضو هيئة التدريس، أما بالنسبة لمتغير المؤهل في استخدام الحاسب فكانت لصالح فئة مؤهل تعلم ذاتي، في حين لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغيرات النوع، والمؤهل العلمي والرتبة الأكاديمية وعدد سنوات الخبرة في استخدام الحاسب.

دراسة غباش، 2010 ، ادوار المعرفة التنظيمية وراس مال الزبون، هدفت دراسة غباش الى تحديد العلاقة والأثر بين متغيرات الدراسة المعرفة التنظيمية ووصفها بعدة محاور (قيادة المعرفة، تنظيم المعرفة، تطبيق المعرفة، وثقافة المعرفة، وتقاسم المعرفة) والمتغير التابع راس مال الزبون، وطبق الدراسة على مجموعة مصارف في النجف، وتوصل الى عدة نتائج هذه النتائج بدأت بتطبيق واستخدام ادوار إدارة المعرفة مما عزز العلاقة بينها وبين باقي المصارف المبحوثة.

دراسة ليوناردو وجيفري، 2009، الكفاءات المميزة والميزة التنافسية، دراسة حالة في مجال بيع الأدوية بالتجزئة. هدفت هذه الدراسة الى معرفة العلاقة بين أداء تجار التجزئة ومدى امتلاكهم كفاءات مميزة التي من شأنها ان تحقق لهم الميزات التنافسية حيث خلصت الدراسة الى ان اماكن بيع الأدوية (الصيدليات) تمتلك كثير من الميزات

والكفاءات التي تؤهلهم للمنافسة ودخول السوق والحصول على حصة سوقية وتقديم خدمة مميزة للزبائن وجودة في التخزين والسيطرة.

توافقت نتائج البحث مع دراسة الساعد وحريم في وجود اثر ذا دلالة احصائية لعمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات المبحوثة، وحقت موافقات مرتفعة للعينة الاستطلاعية الا ان الدراسة كانت عن منظمات دوائية ، في حين اضافت الدراسة قيمة علمية وهي " أن تطبيق عمليات إدارة المعرفة في مصانع الأدوية بشكل خاص، اتي بمردود فكري كبير وواضح وظهر من خلال اجابات عينة الدراسة".

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تطبيق عمليات إدارة المعرفة وقياس أثرها على الميزة التنافسية في مؤسسات الاتصالات(جازي، أريدو، موبيليس)-سكيدة، ولتحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها، فقد تم تصميم استمارة مُوجّهة إلى موظفي المؤسسات محل الدراسة. وقد بلغ عدد الاستمارات الموزعة (120 استمارة) استردت منها (109). وتم اعتماد أسلوب التحليل الإحصائي الوصفي والاستدلالي لوصف وتحليل بيانات الدراسة، واختبار فرضياتها باستخدام (SPSS) أشارت النتائج إلى أن درجة تطبيق عمليات إدارة المعرفة عالية (3,42)، وأن عمليات إدارة المعرفة لها تأثير على الميزة التنافسية، وأن المتغيرات المتعلقة بأفراد العينة لها تأثير ذو دلالة إحصائية على مدى استخدام عمليات إدارة المعرفة بهذه المؤسسات..

المنهج العلمي وطرق تحليل البيانات: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة،

إداة الدراسة :الاستبانة

صدق الأداة: وتم قياس استجابات أفراد العينة على كل فقرة من فقرات المقياس من خلال سلم استجابة تم التحقق من صدق المحتوى لمضمون الدراسة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين ذوي الاختصاص في العلوم الإدارية حسب مقياس ليكرت الخماسي.

ثبات الأداة: تم تقدير معامل الاتساق الداخلي لأداة الدراسة ككل من خلال تقديرات أفراد العينة الاستطلاعية وكذلك على مجالات أداة الدراسة، حيث استخدم

معامل كرونباخ ألفا لاستجابة أفراد العينة الاستطلاعية على المجالات المؤثرة على الميزة التنافسية.

مجتمع الدراسة: تالف مجتمع الدراسة من جميع الهيئات الإدارية في منظمات صناعة الأدوية في الأردن (مشاريع صناعة الأدوية في محافظة البلقاء)، والبالغ عددهم (88) موظفاً إدارياً.

عينة الدراسة: استخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل وهو جميع الإداريين في مصانع الأدوية.

ويبين الجدول رقم 1- معامل كرونباخ ألفا لإختبار ثبات الاداة كلاتي:

الجدول 1. معاملات كرونباخ ألفا لاختبار ثبات أداة الدراسة

معامل كرونباخ ألفا	البعد
0.82	إكتساب المعرفة
0.88	تنظيم المعرفة
0.86	خزن واسترجاع المعرفة
0.81	نشر وتوزيع المعرفة
0.81	تطبيق المعرفة
0.83	عمليات إدارة المعرفة
0.81	الميزة التنافسية

المصدر: إعداد الباحث، 2020

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن جميع قيم معاملات كرونباخ ألفا صالحة لغايات الدراسة.

الجدول 2. توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لسنوات الخدمة والمسؤولية الوظيفية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الخدمة الفعلية	من 5- 10 سنوات	48	61.5
	أكثر من 10 سنوات	30	38.5

37.2	29	مدير وحدة	المسؤولية
62.8	49	مساعد مدير	الوظيفية
100	78	Total	

المصدر: إعداد الباحث، 2020

يبين الجدول (2) أن نسبة أفراد عينة الدراسة ممن تتراوح خدماتهم الفعلية ما بين 10-5 سنوات (61.5%)، ومن تزيد خدماتهم عن 10 سنوات (38.5%)، وبلغت نسبة المدراء (37.2%)، ونسبة مساعدي المدراء (62.8%).

لاختبار فرضيات الدراسة تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب واختبار تحليل الانحدار المتعدد والبسيط واختبار (T) للعينات المستقلة. وقد تم توزيع المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على أسئلة الاستبيان باعتماد المعايير التالية:

- درجة الموافقة المرتفعة: وتشمل الفقرات التي حصلت على متوسطات حسابية أكبر من (3.66) ونسبة مئوية أكبر من (73.2%).

- درجة الموافقة المتوسطة: وتشمل مجموعة الفقرات التي تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (2.34-3.66) ونسبة مئوية (46.8%-73.2%).

- درجة الموافقة المتدنية: وتشمل مجموعة الفقرات التي حصلت على متوسطات حسابية أقل من (2.34) ونسبة مئوية أقل من (46.8%).

الجدول 3. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد الدراسة

البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
اكتساب المعرفة	4.13	0.826	82.6	مرتفعة
تنظيم المعرفة	4.23	0.698	84.7	مرتفعة
خزن واسترجاع المعرفة	4.22	0.675	84.4	مرتفعة
نشر وتوزيع المعرفة	4.37	0.592	87.4	مرتفعة
تطبيق المعرفة	4.29	0.625	85.7	مرتفعة

مرتفعة	85.0	0.671	4.25	عمليات إدارة المعرفة
مرتفعة	86.7	0.599	4.33	الميزة التنافسية

المصدر: إعداد الباحث، 2020

يتضح من الجدول (3) أن قيم المتوسطات الحسابية للمتغير المستقل (إدارة المعرفة) بأبعادها والتابع جميعها ذات درجات مرتفعة، حيث بلغت متوسط المتغير المستقل "عمليات إدارة المعرفة" (4.25)، ومتوسط المتغير التابع "الميزة التنافسية" (4.33).

وفيما يلي تفصيل لنتائج الفقرات المعبرة عن أبعاد الدراسة:

أولاً: عمليات إدارة المعرفة:

الجدول 4. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات المعبرة عن متغيرات

الدراسة المستقلة

درجة الموافقة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	
مرتفعة	91.8	0.495	4.59	تتصف أنظمة الاتصالات في المنظمة بالكفاءة.	اكتساب المعرفة
مرتفعة	89.4	0.679	4.47	يتسم مفهوم المعرفة ومصادرها بالشمولية	
مرتفعة	85.6	0.788	4.28	تساهم إدارة المنظمة في تبسيط الإجراءات المتعلقة باكتساب المعرفة.	
مرتفعة	84.2	0.888	4.21	يسهم تخفيض الكلفة فيما يتعلق بتوثيق المعرفة الضمنية بتحقيق الميزة التنافسية للمنظمة.	
مرتفعة	78	0.934	3.9	يعتبر تزويد المنظمة بالمعرفة كاف للقيام بأنشطتها.	
مرتفعة	76.6	1.062	3.83	تعمل إدارة المنظمة على استمرارية تدفق المعلومات.	
مرتفعة	74.6	1.065	3.73	تتسم المعرفة التي توفرها المنظمة	

				بالشفافية	
مرتفعة	88.4	0.798	4.42	تصمم الهياكل التنظيمية بشكل يضمن المزج بين الموارد المتاحة للمنظمة لتحقيق الميزة التنافسية.	تنظيم المعرفة
مرتفعة	87	0.577	4.35	تدعم المنظمة المعرفة الملموسة وغير الملموسة.	
مرتفعة	85.8	0.626	4.29	تحفز المنظمة العاملين لديها لتحقيق أهدافها .	
مرتفعة	84.4	0.501	4.22	تعتبر المنظمة قادرة على السيطرة.	
مرتفعة	82.8	0.879	4.14	تنسق المنظمة الأنشطة المختلفة في اتجاه تحقيق أهدافها.	
مرتفعة	82.6	1.073	4.13	تعمل المنظمة على وضع الشخص المناسب في المكان المناسب.	
مرتفعة	81.6	0.834	4.08	تبني المنظمة خططها المستقبلية بشكل مناسب.	
مرتفعة	92	0.566	4.6	يتميز العاملون في المنظمة الفرق بين المعلومات والبيانات.	خزن واسترجاع المعرفة
مرتفعة	87	0.68	4.35	يمكن استرجاع المعلومات المخزنة في المنظمة.	
مرتفعة	86.4	0.73	4.32	تخزن المنظمة المعلومات والاقتراحات التي يبديها الزبون	
مرتفعة	86.2	0.61	4.31	تستعمل المنظمة برامج لتخزين المعلومات.	
مرتفعة	85.2	0.568	4.26	تستخدم المنظمة برامج مناسبة لممارسة أنشطتها.	
مرتفعة	85.2	0.673	4.26	تمكن المنظمة العاملين لديها من التعرف على برامج الخزن والاسترجاع.	
مرتفعة	84.8	0.742	4.24	يتميز العاملون في المنظمة خصائص	

				المعلومات الجيدة.	
مرتفعة	80.8	0.813	4.04	توضح المنظمة للعاملين آلية طلب المعلومات عند الحاجة.	
مرتفعة	79.4	0.821	3.97	تخزن المنظمة إبداعات العاملين لديها في قواعد بيانات حديثة .	
مرتفعة	77	1.033	3.85	تشرك المنظمة العاملين لديها بالدورات التدريبية .	
مرتفعة	89.4	0.575	4.47	تستخدم المنظمة شبكة اتصال داخلية بين الوحدات التنظيمية لضمان نشر المعرفة.	نشر وتوزيع المعرفة
مرتفعة	88.4	0.614	4.42	توزع المنظمة المعلومات على العاملين حسب الاختصاص	
مرتفعة	88.2	0.568	4.41	توفر المنظمة وسائل الاتصال المختلفة .	
مرتفعة	87.6	0.586	4.38	تتبادل المنظمة المعرفة اللازمة مع المنظمات الأخرى المشابهة .	
مرتفعة	87.6	0.629	4.38	تضمن المنظمة عملية الاتصال المباشر للعاملين في المنظمة بالانترنت.	
مرتفعة	85.4	0.75	4.27	توزع المنظمة المعرفة بأوقات مخططة.	
مرتفعة	85.2	0.633	4.26	تتنبأ المنظمة بالمعلومات المطلوبة وتعمل على توزيعها على العاملين	
مرتفعة	88.4	0.547	4.42	تعقد المنظمة الاجتماعات الدورية لمتابعة التغيرات التكنولوجية .	تطبيق المعرفة
مرتفعة	88.4	0.593	4.42	تعتمد المنظمة على عقل الإنسان وأفكاره لتطبيق الأعمال المحوسبة.	
مرتفعة	88	0.543	4.4	تستخدم إدارة المنظمة المعرفة في اتخاذ القرارات المتعلقة بالسوق	
مرتفعة	86.2	0.651	4.31	تحديث المنظمة المعرفة التي تمتلكها باستمرار.	
مرتفعة	87.2	0.534	4.36	يوجد في المنظمة مدير للمعرفة	

				Knowledge Manager لضمان تطبيقها.
مرتفعة	84.8	0.742	4.24	تعتمد المنظمة في ممارسة أنشطتها على البرامج.
مرتفعة	83.8	0.774	4.19	تستخدم المنظمة التقنية الحديثة، وخاصة الانترنت للاستفادة من الفرص لاستخدام المعرفة.
مرتفعة	83	0.823	4.15	يعد العاملان القدامى أحد المصادر للمنظمة لتطبيق المعرفة.
مرتفعة	79.8	0.933	3.99	تقوم المنظمة بتزويد العاملين بالمراجع والوثائق اللازمة في العمل.

المصدر: إعداد الباحث، 2020

1- اكتساب المعرفة:

ويتضح من الجدول (4) أن درجات الموافقة جاءت مرتفعة لجميع الفقرات المعبرة عن "اكتساب المعرفة" وتراوح ما بين (3.73-4.59)، حيث حصلت الفقرة " تتصف أنظمة الاتصالات في المنظمة بالكفاءة "على أعلى المتوسطات الحسابية، والفقرة " تتسم المعرفة التي توفرها المنظمة بالشفافية " على أدناها.

2- تنظيم المعرفة:

ويتضح من الجدول (4) أن درجات الموافقة جاءت مرتفعة لجميع الفقرات المعبرة عن "تنظيم المعرفة" وتراوح ما بين (4.08-4.42)، حيث حصلت الفقرة "تصمم الهياكل التنظيمية بشكل يضمن المزج بين الموارد المتاحة للمنظمة لتحقيق الميزة التنافسية" على أعلى المتوسطات الحسابية، والفقرة " تبني المنظمة خططها المستقبلية بشكل مناسب" على أدناها.

3- خزن واسترجاع المعرفة:

ويتضح من الجدول (4) أن درجات الموافقة جاءت مرتفعة لجميع الفقرات المعبرة

عن "خزن واسترجاع المعرفة" وتراوحت ما بين (3.85-4.6)، حيث حصلت الفقرة "يميز العاملون في المنظمة الفرق بين المعلومات والبيانات" على أعلى المتوسطات الحسابية، والفقرة "تشرك المنظمة العاملين لديها بالدورات التدريبية" على أدناها.

4- نشر وتوزيع المعرفة:

ويتضح من الجدول (4) أن درجات الموافقة جاءت مرتفعة لجميع الفقرات المعبرة عن "نشر وتوزيع المعرفة" وتراوحت ما بين (4.26-4.47)، حيث حصلت الفقرة "تستخدم المنظمة شبكة اتصال داخلية بين الوحدات التنظيمية لضمان نشر المعرفة" على أعلى المتوسطات الحسابية، والفقرة "تتنبأ المنظمة بالمعلومات المطلوبة وتعمل على توزيعها على العاملين" على أدناها.

5- تطبيق المعرفة:

ويتضح من الجدول (4) أن درجات الموافقة جاءت مرتفعة لجميع الفقرات المعبرة عن "تطبيق المعرفة" وتراوحت ما بين (3.99-4.42)، حيث حصلت الفقرة "تعقد المنظمة الاجتماعات الدورية لمتابعة التغيرات التكنولوجية" على أعلى المتوسطات الحسابية، والفقرة "تقوم المنظمة بتزويد العاملين بالمراجع والوثائق اللازمة في العمل" على أدناها.

ثانياً: الميزة التنافسية:

يشير الجدول (5) إلى درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على فقرات "الميزة التنافسية"

الجدول 5. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات المعبرة عن "الميزة التنافسية"

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	درجة الموافقة
توزع المنظمة الواجبات الوظيفية والأنشطة على عناصر العمل المختلفة.	4.44	0.549	88.8	مرتفعة
تضمن المنظمة انسياب العمل طبقاً للخطة الموضوعية.	4.4	0.651	88	مرتفعة

مرتفعة	87.6	0.564	4.38	تضع المنظمة برامج العمل اللازمة لتحقيق الأهداف التنافسية.
مرتفعة	86.6	0.658	4.33	تضع المنظمة برامج للرقابة على مراحل العمل لموائمتها مع الأداء الفعلي.
مرتفعة	86.4	0.614	4.32	تعمل إدارة المعرفة بفعالية في خفض تكاليف العمل.
مرتفعة	85.4	0.696	4.27	توازن المنظمة بين حجم العمل والأداء المطلوب.
مرتفعة	84.8	0.759	4.24	تضمن المنظمة تحقيق التوافق بين الموارد المتاحة وتحقيق الميزة التنافسية .
مرتفعة	83	0.666	4.15	تمتلك المنظمة قدرة على الاحتفاظ بالزبون في بيئة عمل اقتصادية متقلبة.
مرتفعة	83	0.666	4.15	تعمل عمليات إدارة المعرفة على تحسين الميزة التنافسية.

المصدر: إعداد الباحث، 2020

ويتضح من الجدول (5) أن درجات الموافقة جاءت مرتفعة لجميع الفقرات المعبرة عن "الميزة التنافسية" وتراوح ما بين (4.15-4.44)، حيث حصلت الفقرة " توزع المنظمة الواجبات الوظيفية والأنشطة على عناصر العمل المختلة " على أعلى المتوسطات الحسابية، والفقرة " تعمل عمليات إدارة المعرفة على تحسين الميزة التنافسية " على أدناها.

اختبار فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية الأولى: لا يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لعمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

لاختبار فرضية الدراسة الرئيسية الأولى قام الباحث باستخدام اختبار تحليل الانحدار، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول 6. نتيجة تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى والفرعية منها

Sig.	F	R2	T	Beta	
0.000*	1903.95	0.992	-4.820-	-.189-	اكتساب المعرفة
0.024*			2.304	0.203	تنظيم المعرفة
0.029*			2.232	0.167	خزن واسترجاع المعرفة
0.000*			11.07	0.513	نشر المعرفة
0.000*			4.28	0.3	تطبيق المعرفة
0.000*	358.262	0.825	18.928	0.908	اكتساب المعرفة
0.000*	1470.574	0.951	38.348	0.975	تنظيم المعرفة
0.000*	1381.879	0.978	37.174	0.974	خزن واسترجاع المعرفة
0.000*	2856.013	0.974	53.442	0.987	نشر المعرفة
0.000*	3351.336	0.978	57.891	0.989	تطبيق المعرفة

المصدر: إعداد الباحث، 2020

يشير الجدول (6) إلى أن أبعاد متغير عمليات إدارة المعرفة تمارس تأثيراً معنوياً على الميزة التنافسية ويظهر ذلك من خلال قيمة F البالغة (1903.95) وهي قيمة معنوية عند مستوى 0.05 وهو ما يدل أيضاً على معنوية الانموذج.

كما تظهر النتائج أن 99.2% من الاختلافات الحاصلة في الميزة التنافسية تعود لتطبيق إدارة المعرفة.

مما سبق نستطيع بطلان الفرضية التي تنص على: لا يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لعمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

الفرضية الفرعية الاولى من الرئيسية الثانية: لا يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لإكتساب المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

يشير الجدول (6) إلى أن بعد اكتساب المعرفة يمارس تأثيراً معنوياً على الميزة التنافسية ويظهر ذلك من خلال قيمة F البالغة (358.262) وهي قيمة معنوية عند مستوى 0.05 وهو ما يدل أيضاً على معنوية الانموذج.

كما تظهر النتائج أن 82.5% من الاختلافات الحاصلة في الميزة التنافسية تعود لبعد اكتساب المعرفة.

مما سبق يمكن بطلان الفرضية التي تنص على: لا يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاكتساب المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

الفرضية الفرعية الثانية من الرئيسية الثانية: لا يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتنظيم المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

يشير الجدول (6) إلى أن بعد تنظيم المعرفة يمارس تأثيراً معنوياً على الميزة التنافسية ويظهر ذلك من خلال قيمة F البالغة (1470.574) وهي قيمة معنوية عند مستوى 0.05 وهو ما يدل أيضاً على معنوية الانموذج.

كما تظهر النتائج أن 95.1% من الاختلافات الحاصلة في الميزة التنافسية تعود لبعد تنظيم المعرفة.

مما سبق يمكن بطلان الفرضية التي تنص على: لا يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتنظيم المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

الفرضية الفرعية الثالثة من الرئيسية الأولى: لا يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لخزن واسترجاع المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

يشير الجدول (6) إلى أن بعد خزن واسترجاع المعرفة يمارس تأثيراً معنوياً على الميزة التنافسية ويظهر ذلك من خلال قيمة F البالغة (1381.879) وهي قيمة معنوية عند

مستوى 0.05 وهو ما يدل أيضاً على معنوية الانموذج.

كما تظهر النتائج أن 94.8% من الاختلافات الحاصلة في الميزة التنافسية تعود لبعء خزن واسترجاع المعرفة.

مما سبق يمكن بطلان الفرضية التي تنص على: لا يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لخزن واسترجاع المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

الفرضية الفرعية الرابعة من الرئيسية الأولى: لا يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) نشر وتوزيع المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

يشير الجدول (6) إلى أن بعد نشر وتوزيع المعرفة يمارس تأثيراً معنوياً على الميزة التنافسية ويظهر ذلك من خلال قيمة F البالغة (2856.013) وهي قيمة معنوية عند مستوى 0.05 وهو ما يدل أيضاً على معنوية الانموذج.

كما تظهر النتائج أن 97.4% من الاختلافات الحاصلة في الميزة التنافسية تعود لبعء نشر وتوزيع المعرفة.

مما سبق يمكن قبول الفرضية التي تنص على: يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لنشر وتوزيع المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

الفرضية الفرعية الخامسة من الرئيسية الأولى: لا يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتطبيق المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

يشير الجدول (6) إلى أن بعد تطبيق المعرفة يمارس تأثيراً معنوياً على الميزة التنافسية ويظهر ذلك من خلال قيمة F البالغة (3351.336) وهي قيمة معنوية عند مستوى 0.05 وهو ما يدل أيضاً على معنوية الانموذج.

كما تظهر النتائج أن 97.8% من الاختلافات الحاصلة في الميزة التنافسية تعود لبعد تطبيق المعرفة.

مما سبق يمكن بطلان الفرضية التي تنص على: لا يوجد أثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتطبيق المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

الفرضية الرئيسية الثانية: لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن تعزى للمتغيرات الوظيفية (الخدمة الفعلية في الوظيفة، المسؤولية الوظيفية).

لاختبار فرضية الدراسة الفرعية الأولى من الرئيسية الثالثة قام الباحث باستخدام اختبارات للعينات المستقلة والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول 7. نتائج ت للعينات المستقلة لاختبار تأثير متغير الجنس

مستوى الدلالة	درجة الحرية	ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد		
0.271	76	-1.108	0.63601	4.2755	48	من 5- 10 سنوات	الخدمة
			0.53066	4.4296	30	أكثر من 10 سنوات	الفعالية
0.038*	76	2.117	0.50855	4.5172	29	مدير وحدة	المسؤولية
			0.62647	4.2268	49	مساعد مدير	الوظيفية

المصدر: إعداد الباحث، 2020

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيمة ت كانت دالة احصائية لتأثير المسؤولية الوظيفية ولم تكن دالة لتأثير الخدمة الفعلية، وهذا يمكننا من قبول الفرضية التي تنص على: يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن تعزى لمتغير المسؤولية الوظيفية حيث كانت الفروقات لصالح مدراء الوحدة، ولا يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن تعزى لمتغير الخدمة الفعلية.

النتائج والتوصيات:

أولاً: النتائج: من خلال استجابات افراد عينة الدراسة نرى ان جميع الاجابات جاءت بنسب ايجابية مرتفعة نسبيا من جهة تطبيق المعرفة في منظمات صناعة الأدوية الأردنية وبجميع محاور عمليات إدارة المعرفة (اكتساب المعرفة، تنظيم المعرفة، خزن واسترجاع المعرفة، نشر المعرفة، وتطبيق المعرفة).

اما نتائج اختبار الفرضيات

الفرضية الرئيسية الاولى: يوجد اثر ذا دلالة احصائية عند مستوى دلالة (05 α) لتطبيق عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن حيث بلغ المتوسط الحسابي للقوة التفسيرية لعمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية ($R^2=0.94$) ويعني انها قوة تفسيرية عالية وان ابعاد إدارة المعرفة هي 94% من المتغير التابع الميزة التنافسية.

الفرضية الرئيسية الثانية: اشارة النتائج لوجود فروق ذات دلالة احصائية لأثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية تعزى لمتغير الخدمة الفعلية و اشارة الى عدم وجود فروق لعمليات إدارة المعرفة ذات دلالة احصائية تعزى لمتغير المسؤولية الوظيفية.

هدفت الدراسة الى اختبار الفروض العلمية التالية :

1-أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن.

2- أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات صناعة الأدوية في الأردن تعزى لمتغيرات الوظيفية (الخدمة الفعلية في الوظيفة ،المسؤولية الوظيفية، وبعد التحليل الإحصائي تم الوصول الى صحة الفروض العلمية أعلاه.

ثانياً: التوصيات: من خلال نتائج الدراسة والاطلاع على الدراسات السابقة يرى الباحث انه لا بد من التوصيات التالية:

- يلزم وجود إدارة مستقلة لإدارة المعرفة في منظمات صناعة الأدوية في الأردن.

- استمرارية تطبيق عمليات إدارة المعرفة (المعرفة) بين ثناياها.
- تأهيل وتدريب العاملين على تكنولوجيا المعلومات (الحاسوب والبرمجيات).
- مشاركة المعرفة وتوزيعها في جميع انحاء المنظمة .
- وضع الخطط والسياسات و البرامج واتخاذ القرار لتحقيق الميزة التنافسية، وهذا البحث يمثل إضافة للمكتبة العربية.

المراجع

المراجع العربية:

- 1- الهام محمد عليوي، تحقيق الميزة التنافسية في إطار عمليات إدارة المعرفة، كلية دجلة قسم إدارة الأعمال، بغداد، 2016 .
- 2- حجازي، هيثم علي، إدارة المعرفة، 2005.
- 3- اعداد: مبارك عوشه وليلى بن منصور، المؤتمر العلمي الدولي بحث بعنوان " إدارة المعرفة كتوجه إداري حديث للمنظمات في عصر العولمة"، جامعة الجنان، لبنان،، 2012.
- 4- السالم، مؤيد سعيد، ، إدارة موظفي المعرفة في منظمات التعلم، عمان، جامعة العلوم التطبيقية، ٢٠٠٦.
- 5- غباش ، فاضل راضي ، " ادوار إدارة المعرفة التنظيمية ورأس مال الزبون "، العلاقة والأثر ، دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي الاهلي في محافظة النجف، مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد 16، العدد 57 ، 2010.
- 6- ليوناردو ، وجيفري ماكجي ، " الكفاءات المميزة والميزة التنافسية " دراسة استطلاعية لتجار التجزئة المستقلة الصغيرة، جامعة تكساس، اولينغتون، 2009.
- 7- العلي، عبد الستار، وآخرون، المدخل الى إدارة المعرفة، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2006.
- 8- الكبيسي، صلاح، إدارة المعرفة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، بحوث ودراسات، 2015.

- 9- نجم، نجم عبود، إدارة المعرفة والمفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، عمان، دار الوراق للنشر والتوزيع، 2008.
- 10- الداسي، وهيبه حسين، إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة ماجستير، سوريا، دمشق، جامعة دمشق، 2007.
- 11- حمود، حظير كاظم، منظمة المعرفة، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2010.
- 12- البكري، ثامر، بحث مقدم الى المؤتمر العلمي الثاني جامعة العلوم التطبيقية الأردنية كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية نيسان /2006 إدارة المعرفة التسويقية وانعكاساتها على العلاقة مع الزبون لتحقيق الميزة التنافسية.
- 13- الساعد و وحریم، بحث مقدم للمؤتمر الثاني، الجامعة التطبيقية الخاصة، عمان، 2011.
- 14- فريدة بوغازي "تأثير تطبيق إدارة المعرفة على تطبيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية : مؤسسة الاتصالات الخلوية، بحث منشور مجلة العلوم الانسانية جامعة قسنطينة (ISSN 1111-505X). 2016.

المراجع الأجنبية:

1. Henderson, Jeff, "Knowledge Management: Role in the International Marketplace", Agency Sales Magazine, Apr, vol. 34, n. 4.
2. Porter, M, competitive advantage creating and sustaining superior performance, The free press, New York.
3. Daft, R. **Organization theory and design**, 7 th ed, Jake W .Calhoun, New York, 2001.
4. Survary, M. **Knowledge management and Competition in Consulting** Industry Management Review, Vol. 41, No2, 2005.
5. Robbins, Stephen, **Essentials of Organization Behavior**, New Jersey : prentice Hall ,p.131, 2000.
6. Meihami, Bahram. & Meihami, Hussein. **Knowledge management a way to gain a competitive advantage in firms (evidence of manufacturing companies)**. International Letters of Social and Humanistic Sciences, 14, PP 80- 91, 2014.