

تحقيق الإبداع في المؤسسة من خلال إدارة المعرفة
دراسة حالة قطاع الاتصالات للهاتف النقال - موبيليس-
**Achieving creativity in the organization through knowledge
management: Mobile phone case study - Mobilis**

أ. عبد الحكيم بن سالم

أستاذ محاضر صف "أ"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير

جامعة بشار - الجزائر

hakimbensalem7@gmail.com

د. إلياس سليمان

أستاذ محاضر صف "أ"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير

جامعة بشار - الجزائر

iliesmc@hotmail.fr

المخلص:

يكن الهدف الرئيسي للإبداع في ربط المؤسسة بسوقها، وبيئتها بهدف التكيف بإستمرار مع حاجات ورغبات المستهلكين الحاليين والمرتقبين، هذا الهدف لا يمكن بلوغه إلا إذا وجدت المؤسسة وسيلة تجعلها تحقق الإبداع من خلال الإستخدام الأمثل للمعرفة، وكيفية تسيير معارفها الكامنة لدى منتسبيها من أجل بلوغ الهدف المرجو. الكلمات المفتاحية: الابداع، ادارة المعرفة، قطاع الهاتف النقال، موبيليس.

Abstract:

The main purpose of creativity in linking the institution for its hippy market, and its environment with a view to adapt constantly to the needs and wishes of the current and prospective buyers, this goal can be attained only if the institution as a means to make them achieve creativity through the optimal use of knowledge, and how to conduct their knowledge of the affiliates in order to achieve the desired goal.

Keywords : creativity, knowledge management, Mobile phone sector, Mobilis.

المقدمة:

يشكل حقل "إدارة المعرفة" تحولاً جذرياً في طبيعة أعمال منظمات الأعمال في سعيها لتكوين منظمات تعليمية Learning Organizations تحقق خلق المعرفة وتبادلها وتوفيرها في الوقت والمكان المناسبين، عن طريق زيادة استخدام تكنولوجيا المعلومات وربط الأفراد بعضهم مع بعض في شبكات إلكترونية تساعدهم في تبادل الأفكار والمعلومات والخبرات أسرع وأسهل من ذي قبل. فمنذ أن واكب العالم آفاق ثورة التكنولوجيا وما تلاها من ثورة معلوماتية واتصالية، أخذت منظمات الأعمال في مواجهة تحديات ومخاطر حركة العولمة والتطورات التكنولوجية الهائلة، التي هددت بقاءها واستمرار أعمالها محلياً وعالمياً على السواء.

وقد وفرت إدارة المعرفة فرصاً كثيرة للمنظمات في المجتمعات المتقدمة لتحقيق تقدم تنافسي من خلال ابتكار تكنولوجيا ووسائل إنتاج وأساليب عمل جديدة ساهمت في خفض التكلفة وزيادة الأرباح. كل ذلك أدى إلى خلق ما يسمى "صناعة المعرفة" وإلى ظهور مصطلحات مثل "اقتصاد المعرفة" و"مجتمعات المعرفة" وإدارة المعرفة والتي أصبحت تشكل اليوم موضوع الساعة لقطاع الأعمال بالدول المتقدمة.

ويعتبر الإبداع هدف النشاطات المتميزة لأغلب المنظمات التي تعمل على نشر المعرفة، فهذه المنظمات تعمل على تبني أساليب متميزة لتحريك وتحفيز قدرات مواردها البشرية الإبداعية.

ففي خضم كل هذه الظروف والمتغيرات التي يعززها التطور التكنولوجي، تسعى جل المؤسسات إلى البحث عن الطرق والسبل الكفيلة التي من شأنها دعم مكانتها. من هذا المنطلق برز نشاط الإبداع كأحد الأساليب الحديثة التي تعتمدها هذه المؤسسات من خلال تطبيق إدارة المعرفة بإعتبارها المناخ المحفز لهذا النشاط في ظل بروز نوع جديد من المنافسة يقوم على المنافسة بالإبداع، قوامه تقديم كل ما هو جديد والذي من شأنه دعم وتفوق وتميز أداء المؤسسة. وعليه يمكن صياغة إشكالية الدراسة على الشكل التالي: **كيف تساهم إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع في المؤسسة؟**

- فرضيات الدراسة:

تم صياغة فرضيتين للدراسة:

الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباط إيجابية بين إدارة المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة؛

الفرضية الثانية: هنالك تأثير ذو دلالة معنوية لإدارة المعرفة على تحقيق الإبداع في المؤسسة.

أولاً: الإطار النظري

1/ إدارة المعرفة (المفهوم، الأهمية):

يختلط مصطلح المعرفة لدى الكثير بمصطلحين آخرين هما: البيانات [DATA] أو المعطيات

والمعلومات [INFORMATION]، نحاول أن نوضح كلا منهما على حدى:

أ- البيانات [Data]:

هي المادة الخام، تعرف على أنها أوصاف بدائية و أشياء أو أحداث أو نشاطات وهي مخزنة ومصنفة ولكنها ليست منظمة لتعطي أي شيء يحمل معنى، وهي أيضا ملاحظات غير مهضومة وحقائق غير مصقولة تظهر في أشكال مختلفة قد تكون أرقاما أو حروفا أو كلمات أو إشارات متناظرة أو صوراً.¹

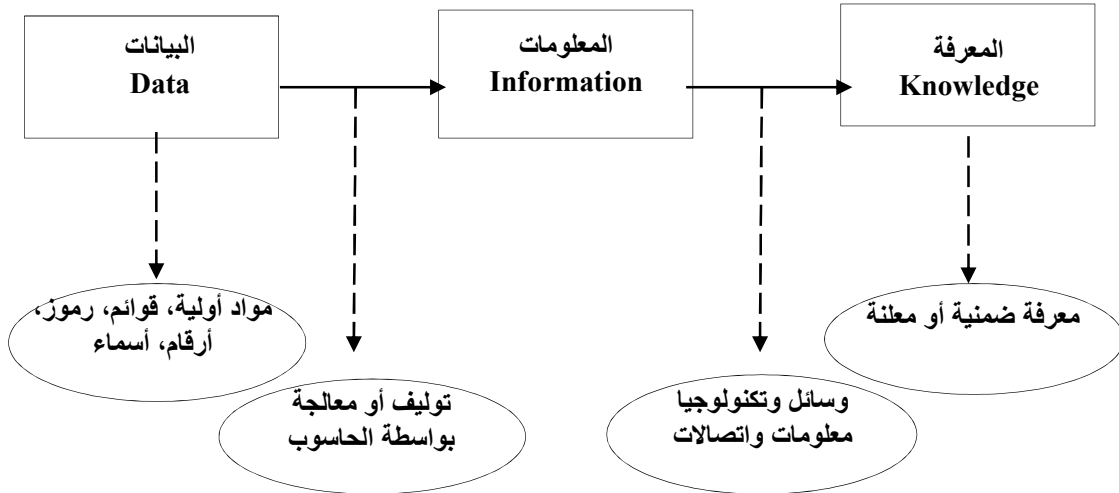
ب- المعلومات (Information):

هي ناتج معالجة البيانات من خلال إخضاعها لعمليات خاصة بذلك مثل التحليل، والتركيب من أجل استخلاص ما تتضمنه البيانات من مؤشرات وعلاقات ومقارنات وموازنات ومعدلات وغيرها، من خلال العمليات الحسابية المتعلقة بعلم الرياضيات والطرق الإحصائية والرياضية والمنطقية، فالمعلومات هي البيانات التي خضعت للمعالجة.²

ج- المعرفة:

المعرفة مزيج من الخبرات والمهارات والقدرات والمعلومات المتراكمة لدى العاملين والمنظمة قابلة للتواصل والفهم والاستيعاب من قبل الأفراد، لذا فإنه إذا لم تخضع المعلومات للاستخدام والتطبيق فإنها لن تكون معرفة.³

الشكل(1): يوضح العلاقة بين البيانات والمعلومات والمعرفة



المصدر: عبد الستار العلي وآخرون، مدخل إلى إدارة المعرفة، ص115

1- مفهوم إدارة المعرفة:

إدارة المعرفة هي عمليات استخدام، ترتيب وتنظيم المعرفة الموجودة في المؤسسة من أجل تحقيق وبلوغ أهداف المؤسسة وتحسين أدائها وهذا بالاعتماد على مجموع الخبرات والمعارف الموجودة في المؤسسة.⁴

إدارة المعرفة هي مدخل لإضافة أو إنشاء القيمة من خلال المزيج أو التركيب بين عناصر المعرفة من أجل إيجاد توليفات معرفية أفضل مما عليه كبيانات أو معلومات أو معارف منفردة.⁵

يقصد بإدارة المعرفة على صعيد المنظمات والمجتمعات تلك الجهود التي تبذل من أجل إتمام واستكمال الخطوات والوظائف لتحصيل المعرفة واكتسابها وتوزيع المعرفة وإيصالها بالإضافة إلى تفسير المعرفة وتوظيفها واستثمارها.⁶

2- أهمية إدارة المعرفة:

يمكن إجمال أهمية إدارة المعرفة في النقاط الآتية:⁷

- تعد إدارة المعرفة فرصة كبير للمنظمات لتخفيض التكاليف ورفع موجداتها الداخلية لتوليد الإيرادات الجديدة.
- تعد عملية نظامية تكاملية لتنسيق أنشطة المنظمة المختلفة في اتجاه تحقيق أهدافها.
- تعزز قدرة المنظمة للاحتفاظ بالأداء المؤسسي المعتمد على الخبرة والمعرفة وتحسينه.
- تعد أداة تحفيز للمنظمات لتشجيع القدرات الإبداعية لمواردها البشرية لخلق معرفة جيدة والكشف.

3- عمليات إدارة المعرفة:

1-3 - توليد المعرفة:

توليد المعرفة هو خلق وإبداع وابتكار معارف جديدة من خلال العمل ومشاركة جماعات العمل في المنظمة لتوليد رأس مال معرفي جديد وإيجاد حلول لمشاكل تعاني منها المنظمة. وقد تزود المنظمة أو المؤسسة بقدرات تميزها عن غيرها في تحقيق إنجازات، وخطوط عمل جديدة والتشريع في حل المشكلات ونقل الممارسات الأفضل وتطوير مهارات الفنيين ومساعدة الإدارة في توظيف المواهب والاحتفاظ بها، وبذلك تعود المعرفة إلى الإبداع الذي يخلق معرفة جديدة.⁸

2-3 - تخزين المعرفة:

باتت عملية خزن المعرفة والاحتفاظ بها مهمة جدا لا سيما للمنظمات التي تعاني من معدلات عالية لدوران العمل والتي تعتمد على التوظيف والاستخدام بصيغة العقود المؤقتة والاستشارية لتوليد المعرفة فيها، لأن هؤلاء يأخذون معرفتهم الضمنية غير الموثقة معهم، أما الصريحة فتبقى مخزونة وموثقة في قواعدها، كالذاكرة

التنظيمية التي تحتوي على المعرفة الموجودة في أشكال مختلفة بما فيها الوثائق المكتوبة والمعلومات المخزنة في قواعد البيانات الالكترونية والمعرفة الإنسانية المخزنة في النظم الخبيرة والمعرفة الموجودة في الإجراءات والعمليات التنظيمية الموقعة، ويعتبر التوثيق في الذاكرة التنظيمية طريقة ملائمة للمحافظة على المعرفة الظاهرة، أما المعرفة الضمنية فيتم الاحتفاظ بها وخبزها عن طريق التدريب والحوار.⁹

3-3- توزيع المعرفة:

المعرفة بوصفها موجودا تزداد بالاستخدام والمشاركة، ويتبادل الأفكار والخبرات والمهارات بين الأشخاص تنمو وتتعاظم لدى كل منهم،¹⁰ لذا سعت المنظمات إلى تشجيع المشاركة، وتشمل عملية توزيع المعرفة على العمليات التالية: التوزيع، النشر، المشاركة، التدفق، النقل والتحرك، ومن أساليب توزيع المعرفة ما يلي:

- فرق المشروع المتنوعة معرفيا للتوزيع الداخلي.
- شبكة المعلومات الداخلية (الانترانات).
- التدريب من قبل الزملاء القدامى ذوي الخبرة.

3-4- تطبيق المعرفة:

إن الهدف والغاية من إدارة المعرفة هو تطبيق المعرفة المتاحة للمنظمة وهذا التطبيق هو ابرز عملياتها، وتشير هذه العملية إلى مصطلحات الاستعمال، إعادة الاستعمال، الاستفادة، والتطبيق. إن تطبيق المعرفة يسمح بعمليات التعلم الفردي الجماعي الجديدة والتي تؤدي إلى ابتكار معرفة جديدة،¹¹ ومن هنا جاءت تسمية عمليات إدارة المعرفة بالحلقة المغلقة (Closed cycle)، وقد استخدمت عدة أساليب لتطبيق المعرفة:

- الفرق متعددة الخبرات الداخلية.
- مبادرات العمل.
- مقترحات الخبير الداخلي.
- اعتماد مقاييس للسيطرة على المعرفة.
- التدريب الفرقي من قبل خبراء متمرسين.

2/ الإبداع في المؤسسة:

1- مفهوم الإبداع:

أول من اهتم بمصطلح الإبداع هو الاقتصادي الأمريكي النمساوي الأصل شامبتر¹² وعرف فيه الإبداع على أنه " استخدام الموارد المتاحة بطريقة جديدة بهدف خلق سلع وخدمات جديدة".¹³

عرف عبد الفتاح الإبداع " القدرة على التركيز لفترات طويلة في مجال الاهتمام والقدرة على تكوين روابط واكتشاف علاقات جديدة".¹⁴

عرف الصرن الإبداع " بأنه أفكار جديدة ومفيدة ومتصلة بحل مشكلات معينة أو تجميع وإعادة تركيب الأنماط المعروفة من المعرفة في أشكال فريدة، ولا يقتصر الإبداع على الجانب التكتيكي لأنه يشمل

تطوير السلع والعمليات المتعلقة بها وإعداد السوق فحسب، بل يتعدى أيضا الآلات والمعدات وطرائق التصنيع والتحسينات في التنظيم نفسه ونتائج التدريب والرضا عن العمل، بما يؤدي إلى ازدياد الإنتاجية".¹⁵

2- مراحل الإبداع:



المصدر: من إعداد الباحثين

3- خصائص الإبداع:

للإبداع مجموعة من الخصائص نذكرها منها:¹⁶

- الإبداع ظاهرة فردية وجماعية فهو ليس حكرا على الأفراد وليس عملية فردية حيث تتم ممارسته عن طريق الجماعات والمؤسسات.
- الإبداع ظاهرة إنسانية عامة وليست ظاهرة خاصة: فهو ليس حكرا على العلماء والخبراء والأخصائيين فالإنسان العاقل إنسان مبدع حيث تنطوي شخصيته على عناصر إبداعية.
- الإبداع كالشخصية يرتبط بالعوامل الموروثة كما يمكن تمييزه وتطويره: فالعوامل الوراثية لها تأثيرها الكبير في وجود الاستعدادات الإبداعية لدى الفرد. فهو يتميز: بالجدية والحدثة.

3/ علاقة إدارة المعرفة بالإبداع:

اتجهت كثير من الدراسات والأبحاث إلى اظهار العلاقة الترابطية والسببية بين إدارة المعرفة والابداع ولكن أغلب هذه الدراسات والأبحاث إنصرفت نحو التأطير النظري والوصفي لهذه العلاقة، ولم يتح لأغلبها الاختبار والقياس عمليا، حيث تؤكد هذه الدراسات أنه في بيئة الأعمال اليوم تكون المعرفة هي المصدر الأكد للميزة التنافسية، وعندما تتغير الأسواق وتزداد التقنيات ويزداد عدد المنافسين وتتقدم المنتجات بسرعة،¹⁷ تولد المنظمات الناجحة المعرفة الجديدة باستمرار، ثم تنشرها داخل التنظيم وتجسدها على نحو سريع في المنتجات والخدمات الجديدة وتبدع باستمرار.

وقد أشار Drucker أيضا إلى طبيعة العلاقة بين هذين المتغيرين (المعرفة والابداع) عندما يقول، أن عمل الابداعات عبر التاريخ كان معتمدا على المعرفة الجديدة، وعلى الرغم من أن ليس كل الابداعات المعتمدة على المعرفة مهمة، إلا أنها كانت تختلف في معدلات الوقت الذي تأخذه وفي معدلات الخسارة وفي امكانية توقعها، وأكدت الدراسة أن الابداعات المعتمدة على المعرفة لها عمر أطول وتفوق الأخرى، وعلى الرغم من صعوبتها لكن يمكن ادارتها وتسويقها أكثر من الأنواع الأخرى من الابداع،¹⁸ وأشارت دراسة Drucker أن هناك فجوة بين توليد المعرفة وبين عكسها للاستخدام في انتاج منتجات جديدة، وأكدت الدراسة على أن تلك

الإبداعات تحتاج إلى العديد من أنواع المعرفة كي تكون فعالة وعلى ضرورة التجانس بين الأنواع المختلفة للمعرفة.

- أثر إدارة المعرفة على أداء وتعلم العاملين:

تؤثر إدارة المعرفة على العاملين في المنظمة بطرق مختلفة، الأولى تستطيع إدارة المعرفة من توصيل عملية التعلم (Learning) لديهم وذلك من خلال بعضهم لبعض وكذلك من خلال المصادر الخارجية للمعرفة وبالتأكيد إن هذا التعلم يفرض تأثيره على عملية نمو المنظمة باضطراد ويمدها بقدرة كبيرة على التغيير استجابة لمتطلبات السوق والتطور التكنولوجي، والطريقة الثانية التي تمارس بها إدارة المعرفة تأثيرها على العاملين في المنظمة هو جعلهم أكثر مرونة إضافة إلى تدعيمها لرضا العمل لديهم، وهذا يعني مساعدة العاملين على بناء قدراتهم في التعلم وفي حل ومعالجة مختلف المشاكل التي تواجه نشاطات المنظمة،¹⁹ ذلك لأن إدارة المعرفة تساعد العاملين في المنظمة على التعلم والانطلاق نحو المعرفة المتجددة في مجال حقولهم وتخصصاتهم المختلفة ويتم هذا بطرق مختلفة بما في ذلك تجسيد المعرفة ودمج المعرفة وجعلهم متفاعلين اجتماعياً ومتشاركين في التطبيقات.

ثانياً: الدراسة الميدانية

نموذج الدراسة:

يتكون نموذج الدراسة من متغيرين اثنين، متغير مستقل هو إدارة المعرفة ومتغير تابع هو الإبداع، كون أن إدارة المعرفة لها علاقة تأثير في تحقيق الإبداع. ويمكن تمثيل نموذج الدراسة بالمعادلة التالية:

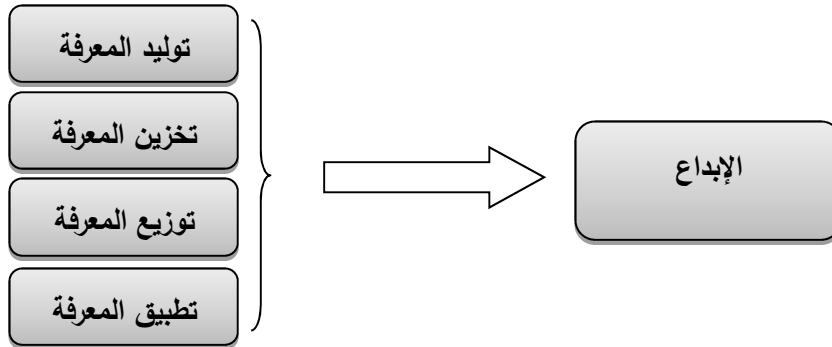
$$Y=f(x)$$

حيث أن:

متغير تابع (y) : الإبداع

متغير مستقل (x) : إدارة المعرفة.

المتغير التابع المتغير المستقل



المصدر: من إعداد الباحثين

عينة الدراسة:

بعد اختيار العينة التي تعتبر من الخطوات الهامة في إجراء دراسة ميدانية على مجتمع كبير نسبياً، فقد يتعذر تطبيق الدراسة على جميع أفراد مجتمع الدراسة، وكذلك نظراً لكبر العدد وقلة الوقت، وفي هذه الحالة يمكن اختيار عينة ممثلة لمجتمع الدراسة حتى يمكن تمثيله وذلك على أساس أن العينة الممثلة سوف توصلنا إلى النتائج نفسها تقريباً لو أننا قمنا بإجراء الدراسة مع المجتمع ككل.

وقد تم تحديد حجم العينة العشوائية البسيطة في هذه الدراسة 60 عامل حيث تم توزيع 80 استمارة على مجتمع الدراسة شملت إطارات وعمال مؤسسة موبيليس، وتم تحديدهم بالتعاون مع رئيس مصلحة بالمؤسسة، وقد تمكنا من إسترجاع 60 فقط نظراً لإستبعاد 20 لأسباب تتمثل إما في التكتّم عن المعلومات أو إجابات جزئية التي من شأنها أن تعرقل سير الدراسة.

إن أول ما قمنا به لإعداد الاستبيان هو تحديد محاوره، فتم ذلك انطلاقاً من فرضيات الدراسة والمعلومات المحصل عليها من خلال المقابلات التي تمت، وقد تم تقديم هذا الاستبيان بفقرة تعريفية بموضوع الدراسة، حث فيها الإطارات على التعاون، حسن التجاوب والصدق في الإجابة؛ لتليها معلومات تعريفية بالحالة الشخصية للمجيب تخص السن، المستوى التعليمي، عدد سنوات الخبرة.

إن كل ما سبق سمح لنا بتصميم استبيان ضم 28 عبارة موزعة على محورين:

1- محور خاص بإدارة المعرفة: ويضم العبارات من 1 إلى 19 ويحوي أربعة أجزاء تمثل عمليات إدارة المعرفة:

- توليد المعرفة: ويضم العبارات من 1 إلى 08.
- تخزين المعرفة: ويضم العبارات من 9 إلى 12.
- توزيع المعرفة: ويضم العبارات من 13 إلى 16.
- تطبيق المعرفة: ويضم العبارات من 17 إلى 19.

2- محور خاص بالإبداع: ويضم العبارات من 20 إلى 28

هذا وقد تدرج هذه العبارات على سلم ذو خمسة درجات هو سلم ليكرت وذلك كما هو مبين فيما يلي:

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة
1	2	3	4	5

الجدول رقم 01: خصائص المتغيرات الشخصية

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	40 66,7%
	أنثى	20 33.30%
	المجموع	60 100%
العمر	أقل من 30 سنة	26 43.30%
	من 30-40 سنة	23 38.30%
	أكبر من 40 سنة	11 18.40%
	المجموع	60 100%
الخبرة	أقل من 05 سنوات	19 31.70%
	من 05-10 سنوات	27 45.00%
	أكثر من 10 سنوات	14 23.30%
	المجموع	60 100%
المستوى التعليمي	ثانوي	07 11.70%
	مهندس	05 8.20%
	ماجستير	04 6.70%
	جامعي (لم ينه الدراسة)	19 31.70%
	ليسانس	25 41.70%
	المجموع	60 100%

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات SPSS

- بعد ذلك تم قياس معامل التباين للدراسة هو مقياس ألفا كرونباخ الذي قدر بحوالي 0,73 أي حوالي 73.00% مما يدل على إستقرار واضح وتباث الأداة في إعطاء نفس النتائج في وقت وفي ظروف أخرى.

الجدول رقم 02: معامل ألفا كرونباخ لمحاور الدراسة

الرقم	المحور	معامل ألفا كرونباخ
-------	--------	--------------------

01	توليد المعرفة	0.65
02	تخزين المعرفة	0.83
03	توزيع المعرفة	0.70
04	تطبيق المعرفة	0.75
05	تحقيق الإبداع	0.72
06	محاور الدراسة ككل	0.73

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات SPSS

معامل الارتباط ما بين إدارة المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة:

الجدول رقم 03: معامل الارتباط بين إدارة المعرفة وتحقيق الإبداع

متغيرات إدارة المعرفة	توليد المعرفة	تخزين المعرفة	توزيع المعرفة	تطبيق المعرفة	المتغير التابع ككل
تحقيق الإبداع	0.581	0.271	0.465	0.444	0.726

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات SPSS

يلاحظ من الجدول أن معاملات الارتباط ليست بالقوية في الإسهام في تحقيق الإبداع في المؤسسة، وأن توليد المعرفة تمثل أعلى معامل ارتباط في تحقيق الإبداع، حيث بلغ 0,581 أي ب 58,1% وهذا يدل على أنه يوجد إطار عمل بجد لتوليد المعرفة ومن ثم مساهمتها في تحقيق الإبداع، في حين أن التخزين والتوزيع وتطبيق المعرفة لم يكن مرتفعاً بالشكل المطلوب، لذا يجب على مؤسسة موبيليس إعادة النظر في هذه العناصر.

- إن معامل الارتباط الكلي بين إدارة المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة $R=0.726$ هذا يدل على أنه هناك ارتباط قوي بين إدارة المعرفة وتحقيق الإبداع.

معامل التحديد R^2 :

يستخدم معامل التحديد لمعرفة مقدار التأثير والدلالة على العلاقة بين المتغيرين x و y وتتراوح قيمته بين الصفر والواحد. وبحساب معامل التحديد: $R^2=0.527$ وهذا يعني أن إدارة المعرفة قادرة على تفسير ما نسبته 52,7% من التغيرات التي تطرأ على تحقيق الإبداع.

إختبار الفرضيات:

1- إختبار الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباط إيجابية بين إدارة المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة.

أ- الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة ارتباط إيجابية بين توليد المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة.

توجد علاقة ارتباط إيجابية بين توليد المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة عند مستوى

$\alpha = 0.05$ حيث بلغت قيمة T المحسوبة (5,434) وهي أكبر من الجدولية البالغة (1.671) عند مستوى $\alpha = 0.05$ وبالتالي رفض H_0 التي تنص على عدم وجود علاقة ارتباط بين توليد المعرفة وتحقيق الإبداع وقبول الفرضية H_1 التي مفادها (توجد علاقة ارتباط إيجابية بين توليد المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة) ويمكن تفسير ذلك أن مؤسسة موبيليس مهتمة بالمعرفة الخارجية والداخلية فضلا عن حرصها على تشجيع الإضافات الملموسة للمعرفة.

ب- الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ارتباط إيجابية بين تخزين المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة.

توجد علاقة ارتباط إيجابية بين تخزين المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة عند مستوى $\alpha = 0.05$ حيث بلغت قيمة T المحسوبة (2,147) وهي أكبر من الجدولية البالغة (1.671) عند مستوى $\alpha = 0.05$ وبالتالي رفض H_0 التي تنص على عدم وجود علاقة ارتباط بين تخزين المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة وقبول الفرضية H_1 التي مفادها (توجد علاقة ارتباط إيجابية بين تخزين المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة) ويمكن تفسير ذلك أن مؤسسة موبيليس تركز على توفير المختبرات والورش الحديثة فضلا عن توفير قواعد بيانات تسهل العملية المعرفية، وكذلك الاعتماد على النظم الخبيرة الداعمة للعمل والموجودة على الحاسوب بما يسهم في تحقيق الإبداع.

ج- الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة ارتباط إيجابية بين توزيع المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة.

توجد علاقة ارتباط إيجابية بين توزيع المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة عند مستوى $\alpha = 0.05$ حيث بلغت قيمة T المحسوبة (4,001) وهي أكبر من الجدولية البالغة (1.671) عند مستوى $\alpha = 0.05$ وبالتالي رفض H_0 التي تنص على عدم وجود علاقة ارتباط بين توزيع المعرفة وتحقيق الإبداع وقبول الفرضية H_1 التي مفادها (توجد علاقة ارتباط إيجابية بين توزيع المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة) ويمكن تفسير ذلك أن مؤسسة موبيليس تهتم بالمنشورات الداخلية وكيفية توزيعها على العاملين وكذا إتاحة الأنترنت للجميع من أجل التواصل والوصول الى قواعد بيانات، كل هذا من شأنه أن يساهم في تحقيق الإبداع.

د- الفرضية الفرعية الرابعة: توجد علاقة ارتباط إيجابية بين تطبيق المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة.

توجد علاقة ارتباط إيجابية بين تطبيق المعرفة وتحقيق الإبداع عند مستوى $\alpha = 0.05$ حيث بلغت قيمة T المحسوبة (3,779) وهي أكبر من الجدولية البالغة (1.671) عند مستوى $\alpha = 0.05$ وبالتالي رفض H_0 التي تنص على عدم وجود علاقة ارتباط بين تطبيق المعرفة وتحقيق الإبداع وقبول الفرضية H_1 التي مفادها (توجد علاقة ارتباط إيجابية بين تطبيق المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة) ويمكن تفسير ذلك أن مؤسسة موبيليس تعتمد على الخبراء في المعرفة لتدريب فرق العمل من أجل التطبيق الفعال للمعرفة وتنمية الإبداع.

الجدول رقم 04: قيمة T المحسوبة والجدولية للمتغيرين إدارة المعرفة والإبداع

قيمة T الجدولية عند مستوى معنوية 0,05	إدارة المعرفة	المتغير التابع
		المتغير المستقل
1,671	R=0,726	تحقيق الإبداع
	2,60	قيمة T المحسوبة

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول وجود علاقة إرتباط إيجابية بين إدارة المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة عند مستوى $\alpha = 0.05$ حيث بلغت قيمة T المحسوبة (2,60) وهي أكبر من الجدولية البالغة (1.671) عند مستوى $\alpha = 0.05$ وبالتالي رفض H_0 التي تنص على عدم وجود علاقة إرتباط بين إدارة المعرفة وتحقيق الإبداع في المؤسسة وقبول الفرضية H_1 التي مفادها (توجد علاقة إرتباط إيجابية بين إدارة المعرفة وتحقيق الإبداع).

يمكن قبول الفرضية الرئيسية الأولى التي مفادها (توجد علاقة إرتباط إيجابية بين إدارة المعرفة وتحقيق الإبداع في مؤسسة موبيليس).

إختبار الفرضية الثانية: هنالك تأثير ذو دلالة معنوية لإدارة المعرفة في تحقيق الإبداع في مؤسسة

موبيليس.

أ- **الفرضية الفرعية الأولى:** قيمة (F) المحسوبة بلغت (29,528) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية البالغة (4.006) عند مستوى معنوية (5 %)، أي $\alpha = 0.05 < Sig. = 0.000$ وبناء عليه تقبل الفرضية الفرعية الأولى وهذا يعني وجود أثر ذي دلالة إحصائية لعنصر توليد المعرفة في تحقيق الإبداع في المؤسسة.

ب- **الفرضية الفرعية الثانية:** قيمة (F) المحسوبة بلغت (4,608) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية البالغة (4.006) عند مستوى معنوية (5 %)، أي $\alpha = 0.05 < Sig. = 0.000$ وبناء عليه تقبل الفرضية الفرعية الثانية وهذا يعني وجود أثر ذي دلالة إحصائية لعنصر تخزين المعرفة في تحقيق الإبداع في المؤسسة.

ج- **الفرضية الفرعية الثالثة:** قيمة (F) المحسوبة بلغت (16,010) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية البالغة (4.006) عند مستوى معنوية (5 %)، أي $\alpha = 0.05 < sig = 0.036$ وبناء عليه تقبل الفرضية الفرعية الثالثة وهذا يعني وجود أثر ذي دلالة إحصائية لعنصر توزيع المعرفة في تحقيق الإبداع في المؤسسة.

د- **الفرضية الفرعية الرابعة:** قيمة (F) المحسوبة بلغت (14,279) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية البالغة (4.006) عند مستوى معنوية (5 %)، أي $\alpha = 0.05 < Sig. = 0.000$ وبناء عليه تقبل الفرضية الفرعية الرابعة وهذا يعني أن وجود أثر ذي دلالة إحصائية لعنصر تطبيق المعرفة في تحقيق الإبداع في المؤسسة.

الجدول رقم(05): قيمة F المحسوبة والجدولية للمتغيرين إدارة المعرفة والإبداع.

قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية 0,05	إدارة المعرفة	المتغير التابع
		المتغير المستقل

4,006 Sig=0.000	R=0,726	تحقيق الإبداع
	15,314	قيمة F المحسوبة

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات SPSS

من الجدول يتضح أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (15,314) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية البالغة (4,006) عند مستوى معنوية (5 %)، أي $\alpha = 0.05 < Sig. = 0.000$ لذا تقبل الفرضية الرئيسية للدراسة وهذا يعني وجود أثر ذي دلالة إحصائية لإدارة المعرفة في تحقيق الإبداع في المؤسسة.

ويمكن كتابة نموذج الدراسة على النحو التالي: $Y = 1.02x - 1.69$

الخاتمة:

تأسيسا على ما تقدم أصبح لزاما على مؤسسة موبيليس اعتماد إستراتيجية البناء المعرفي من خلال تحديد وتجميع المعارف أي تطبيق إدارة المعرفة وفقا لأهداف معينة من أجل تحفيز نشاط الإبداع بإعتبار هذه الإدارة المناخ المحفز له، هذا النشاط هو بمثابة تجسيد للمعارف الجديدة، فإدارة المعرفة تلعب دور كبير في تحقيق الإبداع في مؤسسة موبيليس إنطلاقا من أداء العمال إلى العمليات الإنتاجية ثم كيفية الإستثمار في الموارد المعرفية.

نتائج الدراسة:

من خلال تحليل إجابات الإستبيان وإختبار فرضيات الدراسة تمكنا من التوصل إلى النتائج التالية:

- أغلب أفراد عينة الدراسة ذكر حيث يمثلون نسبة 66,7% و 33,3% بالنسبة للإناث.
- النسبة الأكبر من أفراد العينة سنهم أقل من 30 سنة ويمثلون نسبة 43,3%.
- النسبة الأكبر من أفراد العينة من أصحاب الخبرة المتوسطة أي تتراوح بين 5 و 10 سنوات حيث يمثلون نسبة 45%.
- النسبة الأكبر من أفراد العينة حاملين لشهادة الليسانس حيث يمثلون مسبة 41,7%.
- وجود علاقة إرتباط قوية ما بين إدارة المعرفة وتحقيق الإبداع لمؤسسة موبيليس من وجهة نظر العينة حيث بلغ معامل الإرتباط بينهما $R=0.726$
- تقدر نسبة تفسير إدارة المعرفة لتحقيق الإبداع لمؤسسة موبيليس ب 52,7%.
- لإدارة المعرفة أثر كبير في تحقيق الإبداع في مؤسسة موبيليس من وجهة نظر عينة الدراسة حيث أن تطبيق إدارة المعرفة في مؤسسة موبيليس يساهم في تحقيق الإبداع، وتم التوصل لذلك من خلال إختبار ستودنت.

التوصيات:

على ضوء هذه الدراسة نقدم المقترحات والتوصيات التالية للمؤسسة الإقتصادية:

- ضرورة إطلاق العنان للإبداعات أو الابتكارات التي يقدمها المبدعون المنتسبون للمؤسسة، وتشجيعها والعمل على تبنيها.
- الاهتمام بتهيئة وتحسين المناخ التنظيمي المناسب لاستثمار أفكار المنتسبين وتبنيها وتطويرها.
- تهيئة الفرص اللازمة لكل إطار أو فرد ينتسب للمؤسسة لتطوير إمكاناتهم العلمية واستثمارها.
- النظر إلى الإبداعات والمقترحات على إنها استثمار وليس أعباء على ميزانية المؤسسة، والعمل على تهيئة الوسائل والأدوات المناسبة التي تضمن نجاح تطبيقها.

قائمة المراجع:

- 1- نضال محمد الزطمة، إدارة المعرفة وأثرها على تميز الأداء، مذكرة ماجستير، إدارة الأعمال، جامعة غزة، 2011، ص33
- 2- الحميدي نجم عبد الله، نظم المعلومات الإدارية، ط1، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2009، ص40.
- 3- خشبة محمد السعيد، نظم المعلومات والمفاهيم والتكنولوجيا، ط1، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ص47.
- 4- بن جيمة مريم، إدارة المعرفة وتحسين الميزة التنافسية للمؤسسة مع الإشارة إلى حالة مؤسسة إتصالات الجزائر للنقل- موبيليس- مذكرة ماجستير، إدارة أعمال، بشار، جامعة بشار، 2008، ص20.
- 5- عبد الستار حسن يوسف، (Knowledge Management ASA Tool For Survival And Growth)، المؤتمر العلمي السنوي الرابع إدارة المعرفة في العالم العربي، الأردن، 2004، ص6
- 6- عامر خضر الكبيسي، إدارة المعرفة وتطوير المنظمات، ط1، الإسكندرية، 2004، ص48.
- 7- صلاح الدين الكبيسي، إدارة المعرفة، ط1، القاهرة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2005، ص42-43.
- 8- ربحي مصطفى عليان، إدارة المعرفة، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، ص196.
- 9- صلاح الدين الكبيسي، مرجع سابق، ص69.
- 10- صلاح الدين الكبيسي، مرجع سابق، ص75.
- 11- عبد الله علي، بوسهوه نذير، دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع للمنظمة، مرجع سابق، ص9-10.
- 12- جوزيف شامبتر (Joseph Schepter) 08 فبراير 1883 - 09 يناير 1950 الذي أصدر كتابه عام 1912 نظرية التطوير (The theory of development).
- 13- Redolphe Durand, guide du management stratégique Durnod Paris, 2003, P73 -13
- 14- نبيل عبد الفتاح، مهارات التفكير الإبداعي وعلاقتها بإتخاذ القرارات، مجلة الإداري، المجلد 17، العدد 60، 1995، ص56
- 15- رعد الصرن، إدارة الإبداع والابتكار، ط1، دار الرضا، دمشق، 2001، ص28.
- 16- حسين حريم، إدارة المنظمات، دار الحاصد للنشر والتوزيع. ط1، عمان 2003، ص307.
- 17- علي، الزعبي، إدارة التميز والإبداع المؤسساتية، ط1، عمان - الأردن دار الصفا للنشر والتوزيع، 2008، ص45.

18- محمد أحمد عواد الزيادات، اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة، ط1، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2008، ص 377.

19- حسين عجلان، إستراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال، ط1، عمان، الأردن، دار إثراء، 2008، ص 78.

الملاحق

الملحق رقم (01): نموذج استمارة الاستبيان

إستبيان خاص بدراسة ميدانية

بعنوان: تحقيق الإبداع في المؤسسة من خلال إدارة المعرفة دراسة حالة قطاع الإتصالات للهاتف النقال -

موبيليس -

من إعداد: الأستاذ بن سالم عبد الحكيم

في إطار دراسة علمية والتي تهدف إلى تبيان أهمية إدارة المعرفة في الإبداع.

ولإختياري مؤسستكم العريقة لدراسة الحالة وإسقاط الجانب النظري فإنه يشرفني أن أتقدم إلى سيادتكم طامعا في تعاونكم من خلال التكرم بالإجابة على فقرات الإستبيان المرتبط بالدراسة، ولاشك أن إجاباتكم الدقيقة والموضوعية سوف تساعد على الوصول إلى نتائج علمية وعملية مفيدة.

شاكرا لكم تعاونكم، وتفضلوا بقبول أسمى عبارات التقدير والإحترام

الرجاء وضع (x) مقابل الخيار الذي يتناسب مع حضرتكم.

أولاً: المعلومات الشخصية

أ-الجنس:

ذكر	
أنثى	

ب-العمر:

أقل من 30 سنة	30-40 سنة	أكبر من 40 سنة

ج-الخبرة:

أقل من 05 سنوات	05-10 سنوات	أكثر من 10 سنوات

د-المؤهل العلمي:

ثانوي	مهندس	ماجستير	جامعي	ليسانس

إن تشخيص المعرفة وتوليدها داخل المؤسسة يتم من خلال:						
الرقم	الفقرات	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة
1	الخبرات والمصادر الداخلية					
2	المصادر الخارجية					
3	تركيز إدارة المؤسسة على المعرفة لتنمية الإبداع.					
4	سعي إدارة المؤسسة إلى استقطاب المعرفة الخارجية واقتنائها					
5	اللجوء إلى فرق العمل ذات التنوع المعرفي لتوليد المعرفة					
6	اعتماد إدارة المؤسسة على طرق علمية ملائمة للكشف عن المعرفة في عقول منتسبيها					
7	العمل الجماعي وتفاعل الأفراد مع بعضهم البعض لإيجاد حلول للمشاكل المطروحة وتوليد أفكار جديدة					
8	حرص إدارة المؤسسة على تشجيع العاملين الذين يقدمون إضافات ملموسة من الجانب المعرفي					
تعتمد المؤسسة في تخزين المعرفة على:						
الرقم	الفقرات	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة
9	الأرشيف والمستندات الورقية					
10	توفر المؤسسة على مخابر وورش حديثة مهياة للاستخدام					
11	قواعد بيانات تزود بمعلومات حول الموضوعات المعرفية المختلفة					
12	الاعتماد على النظم الخبيرة الداعمة للعمل الموجودة في الحاسوب					
يتم توزيع المعرفة داخل المؤسسة من خلال:						
الرقم	الفقرات	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة
13	اعتماد إدارة المؤسسة على المنشورات الداخلية لتوزيع المعرفة على العاملين					

					14	إتاحة شبكة الإنترنت لجميع العاملين
					15	عقد اجتماعات وندوات وورش عمل داخلية
					16	شبكة معلومات داخلية تساعد الأفراد في الوصول إلى قواعد بيانات
يتم تطبيق المعرفة في المؤسسة من خلال:						
					الرقم	الفقرات
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	
					17	الاستعانة بخبراء في المعرفة لتدريب فرق العمل والعاملين
					18	الاعتماد على آراء ذوي الخبرة من داخل المؤسسة حول نشاطاتها ونتائج أعمالها
					19	نشر ثقافة معرفية تساهم في عملية التطبيق الفعال لها
تحقيق الإبداع في المؤسسة يتم بفضل:						
					الرقم	الفقرات
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	
					20	استثمار الأفكار المبدعة لترسيخ ثقافة إبداعية في المؤسسة
					21	تعتمد إدارة المؤسسة على سياسة التطوير من خلال معلومات إبداعية في البيئة المحيطة بها
					22	وجود درجة من التواصل مع مؤسسات أخرى في نفس القطاع التي لها خبرة في مجال الإبداع
					23	العاملون متفاعلون مع أهداف المؤسسة بإتجاه تقوية العملية الإبداعية
					24	استحداث أساليب إدارية جديدة وإدخالها لتحسين الأداء
					25	تعتمد المؤسسة على هياكل تنظيمية تتلاءم ومتطلبات التطوير في البيئة المتغيرة
					26	يتم تشجيع المبدعين ماليا ومعنويا
					27	يسود المؤسسة مناخ لاستثمار الأفكار المبدعة وتبنيها وتطويرها
					28	تساهم إدارة المعرفة في خلق واكتشاف خدمات جديدة