

عنوان البحث : أثر ادارة المعرفة على الابداع التنظيمي في شركة ارامكو

المقدمة

مفهوم ادارة المعرفة يعتبر مصطلح حديث من الجانب النظري والتطبيقي ظهر مؤخرا في ادبيات هذا العلم. الباحثين في مجال ادارة المعرفة قدموا عدة نظريات ومفاهيم متنوعة ومختلفة منبثقة من مجالات تخصصاتهم التقنية او الإدارية او التنظيمية بحيث تظهر جلها الفروقات الجوهرية في تفسير وقياس مفهوم وتطبيقات إدارة المعرفة. على الرغم من هذه الاختلافات والتنوع النظري في هذا المجال، هناك شبه اجماع في ادبيات هذا العلم بأن إدارة المعرفة وتطبيقاته لها تأثير ملموس على المنظمات من ناحية كفاءة العمليات ونقل المعرفة وتعزيز دور الابتكار والابداع في المنظمة. نشهد حاليا العديد من التطورات والتغيرات المتسارعة نتيجة الى التقدم التكنولوجي والممارسات والتطبيقات في المنظمات. التطور السريع يتطلب إدارة فعالة وأساليب مبتكرة تمكنها من الاستفادة من كمية المعلومات والمصادر المتنوعة وتحويلها أصول معرفية ذات قيمة وفائدة كبيرة على مستوى المنظمة. ومن هذا المنطلق يسهم دور إدارة المعرفة في حصر الأفكار والأساليب والدراسات والأبحاث والدروس المستفادة ووضعها في الممارسة في قالب جديد مبتكر.

ومن هذا المنطلق يبرز دور إدارة المعرفة في تنظيم وتشخيص وتخزين المعرفة وتحويلها الى أصول معرفية وبحثية تسهم عند التطبيق في حل الكثير من التحديات التي تواجه أي منظومه في تحقيق الأهداف المرجوة. الحاجة الى تفعيل إدارة المعرفة وأثرها على الجانب التنظيمي في المنظمة محور الدراسات الحديثة في هذا المجال

مشكلة البحث

نجاح أي منظمة يعتمد على عدة عوامل والتطوير والابداع من اساسيات تفوق الكثير من المنظمات على التكيف من التغيرات المتسارعة. الاستفادة من دور إدارة المعرفة في الابداع التنظيمي هو محور هذه البحث. تتلخص مشكلة هذا البحث في معرفة المظاهر التالية

- ماهي ابعاد إدارة المعرفة على الابداع التنظيمي
- معرفة المنهجيات والممارسات المستخدمة لتعزيز العلاقة بين المعرفة والابداع التنظيمي في شركة أرامكو
- هل هناك حوافز تطبق في شركة أرامكو لتعزيز منسوبها على الابداع ونقل المعرفة فيما بينهم
- الدعم المطلوب من الإدارة العليا في المنظمة في تفعيل دور إدارة المعرفة وممارساتها في شركة ارامكو

أهمية البحث :

- تظهر أهمية الدراسة في قطاع البترول والغاز الطبيعي الى تحقيق التكيف مع المتغيرات المحلية الداخلية والخارجية , باعتبارها أصبحت متطلب رئيسي لاستمرار نشاطها , و كذلك البحث عن الفرص التنافسية للاستفادة من علوم البحث في النفط والبترول والغاز ومشتقاتها واستثمارها لتقوية سوق العمل وكذلك التسويق الاقتصادي في بلدنا المملكة العربية السعودية

تتبع أهمية البحث من خلال النقاط التالية:

- 1- يوفر معلومات تفيد متخذي القرار لتوسع النطاق وتطوير الموظفين لدى شركة ارامكو.
- 2- يوفر مرجع بالمكتبة للدراسين في مجالات علوم البترول والغاز
- 3- يفتح آفاق لبحوث جديدة بمنتجات وقوة صناعة البترول والغاز .
- 4 -إنه من البحوث القليلة في هذا المجال للاستفادة منه في مجال البترول والغاز الذي يعد من اهم الثروات في المملكة العربية السعودية .

حدود البحث :

- المعرفة والابداع التنظيمي في شركة ارامكو
- ادارة المعرفة والاداء واثرها علي الادارات المختلفة
- قياس اثر المعرفة علي التنظيم الابداعي

منهج البحث :

منهجية إدارة المعرفة وخطوات تشخيص المعرفة و تطبيقها ومقدار الاستفادة منها في شركة ارامكو السعودية وحيث تتركز في تبادل الخبرات والافكار والمهارات بين العاملين في المنظمة. يتم خالها تحويل المعرفة بينهم بالتواصل والحوار التفكير الجماعي حيث التقنيات والأدوات والموارد البشرية تستخدم لجمع وإدارة ونشر واستثمار المعرفة ضمن اطار زمني ومكاني تساهم بشكل متناسق ومتكامل في توظيف وتحويل المعرفة الي ابداع تنظمي يساهم في تحقيق اعلي انتاجية واعلي مساهمة بشرية

محتويات واطار البحث ادارة المعرفة على الابداع التنظيمي :

- **التعاون (Collaboration)**
هو القدرة التي يستطيع فيها الفرد تحمل العمل بروح الفريق و مساعدة الآخرين في عملهم، ويسعى هذا العنصر إلى توطيد روح التعاون، وإشاعتها، ليظهر أثرها بشكل كبير على عملية خلق المعرفة، وإحداثها من خلال تبادلها بين الأفراد والأقسام والوحدات في شركة ارامكو السعودية.
- **الثقة (Trust)**
الإيمان التام والنابع من القلب بقدرات الآخرين إلى حد يصل إلى النوايا والسلوك، ويشترط بأن تكون الثقة متبادلة بين الأفراد في ارامكو، وتكمن الأهمية في ذلك بتسهيل عملية التبادل المفتوح بشكل حقيقي ومؤثر بالمعرفة.
- **التعلم (Learning)**
يتمثل بالاستمرارية باكتساب كل ما يُستجد من معرفة على يد الأفراد المؤهلين لاستخدام هذه المعرفة، وتقديمها لأصحاب اتخاذ القرار وصانعيه، وتستخدم بالتأثير في الآخرين بشكل كبير، وتترك أثراً إيجابياً في عمل المنشأة من خلال تطوير الأفراد ومهاراتهم ليصبحوا ذوي فعالية أكثر في خلق المعرفة.
- **المركزية: (Centralization)**
وذلك بتجميع الصلاحيات المتعلقة باتخاذ القرارات، والرقابة تحت سلطة الهيئة التنظيمية العليا للمؤسسة، إلا أنه لا بد من الإشارة إلى أن خلق المعرفة لا يتطلب لامركزية عالية.
- **الرسمية: (Formalization)**
يشير هذا العنصر إلى مدى تحكم القواعد الرسمية، وسيطرتها على دخل شركة ارامكو بفرضها سياسات وإجراءات قياسية في خلق المعرفة؛ ويتمثل دورها باتخاذ القرارات، وتأطير العلاقات الخاصة بالعمل بما يتماشى مع مصلحة المنشأة، لخلق المعرفة بأعلى درجات المرونة خلال تطبيق الإجراءات والسياسات.
- **الخبرة الواسعة والعميقة: (Shaped Skills)**
يتطلب ذلك أن يتسع نطاق خبرة الأفراد العاملين في المنشأة بشكل أفقي لتشمل نطاقات واسعة ومتنوعة وعميقة.
- **تسهيلات ودعم نظم تكنولوجيا المعلومات: (IT Support)**
وتعني مدى استخدام التسهيلات التكنولوجية في دعم إدارة المعرفة باعتبارها عنصراً فعالاً في خلق المعرفة.
- **الابداع التنظيمي: (Organizational Creativity)**
يشير هذا العنصر إلى الاعتماد الكلي على ابتكارات الأفراد، وما يمتلكونه من أفكار وإجراءات في خلق القيمة للمنتجات والخدمات الخاصة بالمنشأة، وقد يتطلب ذلك نظاماً اجتماعياً فعالاً.