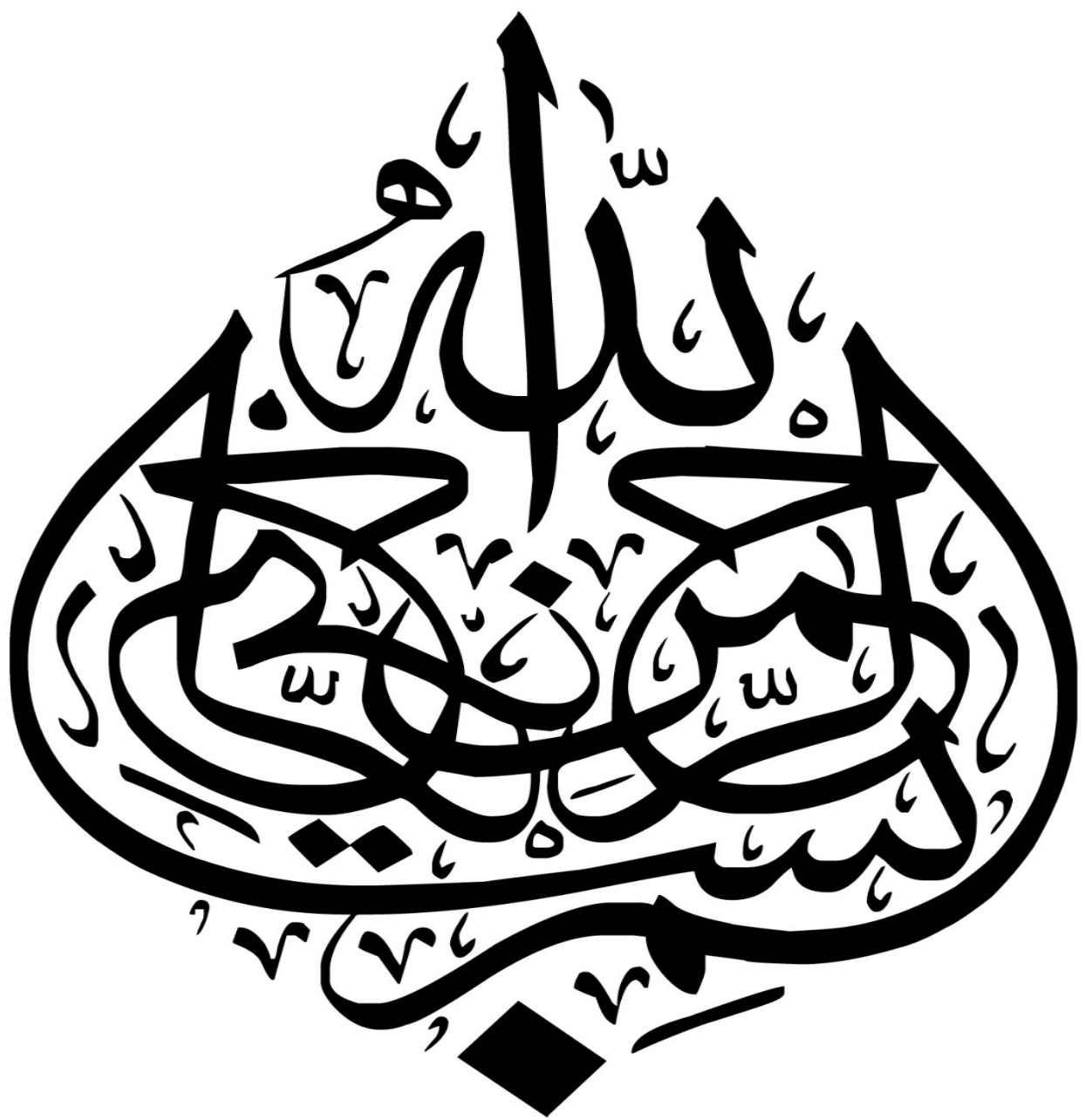


أثر إدارة المعرفة على الإبداع التنظيمي
دراسة تطبيقية على الشركة الوطنية للشراء الموحد
ماجستير إدارة الأعمال

الإعداد: منيره سعود السبيعي

الرقم الجامعي: ٢٣٢٠٠٠٣٥٤

العام الدراسي: ٢٠٢٤ م



إهداء

إلى الشخص الذي أمدني بالعطاء و القوة و الشموخ ... أبي
الغالي.

إلى الشخص الذي أمدني بالحب و الحنان و العطاء و الوفاء
.... أمي الغالية.

إلى سندي و عزي و فرحتي ووسامي ... أخوتي الأعزاء.
إلى كل الاصدقاء و الأقارب.

أهدي إليكم هذا العمل المتواضع

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين الذي أكرمنا ووفقنا لتقديم هذا العمل المتواضع

والذي ألهمنا القوة والعزيمة لإتمامه

فالحمد لله حمداً كثيراً

نهدي ثمرة جهدنا المتواضعة إلى من وهبنا الحياة والأمل، والنشأة على شغف الاطلاع والمعرفة، ومن علمونا أن نرتقي سلم الحياة بحكمة وصبر، براً، وإحساناً، ووفاء لهما والدي العزيز، ووالدتي العزيزة.

كما نهدي ثمرة هذا المجهود إلى وجهتنا في كل علم جامعة ميد أوشن ممثلة بالكادر الأكاديمي وإلى أساتذتي الكرام وإلى كل من علمنا حرفاً وكل من ساهم في إنجاز هذا العمل، إلى الباحثين عن الحقيقة في كل مكان وزمان.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل من لم يسعنا الحظ بذكر أسمائهم راجياً من المولى عز وجل أن تكون هذه الرسالة نافذة لدراسات أخرى.

وأخيراً إلى كل من ساعدنا وكان له دور من قريب أو بعيد في إتمام هذه الدراسة، سائل المولى عز وجل أن يجزي الجميع خير الجزاء في الدنيا والآخرة.

قائمة المحتويات

١	الفصل الأول: مشكلة الدراسة وأهميتها.....
١	مقدمة الدراسة:.....
٢	المشكلة البحثية:.....
٣	أهمية الدراسة:.....
٤	أهداف الدراسة:.....

٤	أسئلة الدراسة:
٥	الدراسات السابقة:
١٠	التعليق على الدراسات السابقة:
١٠	الفجوة البحثية:
١١	المنطلقات النظرية للدراسة:
١١	فرضيات البحث:
١٣	نموذج البحث:
١٣	منهجية الدراسة:
١٤	الأساليب الإحصائية:
١٥	مجتمع وعينة الدراسة:
١٦	أدوات الدراسة:
١٦	صدق أداة الدراسة:
١٧	ثبات أداة الدراسة:
١٧	مجالات الدراسة:
١٨	تقسيم الدراسة المقترح:
١٩	الجزء الثاني: الإطار النظري لإدارة المعرفة وأثرها على الإبداع التنظيمي
٢٠	مقدمة عامة:
٢٢	الفصل الثاني: إدارة المعرفة
٢٢	أولاً: مفهوم إدارة المعرفة:
٢٤	ثانياً: أبعاد إدارة المعرفة:
٢٦	ثالثاً: أهداف إدارة المعرفة:
٢٧	رابعاً: أسباب التحول إلى إدارة المعرفة:
٢٨	خامساً: أهمية إدارة المعرفة:
٣٠	الفصل الثالث: الإبداع التنظيمي مع توضيح أثر إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع التنظيمي
٣٠	أولاً: مفهوم الإبداع التنظيمي

ثانيًا: مصادر الإبداع التنظيمي.....	٣١
ثالثًا: مجالات الإبداع التنظيمي	٣٣
رابعًا: أبعاد الإبداع التنظيمي.....	٣٣
خامسًا: عوائق الإبداع التنظيمي.....	٣٥
سادسًا: العلاقة بين إدارة المعرفة والإبداع التنظيمي	٣٦
خلاصة عامة:.....	٤١
الفصل الرابع: تصميم البحث وإجراءاته المنهجية	٤٢
تمهيد:	٤٣
منهجية الدراسة:.....	٤٣
عينة الدراسة:.....	٤٣
حدود الدراسة:.....	٤٤
الدراسة الميدانية:.....	٤٤
أداة الدراسة:	٤٥
ثبات المقياس:.....	٤٧
التحليل الوصفي:	٥٤
الفصل الخامس: تحليل المعلومات وتفسيرها.....	٦٨
تمهيد:	٦٩
اختبار الفرضيات ومناقشتها	٦٩
الفصل السادس: نتائج الدراسة ومناقشتها	٨٦
تمهيد:	٨٧
مناقشة النتائج:.....	٨٧
أهم التوصيات:	٨٩
Abstract.....	٩٠
المراجع.....	٩١
أولاً: قائمة المراجع العربية:	٩٢

ثانياً: قائمة المراجع الأجنبية: ٩٥

الملاحق ٩٦

استمارة الاستبيان ٩٧

قائمة الجداول

رقم الجدول	اسم الجدول	رقم الصفحة
(١)	قيم معامل ألفا كرونباخ	٤٦
(٢)	المعيار الإحصائي لتفسير المتوسطات الحسابية لفقرات الاستبانة ومتغيراتها	٤٦
(٣)	يوضح معامل الفا كرونباخ لثبات الاستبانة ككل ومحاورها	٤٧
(٤)	يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لفقرات بعد تشخيص المعرفة والدرجة الكلية للبعد	٤٩

٤٩	يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لفقرات بعد توليد المعرفة والدرجة الكلية للبعد	(٥)
٥٠	يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لفقرات بعد تخزين المعرفة والدرجة الكلية للبعد	(٦)
٥١	يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لفقرات بعد توزيع المعرفة والدرجة الكلية للبعد	(٧)
٥٢	يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لفقرات بعد تطبيق المعرفة والدرجة الكلية للبعد	(٨)
٥٢	يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لفقرات محور الإبداع التنظيمي والدرجة الكلية للمحور	(٩)
٥٤	التحليل الوصفي لأراء المستقصي منهم حول تشخيص المعرفة	(١٠)
٥٥	التحليل الوصفي لأراء المستقصي منهم حول توليد المعرفة	(١١)
٥٦	التحليل الوصفي لأراء المستقصي منهم حول تخزين المعرفة	(١٢)
٥٧	التحليل الوصفي لأراء المستقصي منهم حول توزيع المعرفة	(١٣)
٥٨	التحليل الوصفي لأراء المستقصي منهم حول تطبيق المعرفة	(١٤)
٥٩	التحليل الوصفي لأراء المستقصي منهم حول الإبداع التنظيمي	(١٥)
٦٠	يوضح توزيع العينة طبقا للنوع الاجتماعي	(١٦)
٦٢	يوضح توزيع العينة طبقا لمتغير العمر	(١٧)
٦٣	يوضح توزيع العينة طبقا لمتغير المؤهل العلمي	(١٨)
٦٥	يوضح توزيع العينة طبقا لمتغير إجمالي سنوات الخبرة	(١٩)
٦٦	يوضح توزيع العينة طبقا لمتغير المسمى الوظيفي	(٢٠)
٦٩	نتائج اختبار تباين الانحدار المتعدد (Multiple regression) للفرضية الرئيسية	(٢١)
٧٠	نتائج معادلة الانحدار المتعدد (Multiple regression) للفرضية الرئيسية	(٢٢)
٧٣	نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الأولى	(٢٣)
٧٤	نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الأولى	(٢٤)
٧٥	نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الثانية	(٢٥)
٧٦	نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الثانية	(٢٦)
٧٨	نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الثالثة	(٢٧)
٧٩	نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الثالثة	(٢٨)

٨٠	نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الرابعة	(٢٩)
٨١	نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الرابعة	(٣٠)
٨٣	نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الخامسة	(٣١)
٨٤	نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الخامسة	(٣٢)

قائمة الأشكال

رقم الشكل	اسم الشكل	رقم الصفحة
(١)	يوضح نموذج متغيرات الدراسة	١٣
(٢)	يوضح توزيع العينة طبقاً للنوع الاجتماعي	٦١
(٣)	يوضح توزيع العينة طبقاً لمتغير العمر	٦٣
(٤)	يوضح توزيع العينة طبقاً لمتغير المؤهل العلمي	٦٤
(٥)	يوضح توزيع العينة طبقاً لمتغير سنوات الخبرة	٦٦
(٦)	يوضح توزيع العينة طبقاً لمتغير المسمى الوظيفي	٦٧

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول: مشكلة الدراسة وأهميتها

الفصل الثاني: إدارة المعرفة

الفصل الثالث: الإبداع التنظيمي مع توضيح أثر إدارة

المعرفة في تحقيق الإبداع التنظيمي

الفصل الأول: مشكلة الدراسة وأهميتها

مقدمة الدراسة:

في ظل السنوات الأخيرة، شهد العالم تطورات هائلة في مختلف الميادين والمجالات، ومن أبرزها التحول نحو ما يُعرف باقتصاد المعرفة؛ حيث إن اقتصاد المعرفة يقوم على أساس الاقتصاد الذي أصبحت فيه المعرفة بمثابة مورداً هاماً وعاملاً أساسياً لتوليد الثروة وتحقيق الرفاهية على المستوى المحلي والعالمي، كما أن التغيرات البيئية المعقدة والمتسارعة قد دفعت بالعديد من المنظمات إلى التحول من الاقتصاد المادي القائم على أساس الأصول المادية إلى الاقتصاد المعرفي القائم على أساس المعرفة، ويرجع السبب في ذلك إلى أن المعرفة أصبحت تُشكل مصدراً هاماً لتحقيق الميزة التنافسية، وذلك لأغلب المنظمات، بالإضافة إلى أن المنظمات اتجهت أغلبها للاعتماد على إدارة المعرفة، وذلك كونها الوسيلة التي تُمكنها من التكيف وتوليد المعارف الجديدة، بالإضافة إلى تعزيز قدرتها الإبداعية. (فاروق، عبد الحق، ٢٠١٩، ص ٢)

لعلّ أهم ما يميز القرن الحادي والعشرين، يتمثل في ظهور قوة المعرفة؛ حيث نجد أن من يُحسن توظيفها وتطويعها يمتلك القوة، وبناءً على ذلك فإن تنمية الموارد البشرية قد أصبحت بمثابة عاملاً هاماً في تعزيز القدرات الإنتاجية والتنافسية للمنظمات والمجتمعات، لذا أصبح أمر استقطابها وتوظيفها، والمحافظة عليها وتدريبها أمراً في غاية الأهمية، مما أدت الأولوية التي يحتلها الرأسمال البشري في الاقتصاد المعرفي إلى صراع عالمي حول الموهوبين، كما كانت الشعوب في الماضي تتصارع حول الأرض كأحد أصول الإنتاج، وبناءً على أن الإدارة تستهدف الاستفادة المثلى من مواردها البشرية، فنجد أن تشجيعهم ودفعهم للاجتهاد من خلال تهيئة المناسب، يعمل على تنمية الابتكار والإبداع. (محمد، بشير، ٢٠١١،

ص ١٧١)

يُمثل الإبداع التنظيمي أحد أسس نجاح الكثير من المنظمات؛ حيث إنه بدون تبني المدخل الإبداعي، نجد أن المنظمة ستستمر في أداء العمل الحالي بنفس النمط، مما يُعني الركود أو الاضمحلال الذي يؤدي في نهاية المطاف إلى إضعاف دور المنظمة، بالإضافة إلى أن الإبداع التنظيمي يُسهم بشكل كبير في تحسين قدرات العاملين على توليد الأفكار، ومواكبة التطورات التقنية الحديثة، وحل المشكلات، بالإضافة إلى المشاركة في اتخاذ القرارات في الوقت المناسب، لذا فإن

الإبداع التنظيمي يُعد عملية مخططة ومخططة يتم بموجبها استخدام مبادئ وأساليب العلوم السلوكية، وذلك من أجل إحداث تحسين ورفع كفاءة المنظمة، كما أن المنطق الذي يستند عليه عملية التطوير التنظيمي يتمثل في وضع نتائج البحث والدراسات التنظيمية موضع التطبيق، ومتابعة آثاره على أداء التنظيم بصفة مستمرة، ونتيجة لتلك التحولات أصبحت المعرفة تُمثل المصدر الاستراتيجي الأكثر أهمية، بل أصبحت العامل الأقوى والأكثر تأثيراً وسيطرة في نجاح المنظمة أو فشلها. (رضوان، خاطر، خليل، ٢٠٢٢، ص ٣٣٤)

المشكلة البحثية:

ما زالت مؤسساتنا العربية تُعاني نقصاً في قدرتها على الإبداع، ويرجع السبب في ذلك إلى التمسك بالممارسات الإدارية البيروقراطية والتقليدية، وعدم الرغبة في التغيير، بالإضافة إلى ضعف العلاقات داخل المؤسسة، كما أنه في ظل اقتصاد المعرفة نجد أن أداء المؤسسات ينتج عن عوامل غير مادية ومعقدة والتي تُضاف إليها التطورات التكنولوجية، والعولمة، والتحول إلى اقتصاد السوق، المنافسة العالمية، بالإضافة إلى أنه بالرغم من تبني المؤسسات لأفكار وأساليب جديدة لدعم قدرتها التنافسية، إلا أنه سرعان ما تكتشف تلك المؤسسات أن كل ما يتم ابتكاره من أساليب ووسائل حديثة لدعم قدرتها التنافسية، نجد أنها سرعان ما تفقد ميزتها التنافسية مرة أخرى، لذا تسعى مرة أخرى للبحث عن كل ما هو جديد ومتميز، وبالتالي من الممكن تصور طبيعة العمل في العصر الحالي بمسيرة لا تنتهي من التطور والتجديد والإبداع، وهو ما أكدت عليه دراسة (يعي، ٢٠١٩، ص ٢ - ص ٣).

كما يشهد العالم اليوم مجموعة من التغيرات والتطورات التي تؤثر في شتى مجالات الحياة، ولا نقف عند حد معين؛ حيث إنه بالإضافة إلى التطورات التي تحدث على الصعيد السياسي، فنشأت أوضاع اقتصادية جديدة، وبخاصة على الصعيد التقني والعالمي، وفي ظل الانفجار المعرفي الهائل والسرعة في نقل المعلومات، مما ينجم عن ذلك العديد من الفرص والتحديات للمؤسسات، وذلك بهدف الحصول على القوة التنافسية للبقاء والاستمرار والعمل بكفاءة وفعالية، من أجل مواجهة هذه التغيرات لتحسين نوعية المنتجات والخدمات التي تُقدمها الشركات، وتدعين قدرتها التنافسية المتعلقة بإنتاج منتجات أو خدمات بجودة عالية وتكلفة منخفضة، ومما سبق نجد أن كافة المؤسسات تتطلب من المنظمة أن تمتلك قدرة إبداعية من أجل ابتكار مجموعة من الآراء والأفكار والحلول الجديدة، وذلك من أجل تحقيق

أهدافها من جهة، بالإضافة إلى تدعيم قدرتها التنافسية في ظل السرعة والتعلم والمرونة والخيال والابتكار والإبداع، كما أكدت دراسة (صديق، شهرة، ٢٠٢٣، ص أ)، لذا يُنارلدى الباحث تساؤل رئيسي يتمثل في الآتي:

إلى أي مدى تؤثر إدارة المعرفة على الإبداع التنظيمي داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد؟

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في كلٍ من الأهمية العلمية والعملية، ويتم توضيح أهمية كلٍ منهم على حدة في الآتي:

أ. الأهمية العلمية (النظرية):

- إثراء المكتبات بالمزيد من الدراسات السابقة المتعلقة بمتغيرات الدراسة المتمثلة في (إدارة المعرفة، الإبداع التنظيمي).
- تُعد تلك الدراسة من ضمن الموضوعات الأكثر أهمية والمعاصرة لواقع منشآت الأعمال في الوقت الحاضر، وذلك في ظل اقتصاديات المعرفة وتحقيق الاستدامة.
- تُسهم هذه الدراسة في تنامي الوعي لدى المنظمات بضرورة الاعتماد على موجوداتها غير الملموسة وبخاصة إدارة المعرفة، وذلك باعتبارها المورد الأساسي والفعال في تحقيق الإبداع التنظيمي، سواء على مستوى منتجاتها أو عملياتها.
- تسليط الضوء على الدور الفعال التي تلعبه إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع التنظيمي داخل المؤسسات.

ب. الأهمية العملية (التطبيقية):

- تُسهم هذه الدراسة في تدعيم قدرة الشركة الوطنية للشراء الموحدة في التعرف على مستوى إدارة المعرفة لديهم، من أجل العمل على تعزيزها.
- تُمكن هذه الدراسة مديري الشركة الوطني للشراء الموحدة في العرف على مدى مساهمة شركتهم في الإبداع التنظيمي.

- تُساهم تلك الدراسة في تحديد ماهية متطلبات إدارة المعرفة التي ينبغي على الشركة محل الدراسة الحرص على توفرها، من أجل خلق بيئة داعمة ومشجعة على تحقيق الإبداع التنظيمي.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى عدة أهداف، تتمثل في الآتي:

- تهدف الدراسة إلى التطرق إلى المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الدراسة والمتمثلة في مفهوم إدارة المعرفة والإبداع التنظيمي.
- توضيح كلٍ من أهداف تطبيق إدارة المعرفة وتحقيق الإبداع التنظيمي داخل المؤسسات.
- التعرف على مصادر تحقيق الإبداع التنظيمي داخل المؤسسات.
- تحليل دور عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع التنظيمي داخل المؤسسات.
- التعرف على الصعوبات التي تواجه تطبيق إدارة المعرفة والإبداع التنظيمي داخل المؤسسات.
- التطرق لدراسة أبعاد إدارة المعرفة، بهدف دراسة أثر كل بعد من أبعاد إدارة المعرفة على الإبداع التنظيمي.
- توضيح الدور التي تلعبه إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع التنظيمي داخل المؤسسات.

أسئلة الدراسة:

يندرج من التساؤل الرئيسي للدراسة عدة تساؤلات فرعية تتمثل في الآتي:

١. ماهي إدارة المعرفة والإبداع التنظيمي داخل المؤسسات؟
٢. ماهي أهداف تطبيق إدارة المعرفة وتحقيق الإبداع التنظيمي داخل المؤسسات؟
٣. ماهي مصادر تحقيق الإبداع التنظيمي داخل المؤسسات؟
٤. ماهو دور عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع التنظيمي داخل المؤسسات؟

٥. ما هي الصعوبات التي تواجه تطبيق إدارة المعرفة والإبداع التنظيمي داخل المؤسسات؟

٦. ما هو أثر أبعاد إدارة المعرفة على أبعاد الإبداع التنظيمي داخل المؤسسات؟

٧. ما هو الدور التي تلعبه إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع التنظيمي داخل المؤسسات؟

الدراسات السابقة:

➤ أولاً: الدراسات العربية.

- دراسة (صوادقية عبد السمع، نيد فوزي، حمية محمد الصالح، ٢٠٢١)، بعنوان "أثر إدارة المعرفة في تعزيز الانتماء التنظيمي: دراسة حالة مديرية الديوان الوطني للتطهير بالوادي".

هدفت الدراسة إلى عدة أهداف تمثلت في محاولة تحديد المفاهيم المرتبطة بإدارة المعرفة والانتماء التنظيمي حتى يسهل معالجتهما والاستفادة منها، بالإضافة إلى محاولة الكشف عن أثر إدارة المعرفة في تعزيز الانتماء التنظيمي بمؤسسة التطهير بالوادي، كما هدفت الدراسة أيضاً إلى تقديم التوصيات لمُتخذي القرار على مستوى المؤسسة محل الدراسة، وفي ضوء اختبار أهداف الدراسة، قام الباحثون بوضع مجموعة من الفرضيات؛ حيث تمثلت الفرضية الرئيسية في وجود أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة المعرفة في تعزيز الانتماء التنظيمي بمؤسسة الديوان الوطني للتطهير وذلك عند مستوى دلالة ٠,٠٥، وفي ضوء اختبار تلك الفرضيات تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من أجل الإجابة على إشكالية الدراسة، وإثبات صحة أو نفي الفرضيات.

وفي ضوء المنهجية المتبعة لاختبار صحة الفرضيات، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج تمثلت أهمها في الآتي:

- أظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة المعرفة في تعزيز الانتماء التنظيمي بمؤسسة الديوان الوطني للتطهير عند مستوى دلالة ٠,٠٥.
- أكدت النتائج على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتشخيص وتوليد المعرفة في تعزيز الانتماء التنظيمي بمؤسسة الديوان الوطني للتطهير، وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٥.

- كما توصلت النتائج أيضاً إلى وجد أثر ذو دلالة إحصائية لتخزين وتوزيع المعرفة في تعزيز الانتماء التنظيمي بمؤسسة الديوان الوطني للتطهير، وذلك عند مستوى معنوية ٠.٠٥.

وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها، قدم الباحثون في ضوء ذلك مجموعة من التوصيات تمثلت في الآتي:

- ضرورة قيام المؤسسات الاقتصادية بتوعية موظفيها بمفهوم إدارة المعرفة.
 - ضرورة الالتزام بعمليات إدارة المعرفة داخل المنظمة، من أجل الاستفادة بأثارها الإيجابية.
 - دراسة (الطيب محمد القبي، فتحية أبو بكر محمد أبوشويته، ٢٠٢٠)، بعنوان " دور عمليات إدارة المعرفة في الأداء المؤسسي: دراسة استطلاعية على المصارف التجارية العامة بمدينة سرت الليبية".
- هدفت الدراسة إلى عدة أهداف تمثلت في قياس علاقة الأثر بين عمليات إدارة المعرفة والأداء المؤسسي، بالإضافة إلى بناء تصور نظري عن إدارة العرفة وعملياتها المختلفة، فضلاً عن الأداء المؤسسي، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على عمليات إدارة المعرفة وأبعاد الأداء المؤسسي، ومدى توافرها في المصارف المبحوثة، مع تحليل العلاقة بين المتغيرين، وفي ضوء تحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحثون على مجموعة من الفرضيات؛ حيث تمثلت الفرضية الرئيسية في عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لعمليات إدارة المعرفة في الأداء المؤسسي بالمصارف المبحوثة، وفي ضوء اختبار صحة فرضيات الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم الاعتماد على أداة الاستبانة من أجل استخدام ردود الاستبانة وتحليلها احصائياً في سبيل تحقيق أهداف الدراسة.

وفي ضوء المنهجية المتبعة لاختبار صحة الفرضيات، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج تمثلت أهمها في الآتي:

- وجد علاقة ارتباط طردي ضعيف بين عمليات إدارة المعرفة والأداء المؤسسي.
- وجود علاقة ارتباط طردي ضعيف بين توليد المعرفة والأداء المؤسسي.
- وجد علاقة ارتباط طردي ضعيف بين توزيع المعرفة والأداء المؤسسي.
- وجود علاقة ارتباط طردي قوي بين تطبيق المعرفة والأداء المؤسسي.

وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها، قدم الباحثون في ضوء ذلك مجموعة من التوصيات تمثلت في الآتي:

- توصي الدراسة بضرورة المحافظة على الموظفين الجيدين الذين يمتلكون الخبرة والمعرفة اللازمة لأداء الأعمال.
- العمل على استقطاب الأفراد ذوي الخبرات والمهارات العالية، وذلك من أجل القيام بتوليد المعرفة وتطبيقها وتوزيعها بشكل فعال.
- ضرورة أن تمتلك المصارف أنظمة خبيرة لخرن المعرفة، لتمكنها من تخزين البيانات والمعلومات واسترجاعها بالدقة والسرعة عند الضرورة.
- لا بُد أن تشجع المصارف على مشاركة المعرفة بين أقسامها المختلفة ووحداتها الإدارية والفنية، مما يُعزز من تقوية نشر المعلومات وتحليلها وتحديثها بشكل جيد.

- دراسة (سوزة محمد قادر، فلاح حسن أحمد، شيلان فاضل محمود، ٢٠٢٠)، بعنوان " دور إدارة المعرفة في تحقيق جودة البحوث العلمية: دراسة تطبيقية لآراء عينة من تدريسي كلية التجارة وكلية الإدارة والاقتصاد".

هدفت الدراسة إلى عدة أهداف تمثلت في بيان أثر تطبيق إدارة المعرفة في تحقيق الجودة في البحوث العلمية ، بالإضافة إلى التوصل إلى مدى ممارسة متغيرات إدارة المعرفة جودة البحوث العلمية كما هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين إدارة المعرفة وجودة البحوث العلمية، وفي ضوء تحقيق الهدف من الدراسة، تم الاعتماد على مجموعة من الفرضيات؛ حيث تمثلت فرضيتها الرئيسة في وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين إدارة المعرفة وجودة البحث العلمية في المؤسسات الأكاديمية، وفي ضوء تحقيق الهدف من الدراس تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال الاعتماد على أداة الاستبانة من أجل الحصول على البيانات المتعلقة بالدراسة، وتحليل ردود الاستبانة إحصائياً في ضوء تحقيق أهداف الدراسة.

وفي ضوء المنهجية المتبعة لاختبار صحة الفرضيات، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج تمثلت أهمها في الآتي:

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة المعرفة وتحقيق جودة البحوث العلمية في المؤسسات الأكاديمية.
- تعمل الكليات المبحوثة على تشجيع الأساتذة على استمرار التعلم وتطوير مهاراتهم وقدراتهم.

- أن ممارسات أفراد العينة (الهيئة التدريسية) لمهارات إدارة المعرفة من وجهة نظرهم عالية.

وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها، قدم الباحثون في ضوء ذلك مجموعة من التوصيات تمثلت في الآتي:

- لا بُد من التركيز بشكل أكبر على استخدام التكنولوجيا في عمليات توليد وتخزين واسترجاع ونشر المعرفة،

وذلك نظراً لأن التكنولوجيا لها دوراً في تسهيل الوصول وتوسيع نطاق المتاح من المعلومات وتوليد المعرفة.

- ضرورة إجراء بحوث في مجال تأثير وعلاقة إدارة المعرفة بجودة البحوث في مؤسسات أكاديمية أخرى مختلفة

في تخصصاتها مع تخصصات المؤسسة المبحوثة.

- لا بُد من زيادة جودة جوائز الجودة والتميز للباحثين، وإعطائها المزيد من الاهتمام.

• دراسة (نواف نهار سليم طيبشات، ٢٠٢٠)، بعنوان " دور الإبداع التنظيمي في تطوير المؤسسات العامة

المستقلة في المملكة الأردنية الهاشمية".

هدفت الدراسة إلى عدة أهداف تمثلت أهمها في التعرف على مدى وجد فروق ذات دلالة إحصائية في العلاقة

بين مقومات الإبداع التنظيمي وتطوير المنظمات العامة، بالإضافة إلى دراسة تحليل مفهوم ومقومات الإبداع

التنظيمي، وفي ضوء تحقيق الهدف من الدراسة اعتمد الباحث على مجموعة من الفرضيات؛ حيث تمثلت

الفرضية الرئيسية في وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين المتغيرات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة، وبين

مجالات الدراسة القائمة على الإبداع التنظيمي في المؤسسات العامة المستقلة، ومن أجل اختبار صحة

فرضيات الدراسة، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، بالإضافة إلى الاعتماد على أداة الاستبانة من

أجل جمع البيانات المتعلقة بالدراسة، ومن أجل تحليل ردود الاستبانة احصائياً لتحقيق الهدف من الدراسة.

وفي ضوء المنهجية المتبعة لاختبار صحة الفرضيات، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج تمثلت أهمها في

الآتي:

- توصلت النتائج إلى أن القيادات الإدارية تنظر للإبداع التنظيمي باعتباره سلوكاً ينتج من تفاعل استعدادات

الفرد مع قدراته وخبراته.

- أوضحت الدراسة أن أهم مقومات الإبداع التنظيمي يتمثل في توافر رسالة واضحة للمؤسسة، بالإضافة إلى تحسين علاقات العمل، والاهتمام بتبسيط الإجراءات وتطوير نظم العمل.
- كما أوضحت النتائج أنه يمكن الاستفادة من الإبداع التنظيمي في مجال العمل، وذلك من خلال تغيير وتطوير سلوكيات واتجاهات الأفراد في العمل، بالإضافة إلى ابتكار وتطوير البيئة التنظيمية المناسبة للعمل في المؤسسة.

وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها، قدم الباحثون في ضوء ذلك مجموعة من التوصيات تمثلت في الآتي:

- ضرورة زيادة وعي القيادات الإدارية بدور الإبداع التنظيمي في عملية تطوير المؤسسات العامة المستقلة.
- الاهتمام بتحفيز الأفراد وتشجيعهم لاستثارة دافعهم، من أجل توليد أكبر قدر من الأفكار الإبداعية.
- ضرورة الحد من معوقات الإبداع التنظيمي، وذلك لإفساح المجال للعاملين بهدف الإبداع والابتكار.

➤ ثانياً: الدراسات الأجنبية:

- دراسة (Bui Thank Khoa, Le Thi Kim Hoa, 2021)، بعنوان "The effect of Knowledge management process on the employee commitment: Evidence from digital marketing industry".

هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين إدارة المعرفة وعملية التنفيذ والتزام الموظفين في شركات التسويق الرقمي، وفي ضوء تحقيق الهدف من الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وفي ضوء اتباع تلك المنهجية تم التوصل إلى مجموعة من النتائج تمثلت أهمها في أن أبعاد إدارة المعرفة تؤثر بشكل إيجابي على التزام الموظف.

- دراسة (sohail Mazhar, Muhammad, Saeed Akhtar, 2018)، بعنوان "Relationship between Knowledge Management and creativity among teachers of Public and private sector universities at lahore".

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين إدارة المعرفة وبين الإبداع بين معلمي الجامعات العامة والخاصة، وفي ضوء تحقيق الهدف من الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الكمي، بالإضافة إلى استخدام أداة الاستبانة من أجل تحليل الردود احصائياً، وفي ضوء اتباع تلك المنهجية تم التوصل إلى وجد علاقة إيجابية ومعنوية بين إدارة المعرفة وأبعادها، بالإضافة إلى عدم وجود تباين ملحوظ لدى معلمي الجامعة نحو الإبداع، وذلك من حيث طبيعة الوظيفة، والخبرة التدريسية، والعمر والمستوى الجامعي.

التعليق على الدراسات السابقة:

- اتفقت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في المنهجية المتبعة وأداة الدراسة؛ حيث اعتمدت الدراسات السابقة على المنهج الوصفي التحليلي، بالإضافة إلى الاعتماد على أداة الاستبانة، وذلك بهدف اختبار صحة فرضيات الدراسة وتحقيق أهدافها، كما في دراسة (نواف نهارسليم طبيشات، ٢٠٢٠)، دراسة (سوزة محمد قادر، فلاح حسن أحمد، شيلان فاضل محمود، ٢٠٢٠).
- اختلفت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في الهدف التي سعت الدراسة لتحقيقه؛ حيث تباينت الأهداف التي كانت تسعى إليها كل دراسة من الدراسات السابقة، منها ما هدف إلى التركيز على الإبداع التنظيمي على حدة كما في دراسة (نواف نهارسليم طبيشات، ٢٠٢٠)، ومنها ما هدف إلى التركيز على أبعاد إدارة المعرفة كما في دراسة (الطبيب محمد القبي، فتحية أبو بكر محمد أبو شويته، ٢٠٢٠)، في حين هدفت الدراسة الحالية إلى تسليط الضوء على دراسة أثر إدارة المعرفة على تحقيق الإبداع التنظيمي، كما اختلفت أيضاً من حيث مجتمع الدراسة.

الفجوة البحثية:

أهم ما يُميز الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة هي عدم تطرق الدراسات السابقة بشكل مباشر لدراسة أثر إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع التنظيمي داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد، في حين أن الدراسات السابقة تناولت أثر كل متغير على حدة وفي مجتمع دراسة مختلف، ومن هنا جاء دور الباحث للتطرق لدراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة اعتماداً على المنهج الوصفي التحليلي، وتصميم استبانة استبانة.

المنطلقات النظرية للدراسة:

▪ نظرية آج وايكن ١٩٧٠م: (قرماش، ٢٠١٤، ص ١٤)

تُعد هذه النظرية من أكثر النظريات شمولاً؛ حيث إنها تناولت المراحل المختلفة لعملية الإبداع، فضلاً عن العوامل المؤثرة فيه، كما أنها فسرت الإبداع على أنه تغير حاصل في برامج المنظمة تتمثل في إضافة خدمات

جديدة، بالإضافة إلى أنها حددت مراحل الإبداع كالآتي:

- مرحلة التقييم: أي تقييم النظام ومدى تحقيقه لأهدافه.
- مرحلة الإعداد: أي الحصول على المهارات الوظيفية المطلوبة والدعم المالي.
- مرحلة التطبيق: البدء بإتمام الإبداع واحتمالية ظهور المقاوم.
- الروتينية: سلوكيات ومعتقدات تنظيمية.

وفيما يتعلق بالعوامل المؤثرة في الإبداع، فنجد أنها مختلفة وبالغة التعقيد كالآتي:

- المركزية.
- الرسمية.
- الإنتاج.
- الكفاءة والرضا عن العمل.

١. المنهجية وطرق البحث:

فرضيات البحث:

وفقاً لما تم عرضه في مشكلة الدراسة وأهدافها، تمثلت فرضيات الدراسة في الآتي:

الفرضية الرئيسية:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين إدارة المعرفة (كمتغير مستقل) وبين الإبداع التنظيمي (كمتغير تابع) داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد.

ويندرج من تلك الفرضية الرئيسية عدة فرضيات فرعية تتمثل في الآتي:

• الفرضية الفرعية الأولى:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تشخيص المعرفة (البعد الأول لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع.

• الفرضية الفرعية الثانية:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين توليد المعرفة (البعد الثاني لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع.

الفرضية الفرعية الثالثة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تخزين المعرفة (البعد الثالث لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع.

• الفرضية الفرعية الرابعة:

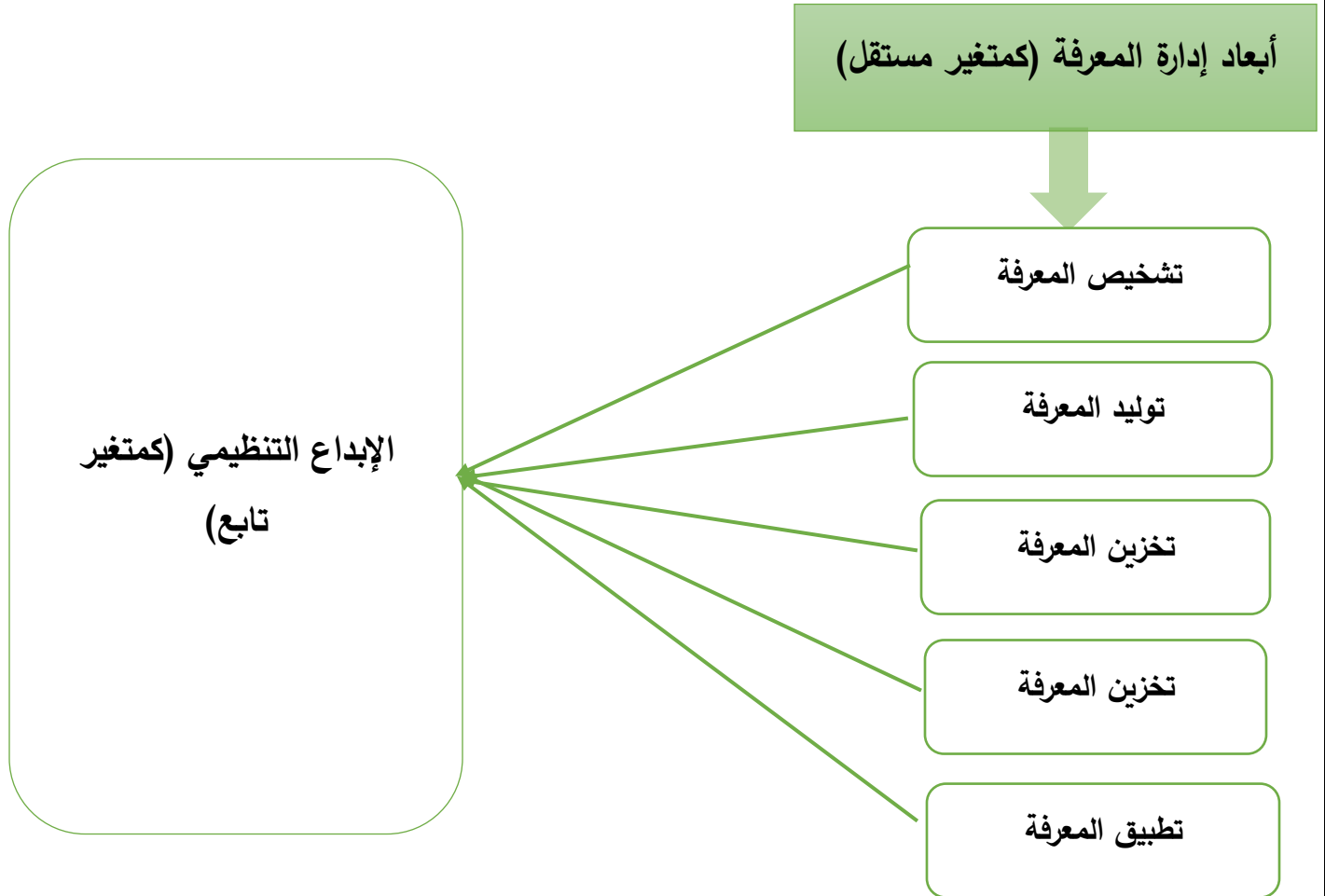
يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين توزيع المعرفة (البعد الرابع لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع.

• الفرضية الفرعية الخامسة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تطبيق المعرفة (البعد الخامس لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع.

نموذج البحث:

شكل رقم (١) يوضح نموذج متغيرات الدراسة



منهجية الدراسة:

من أجل اختبار صحة فرضيات الدراسة لتحقيق أهدافها، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وسيتم

اللجوء لكل منهج منهم من خلال الآتي:

■ المنهج الوصفي:

سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي، وذلك بهدف الاطلاع على الدراسات السابقة والرسائل العلمية، من أجل تدعيم قدرة الباحث على تكوين إطار نظري قوي يُسهم في الإلمام بمتغيرات الدراسة، وذلك بهدف وصف وتوضيح العلاقة بين إدارة المعرفة والإبداع التنظيمي.

■ المنهج التحليلي:

سيتم الاعتماد على المنهج التحليلي، وذلك بهدف قياس العلاقة بين إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الإبداع التنظيمي داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد، مع الاعتماد على أداة الاستبانة، من أجل استخدام ردود الاستبانة في اكتشاف العلاقة، وذلك من خلال الاعتماد على الأساليب الإحصائية في تحليل ردود الاستبانة اعتماداً على برنامج SPSS، لاختبار صحة فرضيات الدراسة وتحقيق أهدافها.

الأساليب الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم جمعها، سيتم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي (SPSS Version 26)، وتتمثل تلك الأساليب الإحصائية في الآتي:

● معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient):

وذلك بهدف التأكد من صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.

● المتوسط الحسابي (Mean):

وذلك بهدف التعرف على مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية.

- استخدام الانحراف المعياري (Standard Deviation):

ذلك بهدف التعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة ولكل بُعد من أبعادها الرئيسية عن متوسطها الحسابي.

- تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression Analysis:

وذلك بهدف التعرف على أثر كل بُعد من أبعاد (إدارة المعرفة) على (الإبداع التنظيمي).

- تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression):

وذلك بهدف التعرف على أثر أبعاد (إدارة المعرفة) المتمثلة في (تشخيص المعرفة، توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، تطبيق المعرفة) على (الإبداع التنظيمي).

مجتمع وعينة الدراسة:

- مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في الشركة الوطنية للشراء الموحد.

- عينة الدراسة:

لكبر حجم مجتمع الدراسة، فيمكن تحديد حجم عينة البحث من خلال دراسة (ROBERT V. KREJCIE, 1970)، بواسطة القانون التالي:

$$\text{حجم العينة} = \frac{Z^2 * p * (1-p)}{\alpha^2}$$

z: الدرجة المعيارية المقابلة لمعامل الثقة الذي تم اختياره ٩٥٪.

p: نسبة العينة من المجتمع تم اختيارها ١٥٪.

α : مستوى المعنوية المسموح به في النتائج وهو ٥٪.

بالتعويض في القانون السابق:

$$\text{حجم العينة} = \frac{196^2 * 015 * 085}{005^2} = 196 \text{ مفردة من مجتمع الدراسة}$$

أدوات الدراسة:

اعتمد الباحث على أداة الاستبانة، من أجل البيانات من عينة الدراسة المتمثلة في عدداً من العاملين داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد، وتتألف الاستبانة من ثلاث محاور تتمثل في الآتي:

• المحور الأول:

سيتضمن هذا المحور الخصائص الشخصية والوظيفية للمدراء والموظفين عينة الدراسة والمتمثلة في (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة...الخ).

• المحور الثاني:

سيتضمن هذا المحور دراسة أبعاد إدارة المعرفة (المتغير المستقل) المتمثلة في (تشخيص المعرفة، توليد المعرفة، تخزين المعرفة، توزيع المعرفة، تطبيق المعرفة).

• المحور الثالث:

سيتضمن هذا المحور دراسة الإبداع التنظيمي (المتغير التابع) مع التطرق لدراسة دور إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع التنظيمي، من خلال دراسة أثر كل بعد من أبعاد إدارة المعرفة على كل الإبداع التنظيمي.

صدق أداة الدراسة:

سيتم التأكد من صدق أداة الاستبانة بواسطة عرضها في هيئتها الأولية على عدد من الأكاديميين المتخصصين في إدارة الأعمال، وإجراء التعديلات طبقاً لوجهات نظر المحكمين على الاستبانة.

ثبات أداة الدراسة:

سيتم التحقق من ثبات الاستبانة بواسطة استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) على محاور الدراسة لمعرفة مدى الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة لكل بعد ولكل متغير، ومن خلال النتائج سوف نتأكد من مدى صدق وصحة وثبات أداة الدراسة (الاستبانة) ومدى صلاحيتها في التحليل الإحصائي.

مجالات الدراسة:

تتمثل مجالات الدراسة في التعرف على كلٍ من الحدود الموضوعية، المكانية، البشرية، بالإضافة إلى الحدود الزمانية، وسيتم توضيح كلٍ منهم على حدة كالآتي:

• الحدود الموضوعية:

اقتصرت الحدود الموضوعية في الدراسة على دراسة دور إدارة المعرفة في تحسين الأداء الوظيفي.

• الحدود المكانية:

اقتصرت تطبيق الدراسة على الشركة الوطنية للشراء الموحد بالمملكة العربية السعودية.

• الحدود البشرية:

تم تطبيق الدراسة على عينة من قبل العاملين بالشركة الوطنية للشراء الموحد، والتي تُقدر حجمها ب (196).

• الحدود الزمنية:

تم تطبيق الدراسة خلال العام الدراسي ٢٠٢٤ م.

تقسيم الدراسة المقترح:

- الفصل الأول: الإطار التمهيدي للدراسة.
- الفصل الثاني: الإطار النظري.
- الفصل الثالث: الدراسة الميدانية.
- الفصل الرابع: مناقشة النتائج.
- قائمة المراجع.
- الملاحق.

الجزء الثاني: الإطار النظري لإدارة المعرفة وأثرها على الإبداع التنظيمي

أثر إدارة المعرفة على الإبداع التنظيمي

تمهيد:

يجتاح عالمنا اليوم ثورة كبيرة من المنافسة بين كافة المنظمات على المستوى المحلي أو العالمي في جميع المجالات من أجل تحقيق ميزة تنافسية عالمية تجعلها تستمر أعوام، ولن تحقق المؤسسات هذه الميزة التنافسية باستخدام الوسائل الإدارية التقليدية والروتينية لذلك وجب على كافة المؤسسات إدخال عنصر الإبداع والابتكار على عملياتها الإنتاجية. ولكي تستطيع المؤسسات إحراز تقدم هائل على المستوى العالمي فلا بد أن تعي أن قيمتها كمؤسسة تكمن في مواردها البشرية حيث أن تقدم المجتمعات يعتمد بشكل رئيسي على المفكرين والمبدعين من الموارد البشرية، كما أن استغلال المجتمعات والمنظمات المتقدمة لمواردها البشرية المبدعة تطلب التخلي عن الأنظمة الإدارية التقليدية التي لا تسمح بالبعد الإبداعي يتخلل عملياتها الإنتاجية.

ونظرًا للتطورات والتغيرات الكبيرة التي شهدتها المنظمات العالمية المتقدمة نتيجة لاعتمادها على أصحاب العقول المنتجة بدأ التوجه العالمي حاليًا نحو تبني استراتيجية إدارة المعرفة وذلك بهدف تنمية قدرات مواردها البشرية حتى تستطيع مسايرة العالم الحديث في التطور الحادث في كافة عملياتها الإنتاجية وأيضًا في الابتكارات الحديثة التي اجتاحت عالمنا اليوم.

وفي ظل ما يشهده العالم حاليًا من ثورة في تقنية المعلومات والاتصالات، وجدنا أن السبب وراء تأخر المنظمات هو سوء إدارتها لعملية المعرفة حيث أنها تعجز عن استخدام المعرفة المتاحة لديها بشكل فعال وتعجز عن إيصالها للمستفيدين سواء كان على مستوى الداخلي للمنظمة أو على المستوى الخارجي لها، وتعجز عن تحديث المعرفة الخاصة بها إذا قامت بتخزينها بالإضافة إلى أنها لا تستطيع توظيف المعرفة بما يسبب عمليات اختلاف وتباين بين موظفي المؤسسات. (شيماء، اسيا، ٢٠٢٢)

لذلك أصبحت المعرفة هي من أهم تحديات عالمنا الرقمي حيث بدأت المنظمات التي تسعى للنهوض في تحديد المعلومات الهامة واستقطابها ومحاولة توظيفها في عملياتها الإنتاجية وتوزيعها على مواردها البشرية بحيث تستطيع تطبيقها

لتساعدها في اتخاذ القرارات السليمة بما يهدف لاستخدام عنصر الإبداع في تحقيق أهدافها وزيادة قدراتها التنافسية،
وعليه فإن المعلومات كلها لا تمثل معرفة وليست كل معرفة ذات أهمية لذلك وجب على المنظمات استقطاب المعرفة
الهامة لها ومحاولة توظيفها في عملياتها الإنتاجية. (مدني، ٢٠١٧، ص ١٥٠)

الفصل الثاني: إدارة المعرفة

أولاً: مفهوم إدارة المعرفة:

بدايةً قبل البدء في استعراض مفاهيم إدارة المعرفة لابد أولاً التطرق لمفهوم المعرفة حيث تُعرف على أنها حصيلة المزج بين المعلومات والخبرات والمدرجات الحسية والقدرة على الحكم. (فوزي، ٢٠١٥)

يُعتبر مفهوم إدارة المعرفة مفهوم حديث على إدارة المؤسسات لذلك تعددت المفاهيم التي تناولت إدارة المعرفة وتختلف المفاهيم وفقاً للمنظور الذي يتناولها.

١. من منظور الأهداف:

هي عملية إدارة الخبرات العملية والمعلومات للمؤسسة والحفاظ عليها والاستفادة منها في تحقيق ميزة تنافسية وكسب رضا العملاء من خلال رفع مستويات الأداء واتخاذ القرارات السليمة وزيادة مستويات الإبداع والابتكار. (همشيري، ٢٠٠٨)

٢. من منظور رأس المال الفكري:

هي عملية استخدام رأس المال الفكري في أنشطة المؤسسات وهذا يتطلب ترابط بين أفضل العقول في المنظمة وذلك من خلال المشاركة الجماعية والتفكير الجماعي.

٣. من منظور القيمة المضافة:

عبارة عن نظام يولد عمل متقدم داخل بيئة تستطيع توليد المعرفة الشخصية والتنظيمية وتوظيفها بشكل فعال مما يحقق قيمة مضافة لأعمال المنظمات.

٤. من منظور اجتماعي:

هي عملية تسعى لإيجاد أفضل طريقة لاستخدام معرفة العاملين داخل المنظمة ورفعها إلى أقصى حيز ممكن والاحتفاظ بها.

٥. من منظور عملي:

هي عملية الاحتفاظ بالأداء المنظمي الذي يعتمد على خبرة العمال ومعارفهم وتحسينه.

وقامت دراسة (Malhotra, 2000) بتعريف إدارة المعرفة من خلال ثلاث مداخل رئيسية وهي:

- المدخل المعلوماتي:

يقوم هذا المدخل بمعالجة البيانات ويدير تدفق المعلومات ويطور قاعدة البيانات بالإضافة إلى أنه يوثق أنشطة الأعمال داخل المنظمة.

- المدخل التقني:

يركز هذا المدخل على بناء وتطوير نظم لإدارة معرفة تكون معتمدة على تقنية المعلومات، نظم البحث عن بيانات، مستودعات البيانات، النظم الخبيرة، نظم المعالجة التحليلية الفورية، نظم المعلومات المستندة على الويب. (رضوان، خاطر، ٢٠٢٢، ص ٢٤٠)

- المدخل الثقافي:

يركز هذا المدخل على الأبعاد السلوكية والفكرية لإدارة المعرفة عن طريق عدة أساليب مثل استخدام حقول للتعليم الجماعي، طرق للتعليم المتواصل، بناء منظمات تسعى للتعليم.

وتُعرف إدارة المعرفة بأنها العمليات التي تساهم في توليد المعرفة لدى المنظمات بالإضافة إلى اختيار المعرفة ذات أهمية وتنظيمها وتوظيفها ونشرها وتحويل هذه المعلومات والخبرات التي لدى المنظمة بحيث تساعد في عملية اتخاذ القرارات وحل المشكلات التي تواجهها وتساهم في عملية التعلم والتخطيط الاستراتيجي. (مدني، ٢٠١٧، ص ١٥١)

وعُرفت أيضاً على أنها الإدارة التي من خلالها نستطيع معرفة المعارف الكامنة لدى جميع أفراد المنظمة وجمعها مع المعارف الظاهرة الموثقة وإعداد هذه المعارف بشكل يساهم في مشاركتها بين مديري المنظمة لتحقيق ميزة تنافسية على مستوى الأداء ولنجاح العمل بأفضل طريقة وأقل تكلفة. (الأكلبي، ٢٠٠٨)

ونهاية فإن إدارة المعرفة تتمثل في نمط إداري متكامل يستخدم المعارف ويوظفها باستخدام أسس معينة تتضمن جمع هذه المعارف وتطويرها ثم التوجه إلى عمليات الابتكار لتوليد معارف جديدة بما يحقق أهداف المنظمات. (رضوان، خاطر، ٢٠٢٢، ص ٢٤٠)

ويمكننا القول بأن مفهوم إدارة المعرفة يركز على المعارف الظاهرة والباطنة التي توجد داخل المنظمة سواء كانت معارف تكونت لدى العاملين أو معارف مكتسبة أو معارف نتيجة التفاعل بين أفراد المنظمات. (السياني، محسن، ٢٠٢١، ص ٥٩)

وبناءً على ما سبق نستنتج أن إدارة المعرفة تشتمل على تحليل للموارد المعرفية المتوفرة والعمليات التي ترتبط بهذه الموارد والتخطيط لكيفية استغلال هذه الموارد وتطويرها والمحافظة عليها بما يمكن من تحقيق أهداف المنظمات.

ثانيًا: أبعاد إدارة المعرفة:

نظرًا لتعدد الآراء ووجهات النظر المختلفة التي تناولت إدارة المعرفة نستنتج أن إدارة المعرفة تتمثل في خمسة أبعاد وهي:

١. تشخيص المعرفة:

هي عملية التوصل إلى معارف المنظمة الداخلية التي تتمثل في المعارف والقدرات والخبرات التي يمتلكها أفراد المنظمة وأيضًا معارفها الخارجية بحيث نستطيع تحديد مكانها وبالتالي تحديد الفجوة المعرفية، كما أن نجاح إدارة المعرفة يتوقف على عملية التشخيص الدقيق، حيث يوجد تعقيد كبير في دور المعرفة داخل المنظمات وبالتالي فإن عملية التشخيص هي التي تحدد المعرفة اللازمة للمنظمات لتستطيع اتخاذ القرارات السليمة.

ومن خلال قيام مدراء المنظمات بعملية التشخيص يستطيعون تحديد نقاط القوة والضعف لدى موظفيهم وبالتالي توظيف مهاراتهم وقدراتهم وخبراتهم بشكل كفء وفعال بما يحقق أهداف المنظمة. (رضوان، خاطر، ٢٠٢٢، ص ٢٤١)

٢. توليد المعرفة:

هي عملية إبداع المعرفة وذلك عن طريق مشاركة جميع الأفراد العاملين بالمنظمة لخلق وتوليد رأس مال معرفي جديد وذلك من خلال النقاش حول قضايا وممارسات جديدة تسهم في التعرف على المشكلات التي تواجهها المنظمة وخلق حلول مناسبة لهذه المشكلات بشكل ابتكاري، وهذا يسهم في زيادة قدرة المنظمة على إنجاز أعمالها بشكل سليم وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية ومكانة عالية بين المنظمات وبالتالي تستطيع تنفيذ استراتيجيات جديدة تسرع من حل مشكلاتها وتتقدم بمهارات العاملين لمستوى أفضل بحيث تمكن المنظمة من توظيف مواهب أفرادها بشكل سليم، وبالتالي يمكننا القول أن عملية المعرفة وعملية الابتكار وجهان لعملة واحدة فالمعرفة مصدر للابتكار عند تحقق الابتكار ينتج معرفة جديدة. (شيماء، اسيا، ٢٠٢٢، ص ١٣)

٣. تخزين المعرفة:

هي عملية الاحتفاظ بالمعرفة والعمل على استمرارها وأيضًا البحث عن هذه المعارف والوصول إليها، وهي من أهم أبعاد المعرفة لأنه إذا حدث إهمال لهذه العملية ينتج عنه فقدان لكافة معارف وخبرات المنظمة وتحليلاتها تجاه المواقف التي تعرضت لها المنظمة مثل مغادرة الأشخاص الذين يحملون المعرفة للعمل وهذا ما يطلق عليه فقدان الذاكرة التنظيمية. (مدني، ٢٠١٧، ص ١٥٤)

٤. توزيع المعرفة:

هي عملية نقل المعرفة الصحيحة للأشخاص الذين يحتاجونها في الوقت المناسب مما يساعدهم في تنفيذ مهامهم بشكل صحيح، وذلك عن طريق تشارك الخبرات والمهارات بين العاملين لتنمية المعرفة الخاصة بكل فرد منهم على حدة، وبالتالي يستفيد كل العاملين بالمنظمة وتتحقق المصلحة العامة، وتحسين أداء المنظمات ورفع مستويات الإبداع وبالتالي الوصول إلى المنظمة المتعلمة. (شيماء، اسيا، ٢٠٢٢، ص ١٤)

ويمكننا القول إن المعرفة الصريحة يمكن تشاركتها باستخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة ولكن تجد المنظمات صعوبة في توزيع المعارف الضمنية التي تتمثل في أفكار العاملين.

٥. تطبيق المعرفة:

هي آخر مرحلة من مراحل عمليات إدارة المعرفة حيث تقوم المنظمات بتطبيق ما تحصلت عليه من معارف على جميع أنشطتها بالكامل، وبالتالي فإن تطبيق المنظمات للمعارف والخبرات يسهم في تحسين مستويات المعرفة لدى العاملين حيث إن الإدارة الفعالة هي التي تستطيع استخدام المعارف المتاحة لديها في الوقت المناسب وذلك في بيئات العمل المختلفة على جميع منتجاتها وخدماتها بطرق فعالة مثل تشجيع العاملين للتفكير بإبداع واستخدام العاملين ذو المهارات والمعارف في العمليات الإنتاجية وخدمات المنظمة. (رضوان، خاطر، ٢٠٢٢، ص ٢٤٤)

ثالثاً: أهداف إدارة المعرفة:

تكتسب إدارة المعرفة أهميتها من خلال الأهداف التي تسعى لتحقيقها، حيث إن إدارة المعرفة هي المتغير الرئيسي الذي تبدأ به العمليات الإنتاجية ثم يأتي بعدها كافة الأنشطة المختلفة، ويُمثل الهدف الرئيسي لإدارة المعرفة هو الحصول على المعرفة المنظمة بشكل مستمر وتحويلها إلى سلوك يحقق الأهداف الاستراتيجية والتشغيلية للمنظمة بشكل كفء وفعال، وبالتالي يمكننا تلخيص بعض الأهداف التي تسعى إدارة المعرفة إليها في عدة نقاط وهي:

٦. استخدام عنصر الإبداع من خلال تحفيز العاملين لعرض أفكارهم بحرية تامة. (مدني، ٢٠١٧، ص ١٥٣)
٧. زيادة العائد المالي للمنظمات عن طريق تسويق منتجاتها بشكل فعال من خلال توظيف المعرفة المتاحة لديها في عملية ابتكار منتجات جديدة.
٨. الاهتمام بعملية تنمية وتطوير الجانب الاجتماعي والثقافي والتنظيمي لإدارة المعرفة داخل المنظمات.
٩. التركيز على الموارد غير الملموسة التي من الصعب قياسها ولكن تظهر نتائجها على المدى البعيد مما يسهم في تحسين القدرة التنافسية للمنظمات.
١٠. زيادة الاستثمار في رأس المال الفكري للمنظمات حيث تجعل عملية وصول المعرفة إلى الأشخاص المحتاجين إليها عملية سهلة وممكنة. (السياني، محسن، ٢٠٢١، ص ٦٠)
١١. دراسة الأوضاع الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والأنظمة ذات العلاقة في البلدان العربية التي تؤثر على مدى فاعلية مبادرات إدارة المعرفة.

١٢. المساهمة في النقاشات الخاصة برسم السياسات الحكومية والإجراءات التي تتعلق بإدارة وتطوير البنية

التحتية لمجتمع المعرفة. (مدني، ٢٠١٧، ص ١٥٣)

١٣. الاتجاه نحو تبسيط العمليات الروتينية المعقدة والتخلص من إجراءاتها الطويلة التي تستغرق وقت كبير مما

يسهم في تخفيض التكاليف وتحسين الخدمات المقدمة.

١٤. العمل على تنسيق الأنشطة داخل المنظمات لتحقيق الأهداف المرجوة.

١٥. زيادة أعداد العاملين الذين يستطيعون الحصول على التقنيات الحديثة مثل الحاسبات الآلية وشبكة الإنترنت.

رابعاً: أسباب التحول إلى إدارة المعرفة:

تحول اهتمام المنظمات إلى إدارة المعرفة نتيجة حاجة ومتطلبات المنظمات إلى بيئة أكثر تنظيمًا بالإضافة إلى المؤثرات البيئية الداخلية والخارجية ومن أهم هذه المبررات:

١٦. العولمة التي أتاحت لجميع المجتمعات على مستوى العالم وسائل بسيطة بتكلفة منخفضة مثل الفضائيات

وشبكات التواصل مثل شبكة الإنترنت بالإضافة إلى توفير بنية تحتية لعمليات الاتصالات. (السياني، محسن،

٢٠٢١، ص ٦٠)

١٧. قياس الموجودات غير الملموسة حيث أصبحت جميع المنظمات قادرة على قياس أثر المعرفة بشكل شفاف ومباشر في عملياتها الإنتاجية.

١٨. التطور المستمر والسريع في التقنيات الحديثة والنتائج المترتبة عليه في تغيير المفاهيم والتأثير على التكلفة.

١٩. حاجة المنظمات إلى ربط معارفها ومعلوماتها وخبراتها ببعضها لتستطيع تطوير المنظمة وتنميتها ككيان تفاعلي.

٢٠. تضاعف المعلومات لدى المنظمات في أي مجال لديها.

٢١. توسع المجالات التي استطاعت إدارة المعرفة معالجتها مثل مجالات التنافس والإبداع والتجديد.

٢٢. التغير الكبير والمستمر في حاجات ورغبات العملاء مما جعل من الأنماط التقليدية غير ملائمة لتلك الحاجات.

٢٣. الصعوبة التي واجهتها المنظمات في كيفية الاستفادة من معلومات أفرادها وخبراتهم.

٢٤. أصبح من السهل الحصول على كميات كبيرة جدًا من المعلومات في وقت قليل جدًا.

٢٥. الطبيعة الديناميكية للمعرفة حيث أصبح من الممكن تعزيزها وتطوير المعرفة لتوليد معارف جديدة.

خامسًا: أهمية إدارة المعرفة:

من خلال ما تم عرضه سابقًا نستطيع استنتاج ما تمثله أهمية إدارة المعرفة للمنظمات وتتضمن عدة نقاط وهي:

٢٦. جزء كبير من الصناعات المنتجة للثروة هي صناعات معرفية مثل صناعة الإعلام وتقنيات الحاسوب وشبكة

الإنترنت حيث استطاعت هذه الصناعات أن تنمو بسرعة تفوق نمو الصناعات الأخرى. (شيماء، اسيا،

٢٠٢٢، ص ١١)

٢٧. تمثل الأعمال والمجالات التي تتعلق بالمعرفة أكثر من ٧٠٪ من مجمل الأعمال، حيث أن عدد حاملي المعرفة

الذين يستعملون عقولهم أكثر بكثير من عدد الذين يستعملون مهاراتهم البدنية حتى في الأعمال التقليدية.

٢٨. قيمة ممتلكات المنظمات غير الملموسة تزداد يومًا بعد يوم، حيث أن قيمة المنظمات المتمثلة في أسهمها تفوق

قيمتها الدفترية بعشر أضعاف والسبب في هذا هو الممتلكات غير الملموسة مثل الاسم التجاري، براءة الاختراع،

حقوق النشر.

٢٩. تساعد إدارة المعرفة المنظمات بشكل مباشر في رفع مستويات الأداء وتطوير منتجاتها وخدماتها مما يسهم في

تحقيق الأهداف المطلوبة.

٣٠. إدارة المعرفة هي عامل محفز للمنظمات بحيث تستطيع تجديد ذاتها ومواجهة التغيرات البيئية الغير مستقرة

فضلاً عن تشجيع مواردها البشرية لتبني قدراتها الإبداعية.

وبناءً على ما تقدمه إدارة المعرفة من أهمية للمنظمات، قامت شركة أمريكية تُدعى Cap Ventures بعمل دراسة

تتضمن ٢٠٠ شركة في الولايات المتحدة الأمريكية حول إدارة المعرفة، وكانت نتائج هذه الدراسة أن هناك نمو كبير

في المنتجات التي تعتمد على إدارة المعرفة بحوالي ٥ بليون دولار، بالإضافة إلى أن نسبة ٨٠٪ من هذه الشركات

توجهت نحو استخدام إدارة المعرفة في برامجها وعملياتها الإنتاجية، مما يؤكد على أهمية إدارة المعرفة المتزايدة في

عالمنا اليوم.

لذلك أصبحت إدارة المعرفة من التطورات المهمة جدًا في يومنا هذا في العمليات الإدارية للمنظمة كما أنها الأكثر ملائمة للتغيرات المستمرة، بل أصبحت المؤشر الذي من خلاله نستطيع قياس مدى تقدم المنظمات ومدى قدرتها على المشاركة الفعالة في عمليات التنافس لتحقيق الميزة التنافسية العالمية وذلك بعد إنتاج المعرفة وتوظيفها في العمليات الإنتاجية والاستفادة منها.

الفصل الثالث

الإبداع التنظيمي مع توضيح أثر إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع التنظيمي

أولاً: مفهوم الإبداع التنظيمي

ظهرت مؤخراً حاجة المنظمات إلى عنصر الإبداع بسبب قلة مواردها وكثرة احتياجاتها واختلاف حاجات الأفراد العاملين حيث أظهر عنصر الإبداع حلولاً للنزاعات القائمة داخل المنظمات كما أنه مكن المدراء من استغلال مواردهم البشرية بشكل كفاء وفعال وعليه فإن عنصر الإبداع ظهر نتيجة التوجه نحو الاقتصاد الحر الذي يفي بتوقعات المستقبل. (مدني، ٢٠١٧، ص ١٥٥)

ويُمثل مفهوم الإبداع التنظيمي مفهوم عام من مفاهيم الإبداع حيث أن الإبداع داخل المنظمات يتعلق بالأفكار الحديثة في مجال الإدارة وعملية تطوير المنتجات وقيادة الأفراد العاملين بالإضافة إلى تحسين الخدمات المقدمة للعملاء، ولكن يتمثل الإبداع التنظيمي في قدرة الموظفين أو المدراء على الخروج عن العمل التقليدي أو الروتيني أو التفكير في العملية الإنتاجية بشكل يُنتج منتجاً جديداً مما يجعل المنظمة تتبناه وبالتالي يحدث نوعاً من التغيير في مخرجات المنظمة. (السياني، محسن، ٢٠٢١، ص ٦٤-٦٥)

وقد تبني العديد من الباحثين مفهوم الإبداع التنظيمي في أبحاثهم لذا سوف نقوم بعرض بعض من هذه المفاهيم وهي:

عُرف الإبداع التنظيمي على أنه قدرة المنظمة على استخدام مداخل إدارية حديثة ومبتكرة ينتج عنها تفاعل بين جميع أفراد العاملين مما يحفزهم لاستغلال قدراتهم العقلية بشكل كفاء يحقق أهداف المنظمة. (الزيادات، ٢٠٠٨)

وعُرف أيضاً على أنه العملية التي تعتمد عليها المنظمات في تطوير السلع والخدمات وتحسين الأنظمة الإنتاجية والتشغيلية لها لما يحقق استجابة فعالة الحاجات العملاء. (الصاعدي، ٢٠٠١)

وتمثل في سلوك المنظمات في تبني واستخدام الأفكار والأساليب الجديدة لغرض تقديم سلعة او خدمة جديدة تحقق أهدافها في النمو والتكيف وأخرى تجعلها أكثر قدرة على المنافسة. (الكلكاوي، ٢٠٠٤)

كما عُرف على أنه أي شيء جديد يتعلق بأداء المنظمات أو المنتجات التي تنتجها ويشتمل على التطور الذي يحدث على أنواع المنتجات والعمليات الإنتاجية ونظم الإدارة والهيكل التنظيمية والاستراتيجيات التي تعتمد عليها المنظمات. (Hill and Gareth , Chares، ٢٠٠١)

وبالتالي يمكننا استنتاج بعض النقاط العامة حول الإبداع التنظيمي وتتمثل في:

٣١. سلوك منظم يتسم بالأصالة. (فوزي، ٢٠١٥، ص ٢٨٦)
٣٢. عملية استخدام الأساليب والأفكار الجديدة القابلة للتطبيق على المنظمات.
٣٣. عملية تسهم في تحقيق أهداف المنظمة.
٣٤. سلوك يمنح المنظمات قدرًا متميزًا لتستطيع التنافس على المستوى العالمي.

ثانيًا: مصادر الإبداع التنظيمي

يمكننا تقسيم مصادر الإبداع على مستويين وهما:

أ. مصادر الإبداع في البيئة الخاصة:

إن سوق الصناعات وما يحيط بالمنظمات من أحداث بالإضافة إلى الفرص والتهديدات التي تواجهها المنظمات يبرئ الفرص للمنظمات لأن تصبح إبداعية ومن هذه المصادر:

١- مصادر الإبداع غير المتوقعة:

تتمثل في الحالة الاجتماعية التي لم تتوقعها المنظمات، فتواجه المنظمات حالة تحتم عليها استخدام الإبداع والتجديد لمواجهة التغيرات الحادثة ولكنها لا تستطيع أن تُجزم بنجاح أو فشل العمليات الإبداعية التي سوف تقوم بها.

٢- عدم الكفاية:

يتمثل في الفرق بين الواقع وما يجب أن يكون حيث أن الإبداع الذي يقوم على أساس الحاجة العملية له يهتم بالعملية المطلوب تنفيذها والتي تتطلب شيء مفقود وبالتالي فإن الأفراد يقومون بالدوران حول هذه الحلقة المفقودة دون أن يقوموا بأي شيء تجاهها.

٣- التغيرات في الصناعات وهياكلها:

عند حدوث تغيرات في هياكل الصناعة وقتها تستعد المنظمات لاستخدام عنصر الإبداع في منتجاتها وخدماتها، فعندما تخرج الصناعات منتجات جديدة تتيح الفرصة للمنظمات لاستخدام عنصر الإبداع.

ب. مصادر الإبداع في البيئة العامة:

حيث أن التغيرات الحادثة في البيئة خارج المنظمات تدفعها إلى استخدام الإبداع والتجديد وتتمثل هذه التغيرات في:

١- التغيرات السكانية:

وتتمثل في التغيرات الحادثة في حجم وتركيبية السكان مثل التغيرات في الفئات العمرية ومستويات التعليم وكل هذا يدفع المنظمات إلى التفكير الإبداعي لإنتاج منتجات تلئم جميع الفئات العمرية للسكان.

٢- التغيرات في الإدراك:

وتتمثل في العادات والتقاليد الخاصة بالمجتمع بالإضافة إلى معتقداتهم الدينية فهذا يشجع المنظمات لاستخدام عنصر الإبداع في عملياتها الإنتاجية. (شيماء، اسيا، ٢٠٢٢، ص ٢١)

٣- المعرفة الجديدة:

حيث أن التطور في المعارف العلمية يخلق أذواق جديدة وبالتالي منتجات وأسواق جديدة.

ويمكننا القول إنه تم تصنيف مصادر الإبداع وفقاً لفرضية أن التركيب التنظيمي للمنظمات ملائم بحيث يمكن أفراد المنظمات من استغلال هذه المصادر عن طريق استخدام قدراتهم العقلية والذهنية الإبداعية بشكل كفاء وفعال ومستمر مما يجعل إبداعاتهم وإبداعات المنظمة هي المعيار الأول في تقويم أداء المنظمات. (فوزي، ٢٠١٥، ص ٢٨٦)

ثالثاً: مجالات الإبداع التنظيمي

تُعتبر مجالات الإبداع التنظيمي وسيلة لنمو المؤسسات وزيادة قدرتها لتستطيع التصدي للعقبات والتحديات خاصة في ظل ظروف المنافسة العالمية فهي توضع في إطار تبني أساليب وطرق جديدة للعمل مما تساعد على خفض تكاليف العملية الإنتاجية بالإضافة إلى تطوير السلع والخدمات، لذلك يمكننا حصر مجالات الإبداع في أربعة مجالات وهي:

٣٥. تبني سياسات جديدة لتستطيع تغيير توجهات المنظمات.

٣٦. توفير فرص جديدة لإنتاج سلع وخدمات جديدة وبالتالي دخول المنظمة إلى سوق جديدة.

٣٧. تفعيل المنظمات لعمليات تشغيل جديدة.

٣٨. اعتماد هيكل تنظيمي جديد.

رابعاً: أبعاد الإبداع التنظيمي

نظراً لتعدد الآراء ووجهات النظر المختلفة التي تناولت مفهوم الإبداع التنظيمي نستنتج أن إدارة المعرفة تتمثل في خمسة أبعاد وهي:

١- تبني ثقافة تنظيمية تدعم الإبداع:

يركز هذا البعد على اتصالات المنظمة الخارجية مع عملائها ويهدف إلى تحقيق أهداف المنظمة الخارجية وزيادة قدرتها على التكيف مع التغيرات البيئية ومواجهتها، لذلك وجب على المنظمات الاهتمام بتشكيل ثقافتها التنظيمية بحيث تدعم عناصر الإبداع والابتكار في عملياتها الإنتاجية، حيث إن الثقافة التنظيمية بما تتضمنه من سلوك الأفراد في أداء عملهم هي العامل الرئيسي والدافع نحو أداء الأعمال بشكل إبداعي وتحسين أداء العاملين عن طريق تبني أساسيات الأداء المثمر. (رضوان، خاطر، ٢٠٢٢، ص ٢٤٦)

٢- تحسين العمليات الإدارية:

يركز هذا البعد على اهتمام المؤسسات بالفرص المتاحة لديها بالإضافة إلى اهتمامها بالمنتجات الجديدة وبحثت عن طرق أكثر تنظيمًا لأداء الأعمال الإبداعية ولضمان حيوية العمل المنظمي، لذلك عند تبني المنظمات لعنصر الإبداع التقني كسلوك فهذا يضيف خصائص جديدة للمنتج ويساعد المنظمات على التكيف مع التغيرات البيئية الخارجية، ونظرًا للتقدم السريع في العلم والتكنولوجيا وزيادة المنافسة العالمية توجهت المنظمات إلى وضع عنصر الإبداع في مقدمة أولوياتها لتستطيع تحسين منتجاتها وتقديم خدمة إنتاجية جديدة وتحسين العملية الإنتاجية ككل وذلك كله لتلبية حاجات عملائها والحصول على رضاهم مما يساعد المنظمات في أن تصبح على مقدمة المنظمات العالمية.

٣- تطوير بيئة العمل الداخلية:

يركز هذا البعد على تحسين البيئة الداخلية للعمل من خلال توفير الحوافز والمكافآت للعاملين وإشراكهم في اتخاذ القرارات الخاصة بهم، بالإضافة إلى الاهتمام بالجوانب الفنية لأداء الأعمال داخل المنظمات مثل العمل على تحسين طرق أداء العمل واستخدام تقنيات حديثة بالإضافة إلى تطوير الهيكل التنظيمي وأسلوب القيادة داخل المنظمات.

٤- القابلية للتغيير:

يركز هذا البعد على العاملين بالمنظمة باعتبارهم أفراد من أسرة المنظمة والاهتمام بهم والعمل على تدريبهم، وهذا يشجع على الانتماء المؤسسي للموظفين، كما أنه يسمح للعاملين المشاركة بأرائهم في العملية الإنتاجية بالإضافة إلى محاولة الوصول إلى قيم وأهداف مشتركة بين العاملين والمؤسسة بحيث يشجع على الانضباطية عند العاملين، وبالتالي فإن عملية التغيير تشتمل على التغيير في معرفة الأفراد وسلوكهم والتقنيات المستخدمة للإنتاج والعمليات الإنتاجية ومن المفترض أن تكون عملية التغيير ذات تأثير إيجابي.

٥- القدرة على حل المشكلات:

يركز هذا البعد على الاهتمام بمصادر التمويل والتطوير ومدى الاحتفاظ بالأفراد ذوي المهارات بالإضافة إلى التنسيق بين المستويات الإدارية، وبدايةً تقوم المنظمات بالتعرف على المشكلات الموجودة داخل المنظمة والثغرات في المعلومات

المفقودة ثم بعد ذلك تبحث المنظمات عن مؤشرات ومعلومات لدى الأفراد العاملين لتستطيع وضع فروض تملأ تلك الثغرات واختبار مدى نجاح هذه الفروض، ثم بعد ذلك تدرك المنظمات مهارات الحل للمشكلات الموجودة واستخدام استراتيجيات التفكير الإبداعي لحل هذه المشكلات عن طريق الأفراد ذوي مهارات التفكير الإبداعي. (رضوان، خاطر، ٢٠٢٢ ص ٢٤٨)

خامساً: عوائق الإبداع التنظيمي

تواجه المنظمات العديد من التحديات التي تعوق استخدامها لعنصر الإبداع التنظيمي في عملياتها الإنتاجية والإدارية والتشغيلية وتتمثل هذه العوائق في:

١- العوائق المادية:

تتمثل هذه العوائق في قدرات وإمكانات المؤسسات المالية حيث تعجز المنظمات عن توفير الأموال اللازمة للقيام بمتطلبات عمليات الإبداع مثل عدم قدرتها على توفير تكنولوجيا معلومات وتوفير أماكن خاصة لها والحوافز المادية للعاملين المبدعين. (مدني، ٢٠١٥، ص ١٥٩)

٢- القوانين والأنظمة:

حيث إن اتباع المنظمات لقوانين روتينية وقواعد جامدة يحد من عملية الإبداع ومشاركة الأفراد العاملين بآرائهم، فهناك تطبيق بعض القواعد إذا لم تكن ضرورية بشكل جامد يشجع على القبول الذهني للوضع القائم وهذا يعيق من استخدام عنصر الإبداع في العملية الإنتاجية.

٣- مقاومة التغيير:

حيث تواجه المنظمات مشكلة عديدة في تمسك الرؤساء بالعادات والتقاليد والأنظمة الإدارية الروتينية التقليدية وصعوبة تخليهم عنها كما يقاومون التغيير الحادث في أنظمة الإدارة.

٤- غياب التشجيع من المنظمة:

يقع بعض مديري المنظمات في خطأ الامتناع عن تجريب منتجات جديدة وخدمات جديدة وتجربة أنظمة إدارية جديدة أو الدخول في أسواق جديدة وهذا يمنع المنظمات من النمو والاستمرار.

٥- قلة المعلومات المتوفرة:

تواجه المنظمات مشكلة الحصول على معلومات عن الأوضاع الداخلية والخارجية لها كما أنها لا تستطيع الاستفادة من أنظمة المعلومات المتوفرة لديها بشكل كفاء وفعال بما يضمن الحصول على المعلومات بشكل سريع ومستمر وهذا يضع المنظمات أمام موقف أنها تضع افتراضات جامدة. (مدني، ٢٠١٥، ص ١٥٩)

٦- عدم مساندة العمل الجماعي من قبل المنظمة:

لا تستطيع المنظمات توفير المناخ الملائم لتشجيع العمل الجماعي بين الأفراد العاملين وعدم تهيئة البيئة الداخلية لاستخدام عنصر الإبداع بين العاملين وهذا يؤثر بالسلب على طبيعة العلاقة بين المديرين والعاملين وبين العاملين وبعضهم البعض وهذا يسهم في انخفاض مستويات الوعي بأهمية عنصر الإبداع.

٧- الاعتماد المفرط على الخبراء الخارجيين:

حيث لا تهتم المنظمات ببناء قاعدة معرفية داخل المنظمة ولا تهتم بدعم الأفراد العاملين بها من خلال تعزيز سلوكهم الإبداعي وعدم إدراكها بأهمية البرامج التدريبية للعاملين مما جعل المنظمات تلجأ للخبراء من الخارج وهذا يزيد من تكلفة العمليات الإنتاجية.

سادساً: العلاقة بين إدارة المعرفة والإبداع التنظيمي

في ظل الاقتصاد المعرفي الذي يشهده عالمنا اليوم فإن الطريق الوحيد نحو تحقيق الميزة التنافسية على المستوى العالمي وتحقيق عائد مالي مرتفع هو استخدام المنظمات لعنصر الإبداع والابتكار في عملياتها الإنتاجية والتشغيلية، بالإضافة إلى مشاركة معارفها وخبراتها لتعزيز الإبداعات المحتملة. (المناور، ٢٠٢٢، ص ٣٣)

كما أن طبيعة العلاقة بين المعرفة والإبداع تعتمد بشكل أساسي على المعرفة الجيدة حيث ان ليست كل الإبداعات التي تعتمد على المعارف مهمة ولكنها تنسم بعمر أطول من الإبداعات الأخرى، ولكي يكون عنصر الإبداع فعالاً لابد من إدارة المعرفة اللازمة له وتسويقها بشكل أفضل وهذا يؤكد على أهمية التجانس بين أنواع المعرفة المختلفة.

لذلك عندما تتبدل أوضاع الأسواق وتتطور التقنيات المستخدمة ويزداد عدد المنافسين داخل السوق المحلية والعالمية وتتقادم المنتجات بسرعة تضطر المنظمات إلى توليد معرفة جديدة وتقوم بنشرها داخل المنظمة وتوظيفها بشكل سريع في توليد منتجات وخدمات جديدة وهذا يدفعها إلى الإبداع بشكل مستمر لتستطيع التنافس على المستوى العالمي.

ونستنتج أن قابلية المنظمات لاستخدام عنصر الإبداع في تطوير منتجاتها وخدماتها تختلف من منظمة لأخرى وفقاً لقدرتها على استخدام المعرفة المتاحة وتوليد معرفة جديدة.

وأثبتت الدراسات أن القدرات المعرفية الخاصة بالمنظمات تحولت حالياً إلى عمليات استطاعت المنظمات من خلالها إبداع منتجات وخدمات جديدة بسرعة فائقة بالإضافة إلى تطوير منتجاتها الحالية بشكل يلائم السوق الحالية وهذا أسهم في زيادة سرعتها حول تقديم خدماتها ومنتجاتها للسوق قبل وصول منافسيها، لهذا وجب على المنظمات التي تسعى إلى النجاح في استخدام إبداعاتها الناتجة عن معارفها إدارة إبداعاتها بشكل يتضمن تحليل دقيق لأنواع المعرفة المختلفة التي تدخل في تطوير منتجاتها وخدماتها الحالية بالإضافة إلى إدراك احتياجات السوق وأذواق العملاء وبالتالي توظيف الإبداعات في تلبية تلك الاحتياجات. (محمد، عثمان، ٢٠١١، ص ١٤)

لذلك يتضح لنا أن تطوير معارف المنظمات يرتبط رئيسي بخصائص الأفراد العاملين وتطوير قدراتهم، وهذا ما يسهم في دعم عنصر الإبداع لدى المنظمات ومن ثم تعزيز قدراتها التنافسية، فنجد أن عنصر الإبداع يعزز من تنافسية المنظمات بالإضافة إلى اختيار الاستراتيجية الملائمة والصحيحة للمنافسة.

وباعتبار أن الإبداع عبارة عن عملية تحويل العلاقات الجديدة إلى منتجات جديدة مما يسهم في خلق قيمة مضافة وتحقيق ميزة تنافسية لها لذا فإن إدارة المعرفة مصدر أساسي لتحقيق عنصر الإبداع التنظيمي وذلك عن طريق أبعادها حيث أن إدارة المعرفة لها تأثير كبير على كل من العمليات الإنتاجية والمنتج المقدم بالإضافة إلى أداء العاملين داخل المنظمة. (القاضي، ٢٠٢٣، ص ٢٨٢)

أ. أثر إدارة المعرفة على العمليات:

تساهم إدارة المعرفة في تطوير وتحسين العمليات الإنتاجية والتسويقية للمنظمات مما يسهم في تطوير المنتجات وخلق منتجات إبداعية جديدة.

ب. أثر إدارة المعرفة على المنتجات:

عندما أسهمت إدارة المعرفة في تطوير العملية الإنتاجية نتج عن ذلك منتجات جديدة ذات قيمة مضافة وخدمات جديدة مرتبطة بالمعرفة.

ت. أثر إدارة المعرفة على أداء العاملين:

تسهم إدارة المعرفة في انتشار الخبرات والمهارات بين الأفراد العاملين مما يسهم تطوير معارفهم حول كيفية إنتاج منتجات جديدة واستخدام قدراتهم الإبداعية في تطوير العملية الإنتاجية برمتها، مما يخلق لديهم نوع جديد مبتكر في إيجاد حلول للمشاكل التي تتعرض لها المنظمات.

ومن هذا يتضح لنا أن هناك علاقة وثيقة بين معرفة المنظمة وقدرتها على الإبداع حيث إن قدرة المنظمات على إدارة الفكر الإنساني للعاملين بشكل كفاء فهذا يؤكد على أهمية المعارف بالنسبة للمنظمات وواجب عليها تحديث هذه المعرفة باستمرار وتوظيفها بشكل يعزز من مستويات الإبداع لدى الموظفين.

ث. أثر إدارة المعرفة على توليد الإبداع:

لا يوجد شك حول طبيعة العلاقة بين المعرفة والعمليات الإبداعية، ولكن تجد معظم المنظمات صعوبة في كيفية إدارة تلك المعرفة بشكل يمكنها من تحويل نتائج الاستخدام المعرفي إلى منتجات وخدمات جديدة ومبتكرة مما يخلق نوعاً من الولاء لدى العملاء حول هذه المنتجات وهذه الخدمات، لهذا نجد أن المعرفة الإبداعية تسمح للمنظمة أن تنافس بمنتجاتها الجديدة بما يسهم في تغيير قواعد العمل والمنافسة لصالح المنظمة التي تستخدم المعرفة الإبداعية.

حيث إن توليد معرفة ذات جودة عالية أصبحت ضرورة لتطوير القدرات الإبداعية داخل المنظمة وبما أن الإبداع يُعبر عن جهود المنظمة في إنتاج منتجات وخدمات جديدة فإن هذا الإبداع ينطلق من قدرات ابتكارية فردية ومُنظمة وهذا يؤكد على وجود رصيد للمعارف سواء كان صريح أو بشكل ضمني لدى المنظمة فتستطيع أن تدمج هذه المعارف بشكل فعال مع العمليات الإبداعية. (السمان، بخيت، ٢٠٢١، ص ١٣)

لذا وجب على المنظمات التي تسعى لتوليد الإبداع تهيئة المناخ الملائم له داخل المنظمة من خلال إعطاء الإدارة العليا الأولوية للوعي المعرفي وضرورة الاهتمام بالموارد البشرية المعرفية لتستطيع توليد قدرات إبداعية عالية تساهم في إنتاج منتجات وخدمات تلأئم أذواق العملاء.

ونلاحظ أن المنظمات المعاصرة استطاعت توظيف معرفتها التي تحقق لها منفعة مالية كبيرة واستطاعت إلزام أفرادها على تعلم المعرفة الهادفة وذات الجودة والتي تخلق ميزة تنافسية وتنتج عن هذا كله توليد قاعدة مُنظمة تلتزم بعنصر الإبداع وتلتزم بفلسفة المعرفة الموجهة نحو خلق الميزة التنافسية، كما نجد أن المنظمات التي نجحت على المستوى العالمي هي استطاعت استثمار ما لديها من معارف ونقل معرفتها عبر قنوات المنظمة واستغلال هذه المعارف في تجديد الأنظمة الإدارية بما يؤهلها للتنافس على المستوى العالمي والتكيف مع التغيرات البيئية التي تمثل عائق أمامها عن طريق استغلال موظفيها ذوي المهارات الإبداعية العالية. (محمد، عثمان، ٢٠١١، ص ١٤-١٥)

وأثبتت الدراسات أن المنظمات التي تسعى لاستغلال عنصر الإبداع في عملياتها الإنتاجية والتشغيلية والتسويقية لابد لها من استخدام إحدى هذه الاستراتيجيات التي تعزز الإبداع وهي:

١. استراتيجية الرفع:

تركز هذه الاستراتيجية على نشر المعارف والخبرات في المجالات الإنتاجية بين جميع الأفراد العاملين لتحسين عمليات الإبداع.

٢. الاستراتيجية التخصصية:

تركز على كيفية تحويل المعارف الجديدة التي تحصلت عليها المنظمة من جميع أقسامها واستغلالها لتعزيز الإبداع

المستقبلي. (صارم، ٢٠١٩)

٣. استراتيجية الفحص:

تركز هذه الاستراتيجية على محاولة ابتكار معارف جديدة تساهم في العمليات الإبداعية.

٤. استراتيجية التوسع:

تركز هذه الاستراتيجية على توسيع المعارف الحالية من أجل خلق الإبداع وتطويره.

خلاصة عامة:

لقد قمنا في هذا الفصل بعرض تفصيلي لمفهوم إدارة المعرفة وأبعادها وكيف تعتمد عليها المنظمات لتحقيق أهدافها من خلال إدخال عنصر الإبداع على عملياتها الإنتاجية والتشغيلية والتسويقية مما يحقق ميزة تنافسية لها على المستوى المحلي والعالمي، وعرضنا أيضًا مفهوم الإبداع التنظيمي ومصادره والمجالات التي تستخدم بها المنظمات الإبداع التنظيمي وتوصلنا إلى أن هناك علاقة ارتباط قوية بين إدارة المعرفة وعنصر الإبداع داخل المنظمات حيث إن قدرة المنظمات على إدارة معارفها ومهارات وخبرات أفرادها يعزز من أهمية هذه المعارف بما يتوجب على المنظمات الحفاظ على هذه المعرفة وتحديثها والعمل على استمرارها داخل المنظمة ومحاولة توظيفها داخل عملياتها بشكل كفء وفعال مما يسهم في تعزيز عنصر الإبداع.

وتوصلنا إلى أن المنظمات الناجحة استطاعت استقطاب الأفراد ذوي المهارات والقدرات والخبرات العالية داخل المنظمة كما استطاعت الحفاظ عليهم وتدريبهم وتهيئتهم لبيئة العمل داخل المنظمة، بالإضافة إلى أنها استطاعت استغلال مهارات موظفيها بما يتلاءم مع متطلبات العمل وبما يحقق أهدافها المرجوة.

الفصل الرابع

تصميم البحث وإجراءاته

المنهجية

تمهيد:

تناولت الدراسة في الاجزاء السابقة الإطار النظري، وفي هذا الجزء نتناول وصفا لمنهج الدراسة، والأفراد مجتمع الدراسة وعينتها، وكذلك أداة الدراسة المستخدمة وطرق إعدادها، وصدقها وثباتها كما يتضمن هذا الجزء وصفا للإجراءات التي قمت في تقنين أدوات الدراسة وتطبيقها، وأخيرا المعالجات الإحصائية التي اعتمدت عليها في تحليل الدراسة.

منهجية الدراسة:

من أجل اختبار صحة فرضيات الدراسة لتحقيق أهدافها، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وسيتم اللجوء لكل منهج منهم من خلال الآتي:

■ المنهج الوصفي:

سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي، وذلك بهدف الاطلاع على الدراسات السابقة والرسائل العلمية، من أجل تدعيم قدرة الباحث على تكوين إطار نظري قوي يُسهم في الإلمام بمتغيرات الدراسة، وذلك بهدف وصف وتوضيح العلاقة بين إدارة المعرفة والإبداع التنظيمي.

■ المنهج التحليلي:

سيتم الاعتماد على المنهج التحليلي، وذلك بهدف قياس العلاقة بين إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الإبداع التنظيمي داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد، مع الاعتماد على أداة الاستبانة، من أجل استخدام ردود الاستبانة في اكتشاف العلاقة، وذلك من خلال الاعتماد على الأساليب الإحصائية في تحليل ردود الاستبانة اعتماداً على برنامج SPSS، لاختبار صحة فرضيات الدراسة وتحقيق أهدافها.

عينة الدراسة:

تكونت عينة الدراسة من 196 عينة لدراسة أثر إدارة المعرفة على الإبداع التنظيمي بالتطبيق على الشركة الوطنية للشراء الموحد.

حدود الدراسة:

سوف يتناول الباحث موضوع الدراسة مع الالتزام بالحدود التالية - :

- الحدود المكانية: اقتصرت تطبيق الدراسة على الشركة الوطنية للشراء الموحد بالمملكة العربية السعودية.
- الحدود الزمنية: تطبق الدراسة في عام ٢٠٢٤ م.
- الحدود الموضوعية: اقتصرت الحدود الموضوعية في الدراسة على دراسة دور إدارة المعرفة في تحسين الأداء الوظيفي.
- الحدود البشرية: تم تطبيق الدراسة على عينة من قبل العاملين بالشركة الوطنية للشراء الموحد، والتي تُقدر حجمها ب (١٩٦).

محاور الدراسة الميدانية:

تمثلت متغيرات الدراسة فيما يلي: -

المتغير المستقل: إدارة المعرفة

- تشخيص المعرفة
- توليد المعرفة
- تخزين المعرفة
- توزيع المعرفة
- تطبيق المعرفة

المتغير التابع: الإبداع التنظيمي

الدراسة الميدانية:

تم الاعتماد هنا على أسلوب قوائم الاستبيان لجمع البيانات الأولية اللازمة لإجراء وإتمام الدراسة بالإضافة إلى مراجعة

البيانات الثانوية وكذلك إجراء المقابلات الشخصية كما يتضح على النحو التالي:

أ- قوائم الاستبيان:

تعتبر استمارة الاستبيان أداة ملائمة بشكل كبير في تقصي الآراء ووجهات النظر حول مسألة أو قضية ما، وقد تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة رئيسة للحصول على البيانات الأولية من مجتمع الدراسة، وتم تصميم استمارة الاستبيان في ضوء أهداف البحث.

ب- الدراسة الوصفية المسحية:

وتم تفرغ البيانات من استمارة الاستبيان وتصفيها وتبويبها لتسهيل عملية تحليلها، وذلك لاستخلاص النتائج والمؤشرات منها حول موضوع البحث باستخدام وسائل إحصائية مناسبة تتفق مع الفروض الأساسية الخاصة بالدراسة.

أداة الدراسة:

تم الاعتماد على الأدبيات والدراسات السابقة في تطوير استبانة لجمع البيانات الأولية، حيث تتكون الاستبانة من ثلاث محاور وهي:

المحور الأول: يتعلق هذا الجزء بالمعلومات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة وتضمن خمس متغيرات: (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، إجمالي عدد سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي).

المحور الثاني: يتكون هذا الجزء من عدة فقرات لقياس المتغير المستقل (إدارة المعرفة): تكون من (15) فقرة موزعة على خمس أبعاد (تشخيص المعرفة – توليد المعرفة – تخزين المعرفة – توزيع المعرفة - تطبيق المعرفة)، كل بعد من الأبعاد يشمل ٣ فقرات.

المحور الثالث: يتكون هذا الجزء من عدة فقرات لقياس المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) تكون من (١١).

عند صياغة عبارات الاستبيان، قدر راعي الباحث أنها ستكون بسيطة وسهلة ومفهومة لعامة المشاركين. اعتمد الباحث على تصميم قائمة الاستبيان وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات المستجيبين لفقرات الاستبيان وفق الجدول التالي:

جدول رقم ١-

قيم معامل ألفا كرونباخ

التصنيف	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أرفض	أرفض بشدة
الدرجة	٥	٤	٣	٢	١

(المصدر: التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

ولتفسير المتوسطات الحسابية لتقديرات اتجاه رأي أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الاستبيان وعلى كل مجال من مجالاتها، تم تشكيل فواصل باستخدام المعادلة التالية:

$$08 = \frac{1-5}{5} = \frac{\text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى (للأوزان)}}{\text{عدد الفئات المفترضة}} = \text{طول الفئة}$$

واستناداً لذلك تم اعتماد المعيار التالي: عبارة "أرفض بشدة" في الفترة [١، ١،٧٩]، عبارة "أرفض" في الفترة [١، ٨] - ٢،٥٩]، وعبارة "محايد" في الفترة [٢، ٦ - ٣، ٣٩]، وعبارة "أوافق" في الفترة [٣، ٤ - ٤، ١٩]، وعبارة "أوافق بشدة" في الفترة [٤، ٢ - ٥]، والجدول التالي يوضح المعيار الإحصائي لمتوسطات الحسابية للفقرات:

جدول رقم ٢-

المعيار الإحصائي لتفسير المتوسطات الحسابية لفقرات الاستبيان ومتغيراتها

المتوسط الحسابي	درجة الموافقة
من ١،٠٠ - أقل من ١،٧٩	أرفض بشدة
من ١،٨ - أقل من ٢،٥٩	أرفض
من ٢،٦ - ٣،٣٩	محايد
من ٣،٤ - ٤،١٩	موافق
من ٤،٢ - ٥	موافق بشدة

(المصدر: التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

ثبات المقياس:

يتم اختبار ثبات الاستبانة باستخدام معامل الفا كرونباخ والتي تعبر قيمته عن مدى ثبات الأسئلة وصدقها في التعبير عن المؤشر التي وضعت لقياسه وتتراوح قيم الفا كرونباخ بين الصفر والواحد الصحيح. حيث إنه كلما اقترب مقياس كرونباخ الفا من ١ الصحيح كلما كان ثبات أداة القياس والاستمارة أقوى، تم تقدير ثبات المقياس باستخدام ألفا - كرونباخ، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم ٣-

يوضح معامل الفا كرونباخ لثبات الاستبانة ككل ومحاورها

المحور	معامل الفا كرونباخ	عدد العبارات
تشخيص المعرفة	0.633	3
توليد المعرفة	0.689	3
تخزين المعرفة	0.602	3
توزيع المعرفة	0.629	3
تطبيق المعرفة	0.616	3
الإبداع التنظيمي	0.686	11
الثبات العام	0.813	26

(المصدر: التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

تظهر نتائج اختبار الفا كرونباخ الخاصة بثبات محاور عناصر الدراسة أن الاستبانة التي تم استخدامها لقياس المتغيرات المختلفة بصورة عامة تبدو ذات ثبات جيد جداً. القيم المذكورة لمعامل الفا كرونباخ تشير إلى مدى اتساق الأسئلة الموجودة في كل محور على حدة وفي الاستبانة ككل. البعد الأول في المحور الثاني "تشخيص المعرفة" لديه معامل الفا كرونباخ قدره 0.633، وهذا يشير إلى أن الأسئلة المتعلقة بتشخيص المعرفة في الاستبانة تعطي نتائج متسقة.

بالإضافة إلى ذلك، البعد الثاني للمحور الثاني "توليد المعرفة" لديه معامل الفا كرونباخ قدره 0.689، وهذا يشير إلى أن الأسئلة المتعلقة بتوليد المعرفة في الاستبانة تعطي نتائج متسقة، والبعد الثالث للمحور الثاني "تخزين المعرفة" لديه معامل الفا كرونباخ قدره 0.602، وهذا يشير إلى أن الأسئلة المتعلقة بتخزين المعرفة في الاستبانة تعطي نتائج متسقة، والبعد الرابع للمحور الثاني "توزيع المعرفة" لديه معامل الفا كرونباخ قدره 0.629، وهذا يشير إلى أن الأسئلة المتعلقة بتوزيع المعرفة في الاستبانة تعطي نتائج متسقة، والبعد الخامس للمحور الثاني "تطبيق المعرفة" لديه معامل الفا كرونباخ قدره 0.616، وهذا يشير إلى أن الأسئلة المتعلقة بتطبيق المعرفة في الاستبانة تعطي نتائج متسقة، والمحور الثالث "الإبداع التنظيمي" لديه معامل الفا كرونباخ قدره 0.686، وهذا يشير إلى أن الأسئلة المتعلقة بالإبداع التنظيمي في الاستبانة تعطي نتائج متسقة، وهذه القيم تشير إلى أن جميع المحاور لديها درجة جيدة جداً من الثبات ثم يمكننا القول أنه يمكن الاعتماد على الاستبانة عمومًا.

وتبلغ قيمة معامل ألفا كرونباخ للثبات العام للاستبانة ٠,٨١٣، وهي قيمة كبيرة مما يدل على أن أسئلة الاستبانة تعطي نتائج متسقة ومتقاربة، وبناءً على هذه النتائج، يمكن الاعتماد على الاستبانة لقياس العوامل المذكورة في الدراسة والتوصل إلى نتائج دقيقة وموثوقة.

الاتساق الداخلي (صدق عبارات المقياس):

تم تقدير الاتساق الداخلي لعبارات المقياس من خلال حساب معامل الارتباط بين عبارات المقياس والأبعاد الفرعية.

حساب معامل الارتباط بين عبارات المقياس والأبعاد الفرعية:

صدق الاتساق الداخلي لبعد تشخيص المعرفة:

جدول رقم ٤-

يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لفقرات بعد تشخيص المعرفة والدرجة الكلية

للبعد.

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
٠,٠٠٠	0656**	ترى أن إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد تدعم الأفكار الإبداعية لدى موظفيها.
٠,٠٠٠	0656**	ترى أن إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد تشجع على النقاشات الفعالة بين الأفراد العاملين وبعضهم البعض.
٠,٠٠٠	0655**	تسعى إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد للتعرف على الأفكار الجديدة التي تجتاح الأسواق.

(المصدر: التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن جميع قيم معاملات الارتباط بين عبارات البعد الأول (تشخيص المعرفة) من المحور الثاني (إدارة المعرفة) والدرجة الكلية للمحور الثاني معنوية ومتوسطة القوة مما يدل على وجود علاقة متوسطة القوة بين البعد الأول (تشخيص المعرفة) من المحور الثاني (إدارة المعرفة) والدرجة الكلية للمحور الثاني، مما يدل على أن البعد الأول (تشخيص المعرفة) من المحور الثاني (إدارة المعرفة) ككل تتسم بالصدق.

صدق الاتساق الداخلي لبعد توليد المعرفة:

جدول رقم ٥-

يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لفقرات بعد توليد المعرفة والدرجة الكلية

للبعد.

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
٠,٠٠٠	0597**	تعمل إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد على استقطاب الموظفين ذوي المهارات الإبداعية للعمل بها.

٠,٠٠٠	0667**	توفر إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد تدريبات وورش عمل للحصول على المعرفة.
٠,٠٠٠	0664**	توفر إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد فريق عمل يساعد موظفيها في الحصول على المعرفة.

(المصدر: التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن جميع قيم معاملات الارتباط بين عبارات البعد الثاني (توليد المعرفة) من المحور الثاني (إدارة المعرفة) والدرجة الكلية للمحور الثاني معنوية ومتوسطة القوة مما يدل على وجود علاقة متوسطة القوة بين البعد الثاني (توليد المعرفة) من المحور الثاني (إدارة المعرفة) والدرجة الكلية للمحور الثاني، مما يدل على أن البعد الثاني (توليد المعرفة) من المحور الثاني (إدارة المعرفة) ككل تتسم بالصدق.

صدق الاتساق الداخلي لبعد تخزين المعرفة:

جدول رقم ٦-

يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لفقرات بعد تخزين المعرفة والدرجة الكلية

للبعد

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
٠,٠٠٠	0574**	تستخدم إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد تكنولوجيا حديثة وتقنيات عالية في حفظ المعرفة لديها.
٠,٠٠٠	0665**	تستغل إدارة الشرطة الوطنية للشراء الموحد العاملين المبدعين وذوي الخبرات والكفاءات لديها .
٠,٠٠٠	0694**	تشجع إدارة الشركة الوطنية التعاون والعمل الجماعي بين موظفيها لتداول المعارف بينهم.

(المصدر: التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن جميع قيم معاملات الارتباط بين عبارات البعد الثالث (تخزين المعرفة) من المحور الثاني (إدارة المعرفة) والدرجة الكلية للمحور الثاني معنوية ومتوسطة القوة مما يدل على وجود علاقة متوسطة القوة بين البعد الثالث (تخزين المعرفة) من المحور الثاني (إدارة المعرفة) والدرجة الكلية للمحور الثاني، مما يدل على أن البعد الثالث (تخزين المعرفة) من المحور الثاني (إدارة المعرفة) ككل تتسم بالصدق.

صدق الاتساق الداخلي لبعد توزيع المعرفة:

جدول رقم ٧-

يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لفقرات بعد توزيع المعرفة والدرجة الكلية

للبعد

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
٠,٠٠٠	0668**	تتيح إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد المعرفة لجميع موظفيها.
٠,٠٠٠	0640**	ترى أن جميع الموظفين داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد يتبادلون المعارف بشكل سلس.
٠,٠٠٠	0738**	تستطيع الشركة الوطنية للشراء الموحد إيصال المعرفة لكل فرد داخل الشركة.

(المصدر: التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن جميع قيم معاملات الارتباط بين عبارات البعد الرابع (توزيع المعرفة) من المحور الثاني (إدارة المعرفة) والدرجة الكلية للمحور الثاني معنوية ومتوسطة القوة مما يدل على وجود علاقة متوسطة القوة بين البعد الرابع (توزيع المعرفة) من المحور الثاني (إدارة المعرفة) والدرجة الكلية للمحور الثاني، مما يدل على أن البعد الرابع (توزيع المعرفة) من المحور الثاني (إدارة المعرفة) ككل تتسم بالصدق.

صدق الاتساق الداخلي لبعد تطبيق المعرفة:

جدول رقم 8-

يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لفقرات بعد تطبيق المعرفة والدرجة الكلية للبعد

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
٠,٠٠٠	0673**	من وجهة نظرك الشخصية: ترى أن المعارف التي تمتلكها الشركة الوطنية للشراء الموحد تحقق أهداف الشركة.
٠,٠٠٠	0592**	من وجهة نظرك الشخصية: ترى أن المعارف والخبرات لدى موظفي الشركة الوطنية للشراء الموحد تلي احتياجات العمل.
٠,٠٠٠	0682**	من وجهة نظرك الشخصية: ترى أن موظفي الشركة الوطنية للشراء الموحد يقدمون حلول للعقبات التي تواجههم داخل العمل.

(المصدر: التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن جميع قيم معاملات الارتباط بين عبارات البعد الخامس (تطبيق المعرفة) من المحور الثاني (إدارة المعرفة) والدرجة الكلية للمحور الثاني معنوية ومتوسطة القوة مما يدل على وجود علاقة متوسطة القوة بين البعد الخامس (تطبيق المعرفة) من المحور الثاني (إدارة المعرفة) والدرجة الكلية للمحور الثاني، مما يدل على أن البعد الخامس (تطبيق المعرفة) من المحور الثاني (إدارة المعرفة) ككل تتسم بالصدق.

صدق الاتساق الداخلي لمحور الإبداع التنظيمي:

جدول رقم ٩-

يوضح صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لفقرات محاور الإبداع التنظيمي والدرجة الكلية للمحور

مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
٠,٠٠٠	0420**	يساهم العاملون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد بتقديم أفكار إبداعية لطريقة العمل داخل الشركة.
٠,٠٠٠	0426**	يقدم الموظفون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد معارفهم وخبراتهم السابقة عند التعرض لمواقف طارئة.
٠,٠٠٠	0556**	يتقبل العاملون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد الآراء المخالفة لهم ويستفيدون منها.
٠,٠٠٠	0466**	يستخدم العاملون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد أسلوب عمل مختلف عند تغير ظروف العمل.
٠,٠٠٠	0593**	يُقدم العاملون بالشركة الوطنية للشراء الموحد على إبداء آرائهم الإبداعية وأفكارهم الجديدة بحرية تامة.
٠,٠٠٠	0496**	يستطيع العاملون بالشركة الوطنية للشراء الموحد التنبؤ بأي مشكلة تتعلق بالعمل.
٠,٠٠٠	0441**	يملك العاملون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد القدرة على التعامل مع المشكلات التي تواجههم داخل العمل.
٠,٠٠٠	0506**	يستطيع العاملون بالشركة الوطنية للشراء الموحد التعامل مع نقاط الضعف التي تخص بيئة العمل.
٠,٠٠٠	0449**	يستخدم الموظفون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد طرق جديدة في العمل دون التأكد من نسبة نجاحها.
٠,٠٠٠	0465**	يتخذ العاملون بالشركة الوطنية للشراء الموحد قرارات داخل عمله حتى لو كانت تؤثر على تقييم أدائه داخل العمل.
٠,٠٠٠	0538**	يستطيع العاملون بالشركة الوطنية للشراء الموحد استخدام المعارف الجديدة مع معارفهم السابقة في توليد أفكار جديدة تلائم العمل.

(المصدر: التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

من الجدول السابق يمكننا ملاحظة أن جميع قيم معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثالث (الإبداع التنظيمي) والدرجة الكلية للمحور الثالث معنوية ومتوسطة القوة مما يدل على وجود علاقة متوسطة القوة بين عبارات المحور (الإبداع التنظيمي) والدرجة الكلية للمحور الثالث، مما يدل على أن المحور الثالث (الإبداع التنظيمي) ككل تتسم بالصدق.

التحليل الوصفي:

أولاً: التحليل الوصفي لعبارات المقياس:

وفيما يلي التحليل الوصفي للمتغير المستقل (التحول الرقمي) ويتضمن أربعة أبعاد وهي التخطيط الاستراتيجي، إعداد القادة، البنية المؤسسية، استقطاب المهارات والكفاءات.

التحليل الوصفي للبعد الأول (تشخيص المعرفة):

جدول رقم -١٠-

التحليل الوصفي لآراء المستقصي منهم حول تشخيص المعرفة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الأهمية	ترتيب الأهمية
ترى أن إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد تدعم الأفكار الإبداعية لدى موظفيها.	4.082	٠,٨٠٠	موافق	٣
ترى أن إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد تشجع على النقاشات الفعالة بين الأفراد العاملين وبعضهم البعض.	4.362	٠,٨٠٠	موافق بشدة	١
تسعى إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد للتعرف على الأفكار الجديدة التي تجتاح الأسواق.	4.342	٠,٧٩١	موافق بشدة	٢
تشخيص المعرفة	4.262	٠,٥١٩	موافق بشدة	

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

من الجدول السابق يتضح أن هناك اتفاق شديد بين آراء المستقصي منهم حول تشخيص المعرفة حيث بلغت نسبة الموافقة الإجمالية للمتوسط الحسابي (٤,٢٦٢) وانحراف معياري (٠,٥١٩) وبدرجة موافق بشدة. جاءت العبارة أن (ترى أن إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد تشجع على النقاشات الفعالة بين الأفراد العاملين وبعضهم البعض) أعلى العبارات من حيث الأهمية النسبية من بين آراء المستقصي منهم إلى حيث سجل متوسطه (٤,٣٦٢) والانحراف المعياري (٠,٨٠٠) بدرجة موافق بشدة. بينما جاءت العبارة (ترى أن إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد تدعم الأفكار الإبداعية لدى موظفيها) في أقل العبارات من حيث الأهمية النسبية من بين آراء المستقصي منهم حيث سجل متوسطه (٤,٠٨٢) والانحراف المعياري (٠,٨٠٠) بدرجة موافق.

التحليل الوصفي للبعد الثاني (توليد المعرفة):

جدول رقم -١١-

التحليل الوصفي لآراء المستقصي منهم حول توليد المعرفة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الأهمية	ترتيب الأهمية
تعمل إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد على استقطاب الموظفين ذوي المهارات الإبداعية للعمل بها.	4.332	0.707	موافق بشدة	1
توفر إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد تدريبات وورش عمل للحصول على المعرفة.	4.224	0.866	موافق بشدة	3
توفر إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد فريق عمل يساعد موظفيها في الحصول على المعرفة.	4.255	0.789	موافق بشدة	2
توليد المعرفة	4.270	0.508	موافق بشدة	

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

من الجدول السابق يتضح أن هناك اتفاق شديد بين آراء المستقصي منهم حول توليد المعرفة حيث بلغت نسبة الموافقة الإجمالية للمتوسط الحسابي (4.270) وانحراف معياري (0.508) وبدرجة موافق بشدة. جاءت العبارة أن

(تعمل إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد على استقطاب الموظفين ذوي المهارات الإبداعية للعمل بها) أعلى العبارات من حيث الأهمية النسبية من بين آراء المستقصي منهم إلى حيث سجل متوسطه (4.332) والانحراف المعياري (0.707) بدرجة موافق بشدة. بينما جاءت العبارة (توفر إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد تدريبات وورش عمل للحصول على المعرفة) في أقل العبارات من حيث الأهمية النسبية من بين آراء المستقصي منهم حيث سجل متوسطه (4.224) والانحراف المعياري (0.866) بدرجة موافق بشدة.

التحليل الوصفي للبعد الثالث (تخزين المعرفة):

جدول رقم -١٢-

التحليل الوصفي لآراء المستقصي منهم حول تخزين المعرفة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الأهمية	ترتيب الأهمية
تستخدم إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد تكنولوجيا حديثة وتقنيات عالية في حفظ المعرفة لديها.	4.245	0.772	موافق بشدة	2
تستغل إدارة الشرطة الوطنية للشراء الموحد العاملين المبدعين وذوي الخبرات والكفاءات لديها .	4.179	0.856	موافق	3
تشجع إدارة الشركة الوطنية التعاون والعمل الجماعي بين موظفيها لتداول المعارف بينهم.	4.263	0.838	موافق بشدة	1
تخزين المعرفة	4.230	0.530	موافق بشدة	

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

من الجدول السابق يتضح أن هناك اتفاق شديد بين آراء المستقصي منهم حول تخزين المعرفة حيث بلغت نسبة الموافقة الإجمالية للمتوسط الحسابي (4.230) وانحراف معياري (0.530) وبدرجة موافق بشدة. جاءت العبارة أن (تشجع إدارة الشركة الوطنية التعاون والعمل الجماعي بين موظفيها لتداول المعارف بينهم) أعلى العبارات من حيث الأهمية النسبية من بين آراء المستقصي منهم إلى حيث سجل متوسطه (4.263) والانحراف المعياري (0.838) بدرجة

موافق بشدة. بينما جاءت العبارة (تستغل إدارة الشرطة الوطنية للشراء الموحد العاملين المبدعين وذوي الخبرات والكفاءات لديها) في أقل العبارات من حيث الأهمية النسبية من بين آراء المستقصي منهم حيث سجل متوسطه (4.179) والانحراف المعياري (0.856) بدرجة موافق.

التحليل الوصفي للبعد الرابع (توزيع المعرفة):

جدول رقم -13-

التحليل الوصفي لآراء المستقصي منهم حول توزيع المعرفة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الأهمية	ترتيب الأهمية
تتيح إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد المعرفة لجميع موظفيها.	4.245	0.854	موافق بشدة	2
ترى أن جميع الموظفين داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد يتبادلون المعارف بشكل سلس.	4.286	0.829	موافق	1
تستطيع الشركة الوطنية للشراء الموحد إيصال المعرفة لكل فرد داخل الشركة.	4.062	0.952	موافق	3
توزيع المعرفة	4.204	0.601	موافق بشدة	

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

من الجدول السابق يتضح أن هناك اتفاق شديد بين آراء المستقصي منهم حول توزيع المعرفة حيث بلغت نسبة الموافقة الإجمالية للمتوسط الحسابي (4.204) وانحراف معياري (0.601) وبدرجة موافق بشدة. جاءت العبارة أن (ترى أن جميع الموظفين داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد يتبادلون المعارف بشكل سلس) أعلى العبارات من حيث الأهمية النسبية من بين آراء المستقصي منهم إلى حيث سجل متوسطه (4.286) والانحراف المعياري (0.829) بدرجة موافق بشدة. بينما جاءت العبارة (تستطيع الشركة الوطنية للشراء الموحد إيصال المعرفة لكل فرد داخل الشركة) في أقل العبارات من حيث الأهمية النسبية من بين آراء المستقصي منهم حيث سجل متوسطه (4.062) والانحراف المعياري (0.952) بدرجة موافق.

التحليل الوصفي للبعد الخامس (تطبيق المعرفة):

جدول رقم -14-

التحليل الوصفي لآراء المستقصي منهم حول تطبيق المعرفة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الأهمية	ترتيب الأهمية
من وجهة نظرك الشخصية: ترى أن المعارف التي تمتلكها الشركة الوطنية للشراء الموحد تحقق أهداف الشركة.	4.245	0.792	موافق بشدة	3
من وجهة نظرك الشخصية: ترى أن المعارف والخبرات لدى موظفي الشركة الوطنية للشراء الموحد تلبى احتياجات العمل.	4.352	0.767	موافق بشدة	1
من وجهة نظرك الشخصية: ترى أن موظفي الشركة الوطنية للشراء الموحد يقدمون حلول للعقبات التي تواجههم داخل العمل.	4.301	0.839	موافق بشدة	2
تطبيق المعرفة	4.299	0.520	موافق بشدة	

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

من الجدول السابق يتضح أن هناك اتفاق شديد بين آراء المستقصي منهم حول تطبيق المعرفة حيث بلغت نسبة الموافقة الإجمالية للمتوسط الحسابي (4.299) وانحراف معياري (0.520) وبدرجة موافق بشدة. جاءت العبارة أن (من وجهة نظرك الشخصية: ترى أن المعارف والخبرات لدى موظفي الشركة الوطنية للشراء الموحد تلبى احتياجات العمل) أعلى العبارات من حيث الأهمية النسبية من بين آراء المستقصي منهم إلى حيث سجل متوسطه (4.352) والانحراف المعياري (0.767) بدرجة موافق بشدة. بينما جاءت العبارة (تستطيع الشركة الوطنية للشراء الموحد إيصال المعرفة لكل فرد داخل الشركة) في أقل العبارات من حيث الأهمية النسبية من بين آراء المستقصي منهم حيث سجل متوسطه (4.245) والانحراف المعياري (0.792) بدرجة موافق بشدة.

التحليل الوصفي للمحور الثالث (الإبداع التنظيمي):

جدول رقم -15-

التحليل الوصفي لأراء المستقصي منهم حول الإبداع التنظيمي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الأهمية	ترتيب الأهمية
يساهم العاملون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد بتقديم أفكار إبداعية لطريقة العمل داخل الشركة.	4.200	0.859	موافق بشدة	6
يقدم الموظفون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد معارفهم وخبراتهم السابقة عند التعرض لمواقف طارئة.	4.122	0.903	موافق	9
يتقبل العاملون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد الآراء المخالفة لهم ويستفيدون منها.	4.122	0.985	موافق	10
يستخدم العاملون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد أسلوب عمل مختلف عند تغير ظروف العمل.	4.052	0.915	موافق	11
يُقدم العاملون بالشركة الوطنية للشراء الموحد على إبداء آرائهم الإبداعية وأفكارهم الجديدة بحرية تامة.	4.168	0.899	موافق	7
يستطيع العاملون بالشركة الوطنية للشراء الموحد التنبؤ بأي مشكلة تتعلق بالعمل.	4.221	0.890	موافق بشدة	4
يملك العاملون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد القدرة على التعامل مع المشكلات التي تواجههم داخل العمل.	4.235	0.833	موافق بشدة	3
يستطيع العاملون بالشركة الوطنية للشراء الموحد التعامل مع نقاط الضعف التي تخص بيئة العمل.	4.148	0.873	موافق	8
يستخدم الموظفون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد طرق جديدة في العمل دون التأكد من نسبة نجاحها.	4.289	0.875	موافق بشدة	2

5	موافق بشدة	0.856	4.214	يتخذ العاملون بالشركة الوطنية للشراء الموحد قرارات داخل عمله حتى لو كانت تؤثر على تقييم أدائه داخل العمل.
1	موافق بشدة	0.864	4.323	يستطيع العاملون بالشركة الوطنية للشراء الموحد استخدام المعارف الجديدة مع معارفهم السابقة في توليد أفكار جديدة تلائم العمل.
	موافق	0.432	4.190	الإبداع التنظيمي

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

من الجدول السابق يتضح أن هناك اتفاقاً بين آراء المستقصي منهم حول الإبداع التنظيمي حيث بلغت نسبة الموافقة الإجمالية للمتوسط الحسابي (4.190) وانحراف معياري (0.432) وبدرجة موافق. جاءت العبارة أن (يستطيع العاملون بالشركة الوطنية للشراء الموحد استخدام المعارف الجديدة مع معارفهم السابقة في توليد أفكار جديدة تلائم العمل) أعلى العبارات من حيث الأهمية النسبية من بين آراء المستقصي منهم إلى حيث سجل متوسطه (4.323) والانحراف المعياري (0.864) بدرجة موافق بشدة. بينما جاءت العبارة (يستخدم العاملون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد أسلوب عمل مختلف عند تغير ظروف العمل) في أقل العبارات من حيث الأهمية النسبية من بين آراء المستقصي منهم حيث سجل متوسطه (4.052) والانحراف المعياري (0.915) بدرجة موافق.

التحليل الوصفي للمتغيرات الديموغرافية:

١. متغير النوع الاجتماعي:

جدول رقم -16- يوضح توزيع العينة طبقاً للنوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي		
النسبة	التكرار	
64.8%	127	ذكر
35.2%	69	أنثى
100.0%	196	الإجمالي

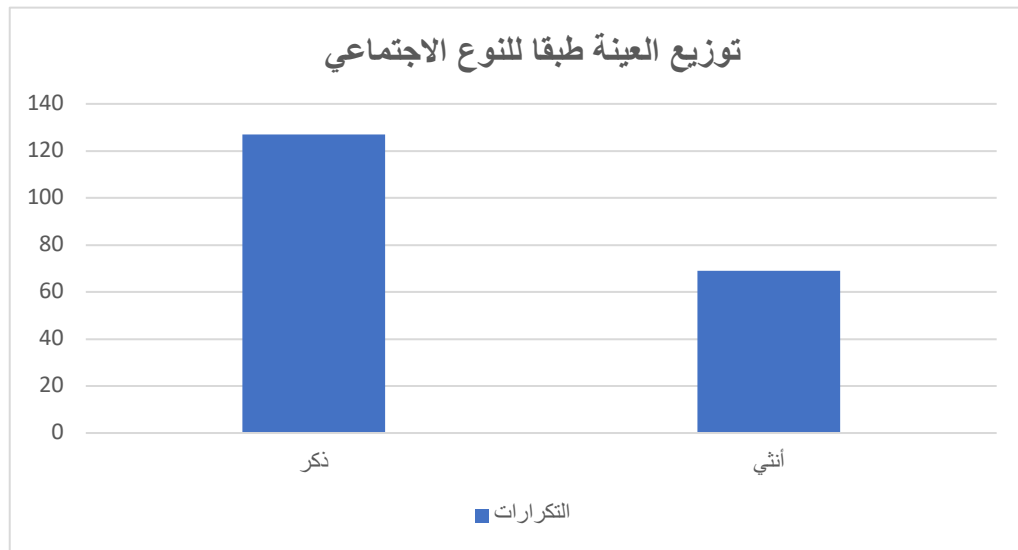
(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

الجدول يوضح توزيع العينة طبقاً لمتغير للنوع الاجتماعي لمجموعة معينة من الأفراد. وفقاً للجدول:

تظهر النتائج الإحصائية بخصوص النوع الاجتماعي لتوزيع العينة المدروسة من موظفي الشركة الوطنية للشراء الموحد وفقاً للنوع الاجتماعي. يُلاحظ أن عدد الذكور في العينة بلغ 127 فرداً، وهذا يمثل نسبة 64.8% من إجمالي عدد الأفراد المشمولين في الدراسة، والإناث يبلغ عددهن 69 مفردة، ما يمثل نسبة 35.2% من إجمالي عدد الأفراد في العينة. بالتالي، يبدو أن الذكور يمثلون النسبة الأكبر في عينة الدراسة.

شكل رقم ٢-

يوضح توزيع العينة طبقاً للنوع الاجتماعي



(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

٢. متغير العمر:

جدول رقم 17-

يوضح توزيع العينة طبقاً لمتغير العمر

العمر		
النسبة	التكرار	
11.7%	23	سنة (٢٦-٢٣)
58.2%	114	سنة (٣٥-٢٦)
21.4%	42	سنة (٤٥-٣٥)
8.7%	17	أكثر من ٤٥ سنة
100.0%	196	الإجمالي

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

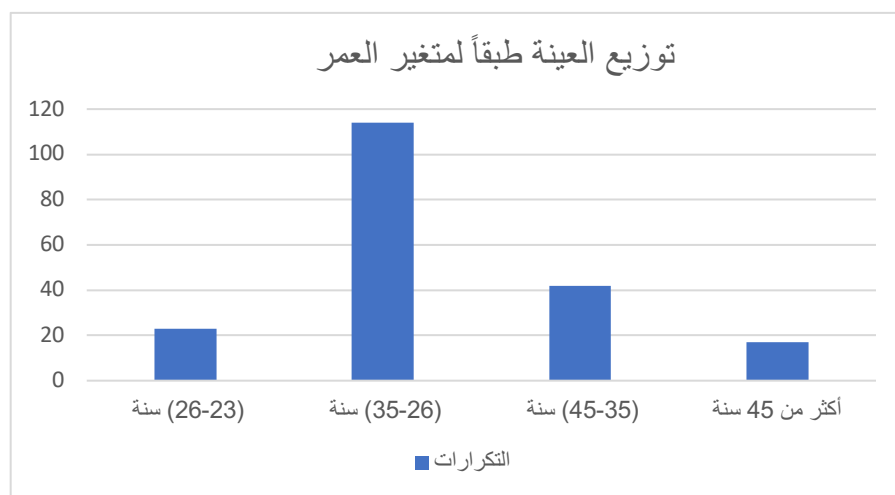
النتائج الإحصائية بخصوص العمر تعكس توزيع الأعمار لموظفي الشركة الوطنية للشراء الموحد الذين شملتهم الدراسة. دلت هذه النتائج على التالي:

فئة "٢٦-٢٣" سنة" بنسبة (11.7%) : يظهر أن هذه الفئة العمرية تشكل فئة صغيرة في العينة، حيث تمثل ٢٣ فرد. فئة "٣٥-٢٦" سنة" بنسبة (٥٨,٢٪): يظهر أن هذه الفئة العمرية تشمل على ١١٤ فرد، وهي تمثل أكبر فئة عمرية في العينة، الرياض. فئة "٤٥-٣٥" سنة" بنسبة (٢١,٤٪): يظهر أن هذه الفئة العمرية تشكل نسبة معقولة من العينة، حيث تمثل ٤٢ فرد. فئة "أكثر من ٤٥ سنة" بنسبة (٨,٧٪): شملت هذه الفئة على ٣٢ فرد وهي تمثل أصغر فئة عمرية في العينة.

بشكل عام، يساهم تحليل توزيع الأعمار في توفير رؤية شاملة حول تنوع الفئات العمرية وتأثير ذلك على الابداع التنظيمي في الشركة الوطنية للشراء الموحد، هذا التحليل يمكن أن يكون أساسيات هامة لاستنتاجات البحث وفهم أعمق للعوامل المؤثرة في العلاقة بين العمر وتأثير إدارة المعرفة على الابداع التنظيمي في الشركة الوطنية للشراء الموحد.

شكل رقم ٣-

يوضح توزيع العينة طبقاً لمتغير العمر



(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

٣. متغير المؤهل العلمي:

جدول رقم 18-

يوضح توزيع العينة طبقاً لمتغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي		
النسبة	التكرار	
10.7%	21	دبلوم
64.8%	127	بكالوريوس

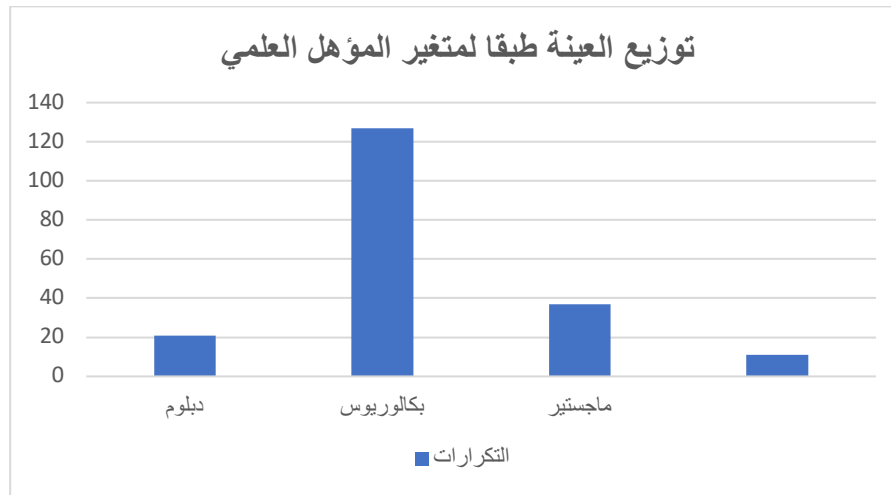
18.9%	37	ماجستير
5.6%	11	دكتوراه
100.0%	196	الإجمالي

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

هذا الجدول يقدم لنا نظرة شاملة حول توزيع المشاركين في الاستبانة وفقاً لمؤهل العلمي في الشركة الوطنية للشراء الموحد: دبلوم (١٠,٧٪): يظهر أن هذه الفئة تشارك فيها ٢١ شخصاً، بكالوريوس (٦٤,٨٪): يظهر أن هذه الفئة تمثل نسبة كبيرة من العينة، حيث يشارك في الدراسة ١٢٧ شخصاً. ماجستير (18.9 ٪): يشارك في الدراسة من حاملة الماجستير 37 فرد. دكتوراه (5.6 ٪): تمثل هذه الفئة أصغر فئة من المشاركين حيث بلغت 11 شخصاً.

شكل رقم -٤-

يوضح توزيع العينة طبقاً لمتغير المؤهل العلمي



(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

٤. متغير سنوات الخبرة:

جدول رقم -19-

يوضح توزيع العينة طبقاً لمتغير إجمالي سنوات الخبرة

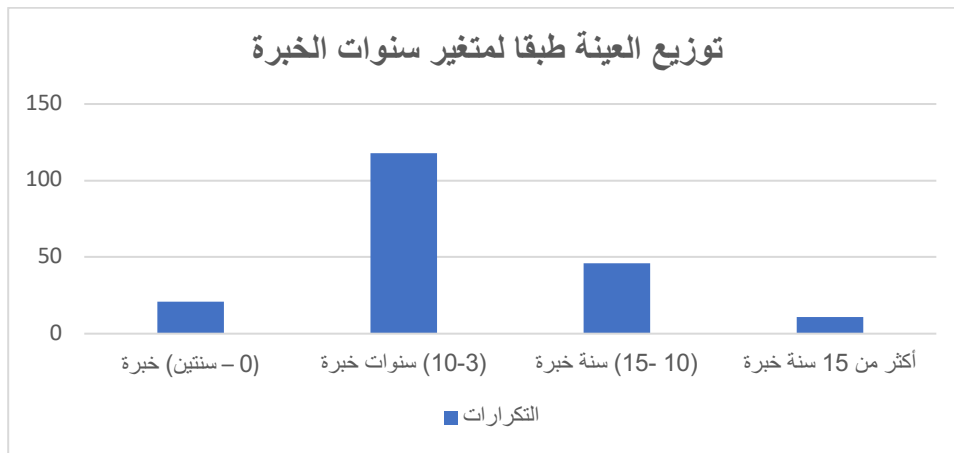
إجمالي سنوات الخبرة		
النسبة	التكرار	
10.7%	21	(٠ - سنتين) خبرة
60.2%	118	(٣-١٠) سنوات خبرة
23.5%	46	(١٠-١٥) سنة خبرة
5.6%	11	أكثر من ١٥ سنة خبرة
100.0%	196	الإجمالي

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

أن توزيع المشاركين وفقاً لسنوات الخبرة في الشركة الوطنية للشراء الموحد: (٠ - سنتين) خبرة (10.7%): بلغ عدد المشاركين في هذه الفئة 21 شخصاً من عينة الدراسة.. (٣-١٠) سنوات خبرة (60.2%): تشمل هذه الفئة عدداً كبيراً من المشاركين بلغ 118 شخصاً، (١٠-١٥) سنة خبرة (٢٣,٥%): تشمل هذه الفئة ٤٦ شخصاً. أكثر من ١٥ سنة خبرة (٥,٦%): تعتبر هذه الفئة أصغر فئة حيث بلغت ١١ فرد.

شكل رقم ٥-٥-

يوضح توزيع العينة طبقاً لمتغير سنوات الخبرة



(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

٥. متغير المسعى الوظيفي:

جدول رقم 20-

يوضح توزيع العينة طبقاً لمتغير المسعى الوظيفي

المسعى الوظيفي		
النسبة	التكرار	
10.7%	21	عامل
64.8%	127	موظف
18.9%	37	مدير
5.6%	11	أخري
100.0%	196	الإجمالي

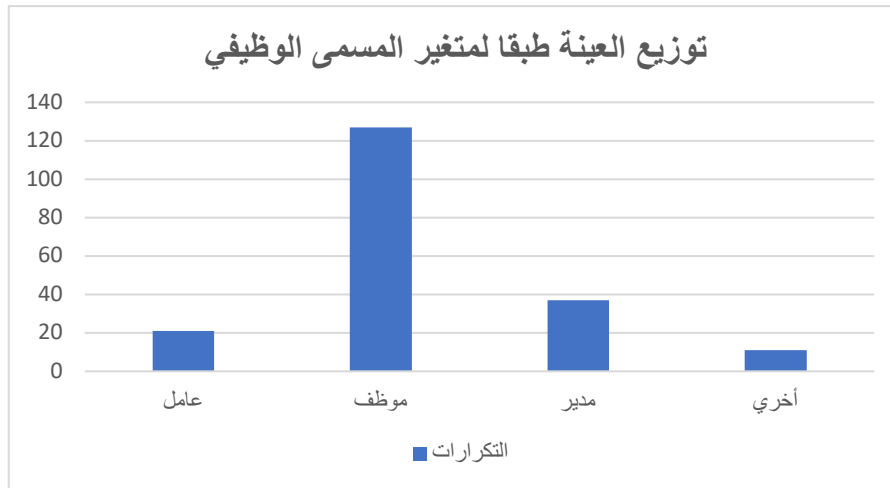
(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

النتائج الإحصائية بخصوص المسميات الوظيفية لموظفي الشركة الوطنية للشراء الموحد توضح توزيع أعداد المشاركين في الدراسة وفقاً لمسميات وظائفهم:

عامل (١٠,٧٪): يظهر أن الطلاب يشكلون نسبة صغيرة من العينة، حيث يشارك في الدراسة ٢١ عامل. موظف (٦٤,٨٪): تمثل هذه الفئة أكبر فئة من المشاركين بلغت ١٢٧ موظف. مدير (١٨,٩٪): تمثل هذه الفئة نسبة صغيرة من المشاركين بلغت ٣٧ فرد. أخرى (٥,٦٪): تشمل هذه الفئة أصغر فئة حيث بلغ عدد أفرادها ١١ فرد من غير الموظفين والطلاب والمدراء وغير الموظفين.

شكل رقم-6-

يوضح توزيع العينة طبقاً لمتغير المسمى الوظيفي



(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

الفصل الخامس

تحليل المعلومات وتفسيرها

تمهيد:

بعد أن تناولت فصول الدراسة السابقة الإطار النظري والدراسات والبحوث السابقة وفروض الدراسة وأجرائها، سيتناول هذا التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة بالأساليب الإحصائية ثم عرض لما توصلت إليه الدراسة من نتائج، ثم مناقشة وتفسير هذه النتائج، وتقديم التوصيات والبحوث المقترحة وفيما يلي بيان ذلك:

اختبار الفرضيات ومناقشتها

الفرضية الرئيسية:

الفرض الصفري: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين إدارة المعرفة (كمتغير مستقل) وبين الإبداع التنظيمي (كمتغير تابع) داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد.

الفرض البديل: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين إدارة المعرفة (كمتغير مستقل) وبين الإبداع التنظيمي (كمتغير تابع) داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد.

جدول رقم -21-

نتائج اختبار تباين الانحدار المتعدد (Multiple regression) للفرضية الرئيسية

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Adjusted R Square	R Square	R
.0000 ^b	22.953	2.745	5	13.723	0.360	0.377	.614 ^a
		0.120	190	22.719			
			195	36.441			

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

يظهر من الجدول السابق صلاحية (معنوي) نموذج اختبار الانحدار الخطي المتعدد لتفسير الظاهرة (أثر إدارة المعرفة على الإبداع التنظيمي) حيث بلغ معامل الارتباط (R) بين أبعاد المتغير المستقل (إدارة المعرفة) والتابع (الإبداع التنظيمي) (0.614) وهي تشير إلى علاقة متوسطة القوة بين أبعاد المتغير المستقل والمتغير التابع، كما ويظهر من الجدول أن قيمة (R^2) معامل التحديد بلغ (0.377) أي أن المتغير المستقل (إدارة المعرفة) استطاع أن يفسر بنسبة (37.7%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) والباقي يرجع لمتغيرات أخرى غير المتغير المستقل، كما ويلاحظ أن قيمة معامل التحديد المعدلة بلغت (0.360).

كما ويظهر من الجدول السابق وبالاتماد على قيمة ودلالة F الإحصائية للأبعاد المتغير المستقل والمتغير التابع والتي بلغت (22.953) أعلى من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (sig) تبلغ (0.000) أقل من (0.05) مما يدل على صلاحية (معنوية) نموذج اختبار الانحدار الخطي المتعدد، والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار:

جدول رقم -22-

نتائج معادلة الانحدار المتعدد (Multiple regression) للفرضية الرئيسية

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
0.000	4.689		0.295	1.384	Constant	
0.264	1.120	0.074	0.055	0.062	تشخيص المعرفة	١
0.325	0.986	0.064	0.055	0.055	توليد المعرفة	٢
0.257	1.137	0.078	0.056	0.063	تخزين المعرفة	٣
0.000	4.136	0.284	0.049	0.204	توزيع المعرفة	٤
0.000	5.156	0.331	0.053	0.275	تطبيق المعرفة	٥

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

يظهر من الجدول السابق وباستعراض قيم تأثير أبعاد إدارة المعرفة على الإبداع التنظيمي يتبين أن بعد (توزيع المعرفة، وتطبيق المعرفة) لهم أثر إيجابي دال إحصائياً على المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) عند مستوى المعنوية (٠,٠٥)، وبعد (تشخيص المعرفة، توليد المعرفة، وتخزين المعرفة) ليس لهم أثر دال إحصائياً على المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) عند مستوى المعنوية (٠,٠٥)، وبلغت قيمة (Beta) غير المعيارية لبعدها (تشخيص المعرفة) ٠,٠٦٢، وبلغت قيمة (t) لها (١,١٢٠) أقل من قيمتها الجدولية وبمستوى معنوية (٠,٢٦٤) أكبر من (٠,٠٥) مما يدل على أنها غير معنوية، وبلغت قيمة (Beta) غير المعيارية لبعدها (توليد المعرفة) ٠,٠٥٥، وبلغت قيمة (t) لها (٠,٩٨٦) أقل من قيمتها الجدولية وبمستوى معنوية (٠,٣٢٥) أكبر من (٠,٠٥) مما يدل على أنها غير معنوية، وبلغت قيمة (Beta) غير المعيارية لبعدها (تخزين المعرفة) 0,063، وبلغت قيمة (t) لها (1.137) أقل من قيمتها الجدولية وبمستوى معنوية (0.257) أكبر من (٠,٠٥) مما يدل على أنها غير معنوية، وبلغت قيمة (Beta) غير المعيارية لبعدها (توزيع المعرفة) ٠,٢٠٤، وبلغت قيمة (t) لها (٤,١٣٦) أعلى من قيمتها الجدولية وبمستوى معنوية (٠,٠٠٠) أقل من (٠,٠٥) مما يدل على أنها معنوية، وبلغت قيمة (Beta) غير المعيارية لبعدها (تطبيق المعرفة) ٠,٢٧٥، وبلغت قيمة (t) لها (٥,١٥٦) أعلى من قيمتها الجدولية وبمستوى معنوية (٠,٠٠٠) أقل من (٠,٠٥)، وعليه تكون معادلة التنبؤ كالآتي:

$$\hat{Y} = 1384 + 0062X_1 + 0055X_2 + 0063X_3 + 0204X_4 + 0275X_5$$

حيث:

$\hat{Y}$: المتغير التابع (الإبداع التنظيمي)

X_1 : البعد الأول للمتغير المستقل (تشخيص المعرفة)

X_2 : البعد الثاني للمتغير المستقل (توليد المعرفة)

X_3 : البعد الثالث للمتغير المستقل (تخزين المعرفة)

X_4 : البعد الرابع للمتغير المستقل (تخزين المعرفة)

X_5 : البعد الخامس للمتغير المستقل (تطبيق المعرفة)

أي أن زيادة وحدة واحدة في البعد الأول للمتغير المستقل (تشخيص المعرفة) يؤدي إلى زيادة بمقدار (٠,٠٦٢) وحدة في المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) في حالة ثبات باقي العوامل، زيادة وحدة واحدة في البعد الثاني للمتغير المستقل (توليد المعرفة) يؤدي إلى زيادة بمقدار (٠,٠٥٥) وحدة في المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) في حالة ثبات باقي العوامل، زيادة وحدة واحدة في البعد الثالث للمتغير المستقل (تخزين المعرفة) يؤدي إلى زيادة بمقدار (٠,٠٦٣) وحدة في المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) في حالة ثبات باقي العوامل، زيادة وحدة واحدة في البعد الرابع للمتغير المستقل (تخزين المعرفة) يؤدي إلى زيادة بمقدار (٠,٢٠٤) وحدة في المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) في حالة ثبات باقي العوامل، زيادة وحدة واحدة في البعد الخامس للمتغير المستقل (تطبيق المعرفة) يؤدي إلى زيادة بمقدار (٠,٢٧٥) وحدة في المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) في حالة ثبات باقي العوامل، وفي حالة انعدام تأثير أبعاد المتغير المستقل (التحول الرقمي) تكون قيمة المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) ١,٣٨٤.

وعليه يتم رفض الفرضية الصفريّة وقبول الفرضية البديلة حيث أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين إدارة المعرفة (كمتغير مستقل) وبين الإبداع التنظيمي (كمتغير تابع) داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد"، توضح النتائج الإحصائية وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بمستوى دلالة (٠,٠٥) لإدارة المعرفة على الإبداع التنظيمي

الفرضية الفرعية الأولى:

الفرض الصفري: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تشخيص المعرفة (البعد الأول لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع.

الفرض البديل: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تشخيص المعرفة (البعد الأول لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع.

جدول رقم ٢٣-

نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الأولى

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Adjusted R Square	R Square	R
.000 ^b	17.948	3.086	1	3.086	0.230	0.241	.491 ^a
		0.172	194	33.355			
			195	36.441			

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

يظهر من الجدول السابق صلاحية (معنوي) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط لتفسير الظاهرة (أثر تشخيص المعرفة على الإبداع التنظيمي) حيث بلغ معامل الارتباط (R) بين المتغير المستقل (تشخيص المعرفة) والمتغير التابع (الإبداع التنظيمي) (0.491) وهي تشير إلى علاقة متوسطة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، كما ويظهر من الجدول أن قيمة (R^2) معامل التحديد بلغ (0.241) أي أن المتغير المستقل (تشخيص المعرفة) استطاع أن يفسر بنسبة (24.1%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) والباقي يرجع لمتغيرات أخرى غير المتغير المستقل المذكور، كما ويلاحظ أن قيمة معامل التحديد المعدلة بلغت (0.230).

كما ويظهر من الجدول السابق وبالاتماد على قيمة ودلالة F الإحصائية لبعد (تشخيص المعرفة) والمتغير التابع والتي بلغت (17.948) أعلى من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (sig) تبلغ (0.000) أقل من (0.05) مما يدل على صلاحية (معنوية) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط، والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار:

جدول رقم -٢٤-

نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الأولى

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
0.000	12.857		0.246	3.157	Constant	1
0.000	4.236	0.291	0.057	0.242	تشخيص المعرفة	
. Dependent Variable: الإبداع التنظيمي						

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

يظهر من الجدول السابق وباستعراض قيم تأثير تشخيص المعرفة يتبين أن تشخيص المعرفة لها أثر إيجابي دال إحصائياً بصورة منفردة على المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) عند مستوى المعنوية (٠,٠٥) حيث بلغت قيمة (Beta) غير المعيارية (٠,٢٤٢)، وبلغت قيمة (t) لها (٤,٢٣٦) أعلى من قيمتها الجدولية وبمستوى معنوية (٠,٠٠) أقل من (٠,٠٥) مما يدل على أنها معنوية، وعليه تكون معادلة التنبؤ كالآتي:

$$\hat{Y} = 3157 + 0242X_1$$

حيث:

$\hat{Y}$: المتغير التابع (الإبداع التنظيمي)

X_1 : المتغير المستقل (تشخيص المعرفة)

أي أن زيادة وحدة واحدة في المتغير المستقل (تشخيص المعرفة) يؤدي إلى زيادة بمقدار (٠,٢٤٢) وحدة في المتغير التابع (الإبداع التنظيمي). وفي حالة انعدام تأثير المتغير المستقل (تشخيص المعرفة) تكون قيمة المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) ٣,١٥٧.

وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة حيث أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تشخيص المعرفة (البعد الأول لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع"، توضح النتائج الإحصائية وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بمستوى دلالة (٠,٠٥) لتشخيص المعرفة على الإبداع التنظيمي.

الفرضية الفرعية الثانية:

الفرض الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين توليد المعرفة (البعد الثاني لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع.

الفرض البديل: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين توليد المعرفة (البعد الثاني لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع.

جدول رقم ٢٥-

نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الثانية

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Adjusted R Square	R Square	R
0000 ^b	21.455	3.629	1	3.629	0.095	0.100	0316 ^a
		0.169	194	32.812			
			195	36.441			

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

يظهر من الجدول السابق صلاحية (معنوي) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط لتفسير الظاهرة (أثر توليد المعرفة على الإبداع التنظيمي) حيث بلغ معامل الارتباط (R) بين المتغير المستقل (توليد المعرفة) والتابع (الإبداع التنظيمي) (0.316) وهي تشير إلى علاقة متوسطة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، كما ويظهر من الجدول أن قيمة (R^2) معامل التحديد بلغ (0.100) أي أن المتغير المستقل (توليد المعرفة) استطاع أن يفسر بنسبة (10.0%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) والباقي يرجع لمتغيرات أخرى غير المتغير المستقل المذكور، كما ويلاحظ أن قيمة معامل التحديد المعدلة بلغت (0.095).

كما ويظهر من الجدول السابق وبالاتماد على قيمة ودلالة F الإحصائية لبعد (توليد المعرفة) والمتغير التابع والتي بلغت (21.455) أعلى من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (sig) تبلغ (0.000) أقل من (0.05) مما يدل على صلاحية (معنوية) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط، والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار:

جدول رقم ٢٦-

نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الثانية

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
0.000	١٢,١٩٠		٠,٢٥٠	٣,٠٤٢	Constant	1
0.000	٤,٦٣٢	٠,٣١٦	٠,٠٥٨	٠,٢٦٩	توليد المعرفة	
. Dependent Variable: الإبداع التنظيمي						

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

يظهر من الجدول السابق وباستعراض قيم تأثير توليد المعرفة يتبين أن توليد المعرفة لها أثر إيجابي دال إحصائياً بصورة منفردة على المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) عند مستوى المعنوية (0.05) حيث بلغت قيمة (Beta) غير

المعيارية (٠,٢٦٩)، وبلغت قيمة (t) لها (٤,٦٣٢) أعلى من قيمتها الجدولية وبمستوى معنوية (٠,٠٠) أقل من (٠,٠٥) مما يدل على أنها معنوية، وعليه تكون معادلة التنبؤ كالآتي:

$$\hat{Y} = 3042 + 0269X_2$$

حيث:

$\hat{Y}$: المتغير التابع (الإبداع التنظيمي)

X_2 : المتغير المستقل (توليد المعرفة)

أي أن زيادة وحدة واحدة في المتغير المستقل (توليد المعرفة) يؤدي إلى زيادة بمقدار (٠,٢٦٩) وحدة في المتغير التابع (الإبداع التنظيمي). وفي حالة انعدام تأثير المتغير المستقل (توليد المعرفة) تكون قيمة المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) ٣,٠٤٢.

وعليه يتم رفض الفرضية الصفريّة وقبول الفرضية البديلة حيث أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين توليد المعرفة (البعد الثاني لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع"، توضح النتائج الإحصائية وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بمستوى دلالة (٠,٠٥) لتوليد المعرفة على الإبداع التنظيمي.

الفرضية الفرعية الثالثة:

الفرض الصفري: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تخزين المعرفة (البعد الثالث لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع.

الفرض البديل: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تخزين المعرفة (البعد الثالث لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع.

جدول رقم -٢٧-

نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الثالثة

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Adjusted R Square	R Square	R
.0000 ^b	26.500	4.380	1	4.380	0.116	0.120	.0347 ^a
		0.165	194	32.062			
			195	36.441			

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

يظهر من الجدول السابق صلاحية (معنوي) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط لتفسير الظاهرة (أثر تخزين المعرفة على الإبداع التنظيمي) حيث بلغ معامل الارتباط (R) بين المتغير المستقل (تخزين المعرفة) والتابع (الإبداع التنظيمي) (0.347) وهي تشير إلى علاقة متوسطة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، كما ويظهر من الجدول أن قيمة (R^2) معامل التحديد بلغ (0.120) أي أن المتغير المستقل (تخزين المعرفة) استطاع أن يفسر بنسبة (12.0%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) والباقي يرجع لمتغيرات أخرى غير المتغير المستقل المذكور، كما ويلاحظ أن قيمة معامل التحديد المعدلة بلغت (0.116).

كما ويظهر من الجدول السابق وباعتماد على قيمة ودلالة F الإحصائية لبعد (تخزين المعرفة) والمتغير التابع والتي بلغت (26.500) أعلى من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (sig) تبلغ (0.000) أقل من (0.05) مما يدل على صلاحية (معنوية) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط، والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار:

جدول رقم -٢٨-

نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الثالثة

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
0.000	١٢,٧٩٧		٠,٢٣٤	٢,٩٩٥	Constant	1
0.000	٥,١٤٨	٠,٣٤٧	٠,٠٥٥	٠,٢٨٣	تخزين المعرفة	
. Dependent Variable: الإبداع التنظيمي						

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

يظهر من الجدول السابق وباستعراض قيم تأثير تخزين المعرفة يتبين أن تخزين المعرفة لها أثر إيجابي دال إحصائياً بصورة منفردة على المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) عند مستوى المعنوية (٠,٠٥) حيث بلغت قيمة (Beta) غير المعيارية (٠,٢٨٣)، وبلغت قيمة (t) لها (٥,١٤٨) أعلى من قيمتها الجدولية وبمستوى معنوية (٠,٠٠) أقل من (٠,٠٥) مما يدل على أنها معنوية، وعليه تكون معادلة التنبؤ كالآتي:

$$\hat{Y} = 2995 + 0283X_3$$

حيث:

$\hat{Y}$: المتغير التابع (الإبداع التنظيمي)

X_3 : المتغير المستقل (تخزين المعرفة)

أي أن زيادة وحدة واحدة في المتغير المستقل (تخزين المعرفة) يؤدي إلى زيادة بمقدار (٠,٢٨٣) وحدة في المتغير التابع (الإبداع التنظيمي). وفي حالة انعدام تأثير المتغير المستقل (تخزين المعرفة) تكون قيمة المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) ٢,٩٩٥.

وعليه يتم رفض الفرضية الصفريّة وقبول الفرضية البديلة حيث أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تخزين المعرفة (البعد الثالث لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع"، توضح النتائج الإحصائية وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بمستوى دلالة (٠,٠٥) لتخزين المعرفة على الإبداع التنظيمي.

الفرضية الفرعية الرابعة:

الفرض الصفري: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين توزيع المعرفة (البعد الرابع لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع.

الفرض البديل: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين توزيع المعرفة (البعد الرابع لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع.

جدول رقم -٢٩-

نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الرابعة

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Adjusted R Square	R Square	R
0000 ^b	63.631	9.000	1	9.000	0.243	0.247	0497 ^a
		0.141	194	27.441			
			195	36.441			

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

يظهر من الجدول السابق صلاحية (معنوي) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط لتفسير الظاهرة (أثر توزيع المعرفة على الإبداع التنظيمي) حيث بلغ معامل الارتباط (R) بين المتغير المستقل (توزيع المعرفة) والتابع (الإبداع التنظيمي) (0.497) وهي تشير إلى علاقة متوسطة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، كما ويظهر من الجدول أن قيمة (R^2) معامل التحديد بلغ (0.247) أي أن المتغير المستقل (توزيع المعرفة) استطاع أن يفسر بنسبة (24.7%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) والباقي يرجع لمتغيرات أخرى غير المتغير المستقل المذكور، كما ويلاحظ أن قيمة معامل التحديد المعدلة بلغت (0.243).

كما ويظهر من الجدول السابق وبالاتماد على قيمة ودلالة F الإحصائية لبعد (توزيع المعرفة) والمتغير التابع والتي بلغت (63.631) أعلى من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (sig) تبلغ (0.000) أقل من (0.05) مما يدل على صلاحية (معنوية) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط، والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار:

جدول رقم -٣٠-

نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الرابعة

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
0.000	١٤,١٣١		٠,١٩٠	٢,٦٨٨	Constant	1
0.000	٧,٩٧٧	٠,٤٩٧	٠,٠٤٥	٠,٣٥٧	توزيع المعرفة	
. Dependent Variable: الإبداع التنظيمي						

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

يظهر من الجدول السابق وباستعراض قيم تأثير توزيع المعرفة يتبين أن توزيع المعرفة لها أثر إيجابي دال إحصائياً بصورة منفردة على المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) عند مستوى المعنوية (0.05) حيث بلغت قيمة (Beta) غير

المعيارية (٠,٣٥٧)، وبلغت قيمة (t) لها (٧,٩٧٧) أعلى من قيمتها الجدولية وبمستوى معنوية (٠,٠٠) أقل من (٠,٠٥) مما يدل على أنها معنوية، وعليه تكون معادلة التنبؤ كالآتي:

$$\hat{Y} = 2688 + 0357X_4$$

حيث:

$\hat{Y}$: المتغير التابع (الإبداع التنظيمي)

X_4 : المتغير المستقل (توزيع المعرفة)

أي أن زيادة وحدة واحدة في المتغير المستقل (توزيع المعرفة) يؤدي إلى زيادة بمقدار (٠,٢٨٣) وحدة في المتغير التابع (الإبداع التنظيمي). وفي حالة انعدام تأثير المتغير المستقل (توزيع المعرفة) تكون قيمة المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) ٢,٩٩٥.

وعليه يتم رفض الفرضية الصفريّة وقبول الفرضية البديلة حيث أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين توزيع المعرفة (البعد الرابع لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع"، توضح النتائج الإحصائية وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بمستوى دلالة (٠,٠٥) لتوزيع المعرفة على الإبداع التنظيمي.

الفرضية الفرعية الخامسة:

الفرض الصفري: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تطبيق المعرفة (البعد الخامس لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع.

الفرض البديل: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تطبيق المعرفة (البعد الخامس لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع.

جدول رقم ٣١-

نتائج اختبار تباين الانحدار البسيط (Simple linear Regression) للفرضية الفرعية الخامسة

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Adjusted R Square	R Square	R
0000 ^b	65.982	9.249	1	9.249	0.250	0.254	0504 ^a
		0.140	194	27.193			
			195	36.441			

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

يظهر من الجدول السابق صلاحية (معنوي) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط لتفسير الظاهرة (أثر تطبيق المعرفة على الإبداع التنظيمي) حيث بلغ معامل الارتباط (R) بين المتغير المستقل (تطبيق المعرفة) والتابع (الإبداع التنظيمي) (0.497) وهي تشير إلى علاقة متوسطة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، كما ويظهر من الجدول أن قيمة (R^2) معامل التحديد بلغ (0.254) أي أن المتغير المستقل (تطبيق المعرفة) استطاع أن يفسر بنسبة (25.4%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) والباقي يرجع لمتغيرات أخرى غير المتغير المستقل المذكور، كما ويلاحظ أن قيمة معامل التحديد المعدلة بلغت (0.250).

كما ويظهر من الجدول السابق وباعتماد على قيمة ودلالة F الإحصائية لبعد (تطبيق المعرفة) والمتغير التابع والتي بلغت (65.982) أعلى من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (sig) تبلغ (0.000) أقل من (0.05) مما يدل على صلاحية (معنوية) نموذج اختبار الانحدار الخطي البسيط، والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار:

جدول رقم ٣٢-

نتائج معادلة الانحدار البسيط (Simple Regression) للفرضية الفرعية الخامسة

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
0.000	١٠,٦٩٠		٠,٢٢٣	٢,٣٨٨	Constant	1
0.000	٨,١٢٣	٠,٥٠٤	٠,٠٥٢	٠,٤١٩	تطبيق المعرفة	
. Dependent Variable: الإبداع التنظيمي						

(المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة)

يظهر من الجدول السابق وباستعراض قيم تأثير تطبيق المعرفة يتبين أن تطبيق المعرفة لها أثر إيجابي دال إحصائياً بصورة منفردة على المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) عند مستوى المعنوية (٠,٠٥) حيث بلغت قيمة (Beta) غير المعيارية (٠,٤١٩)، وبلغت قيمة (t) لها (٨,١٢٣) أعلى من قيمتها الجدولية وبمستوى معنوية (٠,٠٠) أقل من (٠,٠٥) مما يدل على أنها معنوية، وعليه تكون معادلة التنبؤ كالآتي:

$$\hat{Y} = 2388 + 0419X_5$$

حيث:

$\hat{Y}$: المتغير التابع (الإبداع التنظيمي)

X_5 : المتغير المستقل (تطبيق المعرفة)

أي أن زيادة وحدة واحدة في المتغير المستقل (تطبيق المعرفة) يؤدي إلى زيادة بمقدار (٠,٤١٩) وحدة في المتغير التابع (الإبداع التنظيمي). وفي حالة انعدام تأثير المتغير المستقل (تطبيق المعرفة) تكون قيمة المتغير التابع (الإبداع التنظيمي) ٢,٣٨٨.

وعليه يتم رفض الفرضية الصفريّة وقبول الفرضية البديلة حيث أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تطبيق المعرفة (البعد الخامس لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع"، توضح النتائج الإحصائية وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بمستوى دلالة (٠,٠٥) لتطبيق المعرفة على الإبداع التنظيمي.

الفصل السادس

نتائج الدراسة ومناقشتها

تمهيد:

يتضمن هذا الفصل عرض النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة ومناقشة هذه النتائج، وبناء على هذه النتائج تم التوصل إلى مجموعة من التوصيات، وتلخص كالتالي:

مناقشة النتائج:

أكدت نتائج التحليل الإحصائي في الفرضية الرئيسية للدراسة على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة حيث أنه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين إدارة المعرفة (كمتغير مستقل) وبين الإبداع التنظيمي (كمتغير تابع) داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد"، حيث نجد أن متغير إدارة المعرفة بأبعاده (تشخيص المعرفة، وتوليد المعرفة، وتخزين المعرفة) لا يؤثران بصورة معنوية على المتغير التابع (الإبداع التنظيمي)، أما متغير إدارة المعرفة بأبعاده (توزيع المعرفة، وتطبيق المعرفة) يؤثران بصورة معنوية على المتغير التابع (الإبداع التنظيمي)، وتوجد علاقة معنوية ومتوسطة القوة بين أبعاد إدارة المعرفة والإبداع التنظيمي. هذا الاستنتاج يشير إلى أهمية أبعاد إدارة المعرفة في الإبداع التنظيمي في الشركة الوطنية للشراء الموحد.

كما أكدت نتائج التحليل الإحصائي في الفرضية الفرعية الأولى للدراسة على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة حيث أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تشخيص المعرفة (البعد الأول لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع"، حيث نجد أن متغير تشخيص المعرفة يؤثر بصورة معنوية وإيجابية على المتغير التابع (الإبداع التنظيمي)، ووجود علاقة معنوية ومتوسطة القوة بين تشخيص المعرفة والإبداع التنظيمي. هذا الاستنتاج يشير إلى أهمية تشخيص المعرفة في الإبداع التنظيمي في الشركة الوطنية للشراء الموحد.

كما أكدت نتائج التحليل الإحصائي في الفرضية الفرعية الثانية للدراسة على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة حيث أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين توليد المعرفة (البعد الثاني لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع"، حيث نجد أن متغير توليد المعرفة يؤثر بصورة معنوية وإيجابية على المتغير التابع

(الإبداع التنظيمي)، ووجود علاقة معنوية ومتوسطة القوة بين توليد المعرفة والإبداع التنظيمي. هذا الاستنتاج يشير إلى أهمية توليد المعرفة في الإبداع التنظيمي في الشركة الوطنية للشراء الموحد.

كما أكدت نتائج التحليل الإحصائي في الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة حيث أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تخزين المعرفة (البعد الثالث لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع"، حيث نجد أن متغير تخزين المعرفة يؤثر بصورة معنوية وإيجابية على المتغير التابع (الإبداع التنظيمي)، ووجود علاقة معنوية ومتوسطة القوة بين تخزين المعرفة والإبداع التنظيمي. هذا الاستنتاج يشير إلى أهمية تخزين المعرفة في الإبداع التنظيمي في الشركة الوطنية للشراء الموحد.

كما أكدت نتائج التحليل الإحصائي في الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة حيث أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين توزيع المعرفة (البعد الرابع لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع"، حيث نجد أن متغير توزيع المعرفة يؤثر بصورة معنوية وإيجابية على المتغير التابع (الإبداع التنظيمي)، ووجود علاقة معنوية ومتوسطة القوة بين توزيع المعرفة والإبداع التنظيمي. هذا الاستنتاج يشير إلى أهمية توزيع المعرفة في الإبداع التنظيمي في الشركة الوطنية للشراء الموحد.

كما أكدت نتائج التحليل الإحصائي في الفرضية الفرعية الخامسة للدراسة على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة حيث أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تطبيق المعرفة (البعد الخامس لإدارة المعرفة) كمتغير مستقل وبين الإبداع التنظيمي كمتغير تابع"، حيث نجد أن متغير تطبيق المعرفة يؤثر بصورة معنوية وإيجابية على المتغير التابع (الإبداع التنظيمي)، ووجود علاقة معنوية ومتوسطة القوة بين تطبيق المعرفة والإبداع التنظيمي. هذا الاستنتاج يشير إلى أهمية تطبيق المعرفة في الإبداع التنظيمي في الشركة الوطنية للشراء الموحد.

أهم التوصيات:

ووفقًا لنتائج الدراسة؛ أشار الباحث إلى مجموعة من التوصيات الهامة التي يجب وضعها في الحسبان والتي يمكن توضيحها من خلال ما يلي:

- ضرورة تعزيز ثقافة وسلوكيات إدارة المعرفة وتوفير الموارد اللازمة لتدريب المسؤولين عليها.
- تشجيع المؤسسات على الابداع والابتكار والاختراع.
- ضرورة اهتمام الإدارة العليا بتشجيع البحث العلمي.
- الاهتمام بخبرات وتجارب المنظمة والعاملين بها للاستفادة منها في وقت الحاجة.
- إنشاء وحدة إدارية تُعنى بإدارة المعرفة والإبداع في المؤسسات والشركات.
- حث القيادات في المؤسسات بالاهتمام بإدارة المعرفة وتبني الأفكار الإبداعية.
- تعديل الهيكل التنظيمي ليكون مرن في نقل المعرفة بين العاملين في المؤسسات.
- ضرورة توعية المؤسسة مواردها البشرية بأهمية اكتساب المعرفة وتبادلها في تحسين وتطوير أدائهم.

Abstract

The research aimed to shed light on the impact of knowledge management on organizational creativity in the National Unified Purchasing Company, by clarifying the dimensions of knowledge management, in addition to revealing the impact of knowledge management in its dimensions on organizational creativity. The researcher relied on the descriptive analytical approach in order to achieve the objectives. The study, where the questionnaire was used as a tool for collecting information, as this research was applied to a study population represented by employees and managers of the National Unified Purchasing Company, as the research sample consisted of a random sample of (196) individuals, and to analyze this information, the statistical analysis program (SPSS) was used.

This research has reached a set of important results, the most prominent of which is that organizational creativity has an impact on organizational creativity, and there is an influential role for each of knowledge diagnosis, knowledge generation, knowledge distribution, knowledge application, and knowledge storage individually on organizational creativity. It was recommended. The researcher pointed out the need to enhance the culture and behaviors of knowledge management and provide the necessary resources to train officials on it, encourage institutions to creativity, innovation and invention, the need for senior management to pay attention to encouraging scientific research, pay attention to the expertise and experiences of the organization and its employees to benefit from them in times of need, establish an administrative unit concerned with knowledge management and creativity in Institutions and companies.

المراجع

قائمة المراجع والمصادر

أولاً: قائمة المراجع العربية:

١. الأكلبي، على ذيب، (٢٠٠٨)، إدارة المعرفة في المكتبات ومراكز المعلومات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن.
٢. رضوان، طارق رضوان محمد، خاطر، سامح أحمد، خليل، نورهان عادل أحمد، (٢٠٢٢)، " أثر أبعاد إدارة المعرفة في الإبداع التنظيمي: دراسة تطبيقية على العاملين بالهيئة القومية للتأمينات الاجتماعي بمنطقة الغربية"، مجلة التجارة والتمويل، كلية التجارة، جامعة طنطا، العدد (٢).
٣. الزيادات، محمد عواد أحمد، (٢٠٠٨)، اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، ط ١.
٤. السمان، محمد على محمود، بخيت، أحمد حامد حسين، (٢٠٢١)، العلاقة بين إدارة المعرفة والإبداع الإداري لدى العاملين بالبنوك القطاع العام التجارية المصرية، كلية التجارة، جامعة مدينة السادات، مصر.
٥. السياني، ماجد قاسم عبده، محسن، رويدا أمين، (٢٠٢١)، أثر عمليات إدارة المعرفة على الإبداع التنظيمي، مجلة ربحان للنشر العلمي، مركز فكر للدراسات والتطوير، ع ٧.
٦. شيماء، بقادر، اسيا، زناني، (٢٠٢٢)، إدارة المعرفة التنظيمية ودورها الفعال في تفعيل الإبداع التنظيمي، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة احمد دراية إدرا، الجزائر.
٧. صارم، ندى، (٢٠١٩)، دور إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع الإداري، رسالة ماجستير، كلية الأعمال، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية.
٨. الصاعدي، ليلي بنت سعد، (٢٠٠١)، التفوق والموهبة والإبداع واتخاذ القرار، رؤية من واقع المنهج، دار الحامد للنشر، الأردن، ط ١.

٩. صديق، بوبكر، شهرة، بن بوقيرة، (٢٠٢٣) " دور إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع التنظيمي: دراسة حالة مؤسسة خدماتي، برج بوعرييج"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعرييج.
١٠. طبيشات، نواف نهار سليم، (٢٠٢٠)، " دور الإبداع التنظيمي في تطوير المؤسسات العامة المستقلة في المملكة الأردنية الهاشمية"، المجلة العربية للإدارة، المجلد (٤٠)، العدد (٣).
١١. عبد السميع، صوادقية، فوزي، نبذ، الصالح، حمية محمد، (٢٠٢١)، " أثر إدارة المعرفة في تعزيز الانتماء التنظيمي: دراسة حالة مديرية الديوان الوطني للتطهير بالوادي"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر الأكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي.
١٢. فاروق، بوقريط، عبد الحق، عليون، (٢٠١٩)، " أثر إدارة المعرفة على الإبداع التنظيمي: دراسة حالة الشركة الافريقية للزجاج، الطاهير، جيجل"، مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي، ص ٢.
١٣. فوزي، على فاضل، (٢٠١٥)، أثر متطلبات إدارة المعرفة في الإبداع المنظمي: دراسة تحليلية في شركة الصناعات الإلكترونية، معهد الإدارة التقني، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العراق، ع ٤٥٤.
١٤. قادر، سوزة محمد، أحمد، فلاح حسن، محمود، شيلان فاضل، (٢٠٢٠)، " دور إدارة المعرفة في تحقيق جودة البحوث العلمية: دراسة تطبيقية لآراء عينة من تدريسي كلية التجارة وكلية الإدارة والاقتصاد"، المجلة العلمية لجامعة جهمان، جامعة السليمانية، المجلد (٤)، العدد (١).
١٥. القاضي، حسام صايل، (٢٠٢٣)، أثر إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع التنظيمي، مجلة العلوم الاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة البصرة، الأردن، م ١٨، ع ٦٩٤.
١٦. القبي، الطيب محمد، أبو شويته، فتحية أبو بكر محمد، (٢٠٢٠)، " دور عمليات إدارة المعرفة في الأداء المؤسسي: دراسة استطلاعية على المصارف التجارية العامة بمدينة سرت الليبية"، مجلة البحوث والدراسات الاقتصادية، المعهد العالي للعلوم والتقنية، درنة، المجلد (٨)، العدد (٤).

١٧. قرماش، وهيبة، (٢٠١٤)، " مقومات الإبداع الإداري ودورها في رفع مستوى الأداء الوظيفي في المنظمات الرياضية"، مجلة علمية محكمة تصدر عن مخبر علوم وتقنيات النشاط البدني الرياضي"، معهد التربية البدنية والرائضة، جامعة الجزائر، العدد (٨).
١٨. الكلكاوي، أحمد حميد كريم، (٢٠٠٤)، العلاقة بين المناخ التنظيمي والإبداع المنظمي وتأثيرها في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة القادسية، العراق.
١٩. محمد، فلاح، بشير، عامر، (٢٠١١)، " أثر إدارة المعرفة على الإبداع التنظيمي"، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب البليدة، المجلد (٢)، العدد (١).
٢٠. مدني، الدرديري أحمد إسماعيل، (٢٠١٧)، دور إدارة المعرفة في تنمية الإبداع التنظيمي، جامعة الجوف، المملكة العربية السعودية.
٢١. المناور، أحمد خالد حسين، (٢٠٢٢)، أثر تطبيق إدارة المعرفة على الإبداع الإداري، رسالة ماجستير، كلية الأعمال، جامعة جرش، الأردن.
٢٢. همشيري، عمر أحمد، (٢٠٠٨)، إدارة المعرفة الاستراتيجية والعمليات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن.
٢٣. يحي، سعاد بن، (٢٠١٩)، " إدارة المعرفة وأثرها على الإبداع التنظيمي في المؤسسات الجزائرية: دراسة حالة مؤسسة كوندور"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر ٣.

ثانياً: قائمة المراجع الأجنبية:

24. Bui Thank Khoa, Le Thi Kim Hoa, "The effect of Knowledge management process on the employee commitment: Evidence from digital marketing industry", Management science letters, (11), 2021.
25. Chares ,Hill and Gareth (2001), Strategic management theory, An Intenerated Approach, New York.
26. MAHDI, Dalal Salih, Mezher Abdullah AHMED, and Firas Hasan RASHEED. "The role of job satisfaction in developing administrative performance and creativity: An empirical study in Iraq." The Journal of Asian Finance, Economics and Business 8.6 (2021), 465 – 473.
27. sohail Mazhar, Muhammad, Saeed Akhtar, "Relationship between Knowledge Management and creativity among teachers of Public and private sector universities at lahore", Bulleton of Education and Research, Vol (40), No (2), 2018.

الملاحق

استمارة الاستبيان

"أثر إدارة المعرفة على الإبداع التنظيمي: دراسة تطبيقية على الشركة الوطنية للشراء الموحد"

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.....

نقوم بإجراء دراسة علمية تهدف إلى معرفة أثر إدارة المعرفة على الإبداع التنظيمي داخل الشركة الوطنية

للشراء الموحد

تعد الإجابة في غاية الأهمية بهدف التوصل لنتائج هذه الدراسة، لذا نرجو التكرم بالإجابة على

مجموعة من التساؤلات من منظور عملك لدراسة بعض الأمور الخاصة لمعرفة أثر إدارة المعرفة على

الإبداع التنظيمي بالتطبيق على الشركة الوطنية للشراء الموحد

ولتحقيق أهداف الدراسة نضع بين أيديكم هذه الاستبانة كوسيلة لجمع البيانات والمعلومات اللازمة

لدراسة، لذا نرجو من سيادتكم التكرم بالاطلاع على الاستبانة بأقسامها واختيار مستوى استجابتهم

على كل فترة حسب ما يتفق مع وجهات نظر سيادتكم من خلال العمل على أرض الواقع (الإجابة تكون

طبقاً لتقييمك للوضع الحالي، وليس لما يجب أن يكون) وذلك من خلال وضع علامة (✓) على الإجابة التي

تلائم وجهة نظركم.

ونتعهد لكم بأن جميع البيانات المذكورة سوف يتم الاعتماد عليها في أغراض البحث العلمي فقط وتخضع

للأمانة العلمية.

شاكرين ومقدرين لدعمكم وتعاونكم

الباحث

أولاً: الأسئلة الديموغرافية

١- الجنس:

- ذكر.

- أنثى.

٢- العمر:

- (٢٣-٢٦) سنة.

- (٢٦-٣٥) سنة.

- (٣٥-٤٥) سنة.

- أكبر من ٤٥ سنة.

٣- المسمى الوظيفي:

- عامل.

- موظف..

- مدير.

- أخرى.

٤- المؤهل العلمي:

- دبلوم.

- بكالوريوس.

- ماجستير.

- دكتوراه.

٥- إجمالي سنوات الخبرة:

- (٠ - سنتين) خبرة.

- (٣-١٠) سنوات خبرة.

- (١٠-١٥) سنة خبرة.

- أكثر من ١٥ سنة خبرة.

ثانيا: محور الدراسة

المحور الأول: إدارة المعرفة						
البعد الأول: تشخيص المعرفة						
م	العبارة	أو افق بشدة	أو افق	محايد	ارفض بشدة	ارفض بشدة
١.	ترى أن إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد تدعم الأفكار الإبداعية لدى موظفيها.					
٢.	ترى أن إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد تشجع على النقاشات الفعالة بين الأفراد العاملين وبعضهم البعض.					
٣.	تسعى إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد للتعرف على الأفكار الجديدة التي تجتاح الأسواق.					
البعد الثاني: توليد المعرفة						
م	العبارة	أو افق بشدة	أو افق	محايد	ارفض بشدة	ارفض بشدة
١.	تعمل إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد على استقطاب الموظفين ذوي المهارات الإبداعية للعمل بها.					
٢.	توفر إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد تدريبات وورش عمل للحصول على المعرفة.					

								توفر إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد فريق عمل يساعد موظفيها في الحصول على المعرفة.		٣.
البعد الثالث: تخزين المعرفة										
م	العبارة					أو افق بشدة	أو افق	محايد	ارفض بشدة	ارفض بشدة
١.	تستخدم إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد تكنولوجيا حديثة وتقنيات عالية في حفظ المعرفة لديها.									
٢.	تستغل إدارة الشرطة الوطنية للشراء الموحد العاملين المبدعين وذوي الخبرات والكفاءات لديها.									
٣.	تشجع إدارة الشركة الوطنية التعاون والعمل الجماعي بين موظفيها لتداول المعارف بينهم.									
البعد الرابع: توزيع المعرفة										
م	العبارة					أو افق بشدة	أو افق	محايد	ارفض بشدة	ارفض بشدة
١-	تتيح إدارة الشركة الوطنية للشراء الموحد المعرفة لجميع موظفيها.									
٢-	ترى أن جميع الموظفين داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد يتبادلون المعارف بشكل سلس.									
٣-	تستطيع الشركة الوطنية للشراء الموحد إيصال المعرفة لكل فرد داخل الشركة.									

البعد الخامس: تطبيق المعرفة

م	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	ارفض	ارفض بشدة
١ -	من وجهة نظرك الشخصية: ترى أن المعارف التي تمتلكها الشركة الوطنية للشراء الموحد تحقق أهداف الشركة.					
٢ -	من وجهة نظرك الشخصية: ترى أن المعارف والخبرات لدى موظفي الشركة الوطنية للشراء الموحد تلبي احتياجات العمل.					
٣ -	من وجهة نظرك الشخصية: ترى أن موظفي الشركة الوطنية للشراء الموحد يقدمون حلول للعقبات التي تواجههم داخل العمل.					

المحور الثاني: الإبداع التنظيمي

م	العبارة	أو افق بشدة	أو افق	محايد	ارفض	ارفض بشدة
١.	يساهم العاملون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد بتقديم أفكار إبداعية لطريقة العمل داخل الشركة.					
٢.	يقدم الموظفون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد معارفهم وخبراتهم السابقة عند التعرض لمواقف طارئة.					
٣.	يتقبل العاملون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد الآراء المخالفة لهم ويستفيدون منها.					
٤.	يستخدم العاملون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد أسلوب عمل مختلف عند تغير ظروف العمل.					
٥.	يقدم العاملون بالشركة الوطنية للشراء الموحد على إبداء آرائهم الإبداعية وأفكارهم الجديدة بحرية تامة.					
٦.	يستطيع العاملون بالشركة الوطنية للشراء الموحد التنبؤ بأي مشكلة تتعلق بالعمل.					

					يمتلك العاملون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد القدرة على التعامل مع المشكلات التي تواجههم داخل العمل.	٧.
					يستطيع العاملون بالشركة الوطنية للشراء الموحد التعامل مع نقاط الضعف التي تخص بيئة العمل.	٨.
					يستخدم الموظفون داخل الشركة الوطنية للشراء الموحد طرق جديدة في العمل دون التأكد من نسبة نجاحها.	٩.
					يتخذ العاملون بالشركة الوطنية للشراء الموحد قرارات داخل عمله حتى لو كانت تؤثر على تقييم أدائه داخل العمل.	١٠.
					يستطيع العاملون بالشركة الوطنية للشراء الموحد استخدام المعارف الجديدة مع معارفهم السابقة في توليد أفكار جديدة تلائم العمل.	١١.

شكراً جزيلاً لوقتكم وتعاونكم في الإجابة على هذا الاستبيان

رابط الاستبيان:

https://docs.google.com/forms/d/10mHkcgQKSnGG2b0FequWXHfDziMv64nhGQ9SZpVA1z0/viewform?pli=1&pli=1&edit_requested=true

المستخلص

هدف البحث إلى تسليط الضوء حول أثر إدارة المعرفة على الإبداع التنظيمي في الشركة الوطنية للشراء الموحد، وذلك من خلال توضيح أبعاد إدارة المعرفة، بالإضافة إلى الكشف عن تأثير إدارة المعرفة بأبعادها على الإبداع التنظيمي، ولقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من أجل تحقيق أهداف الدراسة، حيث استخدم الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، حيث طبق هذا البحث على مجتمع دراسة تتمثل في موظفي ومدراء الشركة الوطنية للشراء الموحد، إذ تكونت عينة البحث من عينة عشوائية قدرها (196) مفردة، ولتحليل هذه المعلومات تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS).

ولقد توصل هذا البحث إلى مجموعة من النتائج الهامة والتي تتمثل أبرزها في أن الإبداع التنظيمي له أثر في على الإبداع التنظيمي، ويوجد دور مؤثر لكل من تشخيص المعرفة، وتوليد المعرفة، وتوزيع المعرفة، وتطبيق المعرفة، وتخزين المعرفة بصورة منفردة على الإبداع التنظيمي، ولقد أوصى الباحث إلى ضرورة تعزيز ثقافة وسلوكيات إدارة المعرفة وتوفير الموارد اللازمة لتدريب المسؤولين عليها، تشجيع المؤسسات على الإبداع والابتكار والاختراع، ضرورة اهتمام الإدارة العليا بتشجيع البحث العلمي، الاهتمام بخبرات وتجارب المنظمة والعاملين بها للاستفادة منها في وقت الحاجة، إنشاء وحدة إدارية تُعنى بإدارة المعرفة والإبداع في المؤسسات والشركات.

abstract

The research aimed to shed light on the impact of knowledge management on organizational creativity in the National Unified Purchasing Company, by clarifying the dimensions of knowledge management, in addition to revealing the impact of knowledge management in its dimensions on organizational creativity. The researcher relied on the descriptive and analytical approach in order to achieve the goals of The study, where the questionnaire was used as a tool for collecting information, as this research was applied to a study population represented by employees and managers of the National Unified Purchasing Company, as the research sample consisted of a random sample of (196) individuals, and to analyze this information, the statistical analysis program (SPSS) was used.

This research has reached a set of important results, the most prominent of which is that organizational creativity has an impact on organizational creativity, and there is an influential role for each of knowledge diagnosis, knowledge generation, knowledge distribution, knowledge application, and knowledge storage individually on organizational creativity. It was recommended The researcher pointed out the need to enhance the culture and behaviors of knowledge management and provide the necessary resources to train officials on it, encourage institutions to creativity, innovation and invention, the need for senior management to pay attention to encouraging scientific research, pay attention to the expertise and experiences of the organization and its employees to benefit from them in times of need, establish an administrative unit concerned with knowledge management and creativity in Institutions and companies.

Mid Ocean University

College of Management

Specialty: Business Management



**The impact of knowledge management on organizational creativity
an applied study on the National Unified Purchase Company.**

master of Business Administration

Preparation: Muneera Saud Al-Subaie

232000354

2024