

إدارة المعرفة، مدخل لتحقيق الإبداع:**دراسة ميدانية في منظمات القطاع الخدمي بالجزائر****Knowledge management entrance to achieve the innovation: A Field Study in Algerian services sector organizations**

أ. بن طاطة عتيقة

أستاذة محاضرة قسم ب ، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير -

جامعة معسكر -

البريد الإلكتروني: atika_bentata@yahoo.fr

ATIKA BENTATA

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير إدارة المعرفة على تحقيق الإبداع في منظمات القطاع الخدمي بالجزائر، ولتحقيق أهداف الدراسة؛ تم تطوير وتوزيع استبانة على عينة مكونة من (131) مفردة، تم استرجاع وتحليل (97) منها، وقد تم التحقق من صدقها وثباتها، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين إدارة المعرفة وتحقيق الإبداع، وكذلك؛ وجود تأثير معنوي لإدارة المعرفة على تحقيق الإبداع في المنظمات محل الدراسة، كما أشارت الدراسة إلى وجود تأثير معنوي ل (خلق المعرفة، وتطبيق المعرفة) على تحقيق الإبداع، وعكست النتائج عدم وجود تأثير معنوي ل (تخزين المعرفة، ونشر المعرفة) على تحقيق الإبداع. وعلى ضوء النتائج؛ خلصت الدراسة إلى عدد من التوصيات.

الكلمات المفتاحية: إدارة المعرفة، الإبداع، منظمات الأعمال الجزائرية، القطاع الخدمي.

Abstract:

This study aimed at identifying the effect of knowledge management on achieving the innovation in Algerian services sector organizations. A questionnaire was developed and distributed; which consist of (131) subjects, (97) questionnaire of which were returned and analyzed. Validity and reliability of questionnaires were computed. The results of the study refer to statistically significant correlation between the knowledge management and achieving innovation. also; the study indicates that there is significant statistical effect of knowledge management on achieving the innovation in organizations sample study. The study also shows the existence of a significant effect of (knowledge creation, and knowledge application) on achieving innovation, and the results reflected that there is no significant affection of

(knowledge storing, and knowledge dissemination) on achieving innovation. In the light of the findings; some recommendations are given.

Key words: knowledge Management, Innovation, Algerian Organizations, Service Sector.

1. مقدمة ومشكلة البحث:

تحظى إدارة المعرفة بمكانة واسعة ذات أهمية، في كافة أنواع المنظمات، من مختص الخدمة إلى التجزئة والتصنيع. لهذا؛ توجد حاجة متزايدة لامتلاك المعرفة إذ يرى (Ndlela & Toit, 2001)¹ أنّ نجاحات المنظمات في القرن الواحد والعشرون في سوق يمتاز بتنافسية عالية يعتمد بشكل رئيسي على نوعية المعرفة التي تطبقها هذه المؤسسات في عمليات عملها الرئيسية. وأكد (Kamya, Ntayi & Ahiauzu, 2010)² في دراستهم أنه لا يكفي امتلاك فقط المزيج التقليدي للأصول الملموسة للحصول على الميزة التنافسية بدون الأصول المعنوية (الغير ملموسة) بما في ذلك المعلومات والمعرفة.

ووفقا لما سبق؛ يجب أن تدار المعرفة بشكل واضح (Wu & Wang, 2006)³. وأن تركز المنظمة على الأفراد الذين يحملون المعرفة، فبفضل ابتكاراتهم الفردية، معرفتهم، مهاراتهم وقدراتهم من الممكن خلق أفكار تساعد المنظمات في

¹ Ndlele, L.T. & du Toit, A.S.A. (2001). Establishing a knowledge management for competitive advantage in an enterprise. **International Journal of Information Management**, 21, p 152.

² Kamya, Moses Tahate., Ntayi, Joseph M. & Ahiauzu, Augustine. (2010, 18 October) Knowledge management and competitive Advantage: the interaction effect of market orientation. **African Journal of Business Management**, 4 (14), p 2977, Available Online at: <http://www.Academicjournals.org/AJBM>.

³ Wu, Jen- Her. & Wang, Yu- Min. (2006). Measuring KMS success: a respecification of the delone and mclean's model. **Information & Management** 43, p 728, Available Online at: www.sciencedirect.com.

تحقيق الإبداع (Urbancova, 2013)⁴، إذ يعتبر هذا الأخير من أعلى إنجازات العصر البشري مرتبةً ومكانةً. كما يعترف به كعامل نجاح أساسي في المنافسة المتزايدة في بيئة اليوم المعقدة، التي أصبحت صعبة يوماً بعد يوم بسبب العديد من الأسباب البيئية والتنظيمية مثل: العولمة، إلغاء القيود التنظيمية، تزايد المنافسة المحلية والعالمية، التكنولوجيات الجديدة، إذ يفيد الإبداع الشركة بالقدرة على الحصول على مستوى كبير من الحصة السوقية، أو خلق فرصة سوقية جديدة بالكامل التي تمكن الشركة من الحصول على أرباح فائقة. فالاستجابة البطيئة للمنافسين لاستراتيجيات الإبداع هذه، ستنتج ميزة تنافسية للشركة. إذ أكد (Lee et al., 2001) في هذا الإطار؛ أن الإبداع هو أساس المنافسة عندما المنافسون لا يمكنهم بسهولة تقليد الإبداع (Goksoy, Riter and (Voyvay, Ergeneli, 2013)⁵. وفي دراسة قام بها كل من (Waterman, 1982) للمنظمات الناجحة، استنتج أن هذه المنظمات كان عندها حقائق أساسية قليلة أهمها أن أغلب أعضاء المنظمة يجب أن يكونوا مبدعين. (Azzam, Ghaith, Ayed, 2012)⁶ ولم تكن بيئة الأعمال الجزائرية في منأى عن كل هذه التطورات، فقد تأثرت بذلك منظمات الأعمال الجزائرية في شتى القطاعات، بما في ذلك منظمات قطاع الخدمات، التي تسعى إلى إدارة معارفها والاستفادة منها لتحقيق مستويات إبداع أعلى، تسمح لها بضمّان بقائها واستمرارها.

⁴ Urbancova Hana. Competitive Advantage Achievement Through Innovation and Knowledge. **Journal of Competitiveness**, 5, Issue 1, p 82, March 2013.

⁵ Asli Goksoy, Ozalp Vayvay, and Nilufer Ergeneli, Gaining Competitive Advantage through Innovation Strategies: An Application in Warehouse Management Process. **American Journal of Business and Management**, Vol. 2, No. 4, p 204-305.

⁶ Azzam Azmi Abou- Moghli, Ghaith Mustafa Al Abdallah, Ayed Al Muala. Impact of Innovation On Realizing Competitive Advantage in Banking Sector in Jordon. **American Academic & Scholarly Research Journal**, 4, No. 5, Sept 2012, p 2.

وانطلاقاً مما سبق؛ أمكن الباحثة صياغة مشكلة البحث على النحو التالي: ما مدى

تأثير إدارة المعرفة على تحقيق الإبداع في منظمات القطاع الخدمي بالجزائر؟

2. أهداف البحث: يهدف هذا البحث إلى مايلي:

- تقديم إطار نظري للمرتكزات الفكرية والأساسيات المعرفية لكل من: إدارة المعرفة، والابداع.

- تحليل تأثير إدارة المعرفة وكل متغير من متغيراتها الفرعية على تحقيق الابداع في منظمات القطاع الخدمي بالجزائر.

- تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات لمنظمات القطاع الخدمي فيما يتعلق بأثر إدارة المعرفة على تحقيق الابداع.

3. أهمية البحث: يمكن أن تتضح أهمية البحث في النقاط التالية:

- أهمية المتغيرات المبحوثة ودورها في تطوير أداء المنظمات، فاليوم لاغنى لأي منظمة عن استخدام المعرفة التي أصبحت تمثل بعدا هاما ، حيث تحولت المجتمعات إلى مجتمعات معلوماتية معرفية، وأصبحت المعرفة هي المصدر الأساسي لتحقيق التميز والإبداع، ومن يمتلكها يمتلك القوة والسيطرة في القرن الحادي والعشرين الذي أصبح فيه الاقتصاد رقميا يعتمد على المعرفة. لذا؛ فإن موضوع استخدام إدارة المعرفة في مجال تحقيق الابداع، يعتبر أمرا ذا أهمية بالغة تستحق البحث.

- هناك أهمية تطبيقية لنتائج مثل هذه الدراسة في قطاعات الأعمال المختلفة التي تطمح إلى النجاح في تطبيق إدارة المعرفة، للاستفادة من إيجابيات تلك التطبيقات من أجل تحقيق مستويات إبداع عالية.

- تنبع أهمية البحث أيضاً من مجال التطبيق الذي شمل قطاع الخدمات الذي يعتبر من أكثر القطاعات ديناميكية بالنسبة للنمو، كما أن التطور الحاصل في القطاعات الأخرى أصبح مرهونا بالتطورات والتحسينات التي تحدث في هذا القطاع.

4. فروض البحث: ركز البحث الحالي على اختبار الفرض الرئيسي التالي: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية لإدارة المعرفة على تحقيق الإبداع في منظمات القطاع الخدمي بالجزائر.

5. الدّراسات السابقة:

دراسة (بن طاطة، 2017)⁷: هدفت الدّراسة إلى التّعرف على تأثير تفاعل نظم المعلومات وإدارة المعرفة على تحقيق المزايا التنافسية في منظمات القطاع الصناعي والخدمي في الجزائر. وقد أظهرت النتائج وجود تأثير لإدارة المعرفة على تحقيق أبعاد المزايا التنافسية محل الدراسة ممثلة ب: (تخفيض التكاليف، الجودة، وكذا الإبداع).

دراسة (ملاكوي، 2007)⁸: هدفت إلى التّعرف على ماهية الاستخدام المشترك بين نظم المعلومات المعرفة في تحقيق الإبداع ، ومن أبرز نتائجها أن جميع علاقات الارتباط إيجابية وذات دلالة إحصائية بين إدارة المعرفة وبين الإبداع بأبعاده المختلفة، وكذا وجود تأثير معنوي لإدارة المعرفة على تحقيق الإبداع بأبعاده المختلفة.

دراسة (Meihami & Meihami, 2014)⁹: هدفت إلى دراسة علاقة إدارة المعرفة بتحقيق المزايا التنافسية في الشركات الصناعية. وأظهرت نتائج اختبار الفرضيات الفرعية باستخدام معامل بيرسون وجود علاقة معنوية بين إدارة المعرفة وابداع المنتج بلغت (62%).

دراسة (Urbancova, 2013)¹⁰: هدفت إلى تحليل المعرفة كعنصر مهم في عملية الابداع، التي تساعد في الحصول على ميزة عن المنظمات الأخرى. وقد أشارت نتائج الدّراسة إلى أن المعرفة تعتبر مهمة للابداعات، وتساهم في نجاح تطبيق الابداعات. كما أكدت أغلب المنظمات المستجيبة التي شاركت في المسح على

⁷ بن طاطة، عتيقة (2017). أثر تفاعل نظام المعلومات وإدارة المعرفة على تحقيق المزايا التنافسية دراسة ميدانية مقارنة بين منظمات القطاع الصناعي والخدمي في الجزائر. أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة تلمسان.

⁸ ملكاوي، نازم (2007). نظم المعلومات والمعرفة وأثرهما في الإبداع دراسة في البنوك التجارية الأردنية. رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق.

⁹ Meihami, Bahram. & Meihami, Hussein. (2014). Knowledge management a way to gain a competitive advantage in firms (evidence of manufacturing companies). **International Letters of Social and Humanistic Sciences**, 14, PP 80- 91.

¹⁰ Urbancova Hana. **Op-Cit**.

أهمية مشاركة المعرفة والخبرة من قبل الموظفين، لتشجيع نجاح الابتعاات. دراسة (Cantner, Joel & Schmidt, 2009)¹¹: هءءء الءراءة إلى ءءلل ءأءراء إءارة المعرفة على نجاح الاءءاء للشركاء فئ ألمانفا. باسءعمال إءراء ممال على بفااء من مسح الاءءاء الألمانف ل (2003)، بالمقابلة بفن كل من الشركاء المطبقة لإءارة المعرفة، والشركاء المماءلة بالءصاءص الءفر مطبقة لإءارة المعرفة. وقء أوؤصءء الءاءء أن الشركاء الءف مطبق إءارة المعرفة ءؤءف بشكل أفضل من ناحفة أعلى من مؤسء ءصص المبفعاء، بمءءءاء اءءاعفة مقارءة مع نظرفاءها. دراسة (Nguyen, Neck & Nguyen, 2009)¹²: هءءء الءراءة إلى ءءوفر مؤءء مفاهفمف للءلءاء بفن مكؤواء ءءرة إءارة المعرفة، وءأءرفاءها على المفرزة الءنافسفة فف الففءءام. وأظهرء نءاءء ءءلل البفااء أن أبعاء ءءرة إءارة المعرفة (المفكل الءنظفمف، الءءافاء، ءءنؤلؤءفا المءلؤواء، الأفراء) ءرءبء بشكل إءجابف ومءنؤف مع ءءقق المفرزة الءنافسفة.

6. الإءار النظرف:

6-1 إءارة المعرفة: المفهوم والءملفااء

6-1-1 مفهوم إءارة المعرفة:

ءعنف: الءءرة على معالءة مءلؤمة لءءولفها إلى فعء. الفءل فكون هنا مؤافق لمعنف ءل المشاكل (Beyou, 2003)¹³.

وعرفها (Gonzalez & Gonzalez, 2012)¹⁴ بأءها مساهمة لءفمة مضافة للمءلؤواء: الفهم النظرف والءملفف لمؤصؤء، ءرءفب ءملفة الءف ءقارن ففها المءلؤواء

¹¹ Cantner, Uwe., Joel, Kristin. & Schmidt, Tobias. (2009). The effects of knowledge management on innovative success – an empirical analysis of german firms. **Discussion Paper Series 1, Economics Studies**, No 16.

¹²Nguyen, Que Thi., Nguyet, Neck, Philip A. & Nguyen, Thanh Hai. (July 2009). The critical role of knowledge management in achieving and sustaining organizational competitive advantage. **International Business Research**, 2 (3).

¹³ Beyou, Claire. (2003). **Manager les connaissances du knowledge management au développement des compétences dans l'organisation**. Paris : Éditions Liaisons, p 30.

بأخرى، ومشاركة لتأسيس علاقات ذات معنى، معلومات تطبيقية، أو نتيجة إضافة خبرة إلى المعلومات.

وقد عرف كل من (Alavi and Leidner, 1999) إدارة المعرفة كعملية خاصة تنظيمية ونظمية للحصول، تنظيم، وإتصال كل من المعرفة الضمنية والواضحة للموظفين لكي يتمكن موظفون آخرون من استعمالها حتى يكونوا أكثر فعالية وإنتاجية في عملهم (Haslinda, A & Sarinah, A, 2009).¹⁵

وحسب (Smirnov et al., 2004)¹⁶ فإن إدارة المعرفة تعرف كمجموعة مركبة من العلاقات بين الأفراد، العمليات، والتكنولوجيا مرتبطة معا بمعايير ثقافية، مثل مشاركة المعرفة، التي تشكل رأس مال اجتماعي للمنظمة.

2-1-6 عمليات إدارة المعرفة:

أولاً: خلق المعرفة

تعتمد عملية خلق المعرفة على حركة حلزونية مزدوجة بين المعرفة الضمنية والواضحة. وتمثل الطرق الأربعة لتحويل المعرفة في: (التفاعل الاجتماعي) من المعرفة الضمنية الفردية إلى المعرفة الضمنية الجماعية، (التجسيد) من المعرفة الضمنية إلى المعرفة الواضحة، (التركيب) من المعرفة الواضحة الفردية إلى المعرفة الواضحة الجماعية، (المحاكاة/ الاستلهام) من المعرفة الواضحة إلى المعرفة الضمنية (Uriarte, Jr, 2008).¹⁷

¹⁴ González, Pedro Solana. & González, Daniel Pérey. (2012). **Assessment of operational experience as strategy for knowledge acquisition and learning in organizations**. New Research on Knowledge Management Models and Methods, Prof. Huei Tse Hou (Ed.), ISBN: , ISBN: 978-953-51-0190-1, In Tech, p 130.

¹⁵ Haslinda, A. & Sarinah, A. (2009). A review of knowledge management models. **The Journal of International Social Research**, 2(9), 2009, 188.

¹⁶ Smirnov, Alexander., Pashkin, Mikail., Chilov, Nikolai. & Levashova, Tatiana. (2004). Knowledge logistics in information grid environment, **Future Generation Computer Systems** 20, 61-79, Available at: www. Computer Science Web.com, p 62.

¹⁷ Uriarte, Jr, Filemon A. (2008). **Introduction to knowledge management a brief introduction to the basic element of knowledge**

ثانياً: تخزين المعرفة

يجب أن تضمن المنظمة أن المعرفة المحصل عليها والمشاركة يمكن الوصول إليها بسهولة للآخرين. هذا يمكن أن يكون عن طريق تخزين المعلومات في موقع مركزي باحتياطات كافية لاسترجاعها بسهولة. مثلاً: التقارير، البيانات الاحصائية عن المجالات البيئية، الاجتماعية، والاقتصادية يمكن أن تخزن في قواعد البيانات، بينما الوثائق الرسمية، عندما تصدق، يمكن أن تصنف وتخزن إلكترونياً في أنظمة الملف المناسب. الوثائق والمعلومات في قواعد البيانات يمكن إذا أن تسترجع من خلال الأنترنت أو مواقع ويب الإنترنت للمنظمة (Uriarte, Jr, 2008)¹⁸.

نشر المعرفة

يعني جعل المعرفة متاحة في صيغة مفيدة لأي شخص في المنظمة قد يحتاجها، في أي مكان، وأي وقت (Turban, Rainer & Potter, 2005)¹⁹.

رابعاً: تطبيق المعرفة

تطبيق المعرفة هو الحل لتغطية المعرفة لضمان الاستعمال واسع الانتشار. علاوة على ذلك؛ تطبيق المعرفة يترجم المعلومات إلى أدوات عملية، وتطبيق المعرفة إلى العالم الحقيقي يمثل تطبيق المعرفة بطريقة واضحة وقابلة للتخزين (Karadsheh et al., 2009)²⁰.

management for non- practitioners interested in understanding the subject. Jakarta: ASEAN Foundation, 7.

¹⁸ Uriarte, Jr, Filemon A.Op-Cit.p 61.

¹⁹ Turban, Efraim., Rainer R., Kelly, Jr. & Poter, Richard E. (2005). **Introduction to information technology.** (3rd Edition). USA: John & Sons, Inc, p 88.

²⁰ Karadsheh, Louay., Mansour, Ebrahim., Alhwari, Samer.& El- Bathy, Ghassan Azar Naser. (2009). A theoretical framework for knowledge management process: towards improving knowledge performance. **Communications of the IBIMA, 7,** p 76.

2-6 الإبداع: المفهوم والشروط

1-2-6 مفهوم الإبداع:

توجد تعريفات عديدة لمصطلح الإبداع التي تشتق من المصطلح اللاتيني "Innovation" والذي يعني خلق شيء جديد (Reguia, 2014)²¹.

وقد عرف (Schumpeter) الإبداعات ك: تغييرات المنتج، العملية والتنظيم التي لا تنشأ بالضرورة من الاكتشافات العلمية الجديدة، لكن قد تنشأ من مجموعة من التكنولوجيات الحالية، وتطبيقها في سياق جديد. وينشأ الإبداع أيضا من البحث العام (Urbancova, 2013)²².

وتعتبر عملية الإبداع تغيير في الطريقة التي يصنع بها المنتج، أو تقدم بها الخدمة. وهي تقدم طرق، إجراءات أو مسؤوليات جديدة داخل المنظمة. تتضمن الحصول على مهارات جديدة، وتتطلب طرق جديدة للإدارة والتنظيم (Tarafdar, Cordon, 2007)²³.

2-2-6 شروط الإبداع:

لكسب الإبداعية الصحيحة للمنظمة؛ يجب التركيز على الشروط التالية: (Urbancova, 2013)²⁴

- تطوير ثقافة الإبداع المناسبة في المنظمة، ودعم الإبداع المستمر؛
- تقوية إمكانية الإبداع بربط الأجزاء الحالية لموارد المعرفة، وخلق أسواق جديدة؛
- الاستعمال الفعال لإمكانية عمال المعرفة في المنظمة بالإدراك العملي لأفكارهم؛
- تحفيز الأفكار الفردية، والموظفين (ليثقوا) بالقادة (الرؤساء) لخلق الأفكار الجديدة؛

²¹ Cherroun Reguia, Product Innovation and the Competitive Advantage. **European Scientific Journal**, June 2014 /SPECIAL/ Edition Vol.1, p141.

²² Urbancova Hana. **Op-Cit**. p83.

²³ Monidepa Tarafdar, Steven R. Gordon. Understanding The Influence of Information Systems Competencies on Process Innovation: A Resource – Based View. **Journal of Strategic Information Systems** 16 (2007), p 356, Available Online at: www. Sciencedirect.com.

²⁴ Urbancova Hana. **Op-Cit**. p 93.

- تجميع المدراء، والمختصين بالتخصصات المختلفة من البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة لتوليد الأفكار الجديدة؛
- الدعم المستمر للمنظمات الصغيرة والمتوسطة التي تشكل المجموعة الأكبر للإبداعات.

6-3 دور إدارة المعرفة في تسهيل عملية الإبداع:

تمكن فرق المشروع من تخزين المعرفة بشكل منظم حول العمليات من المصادر المختلفة الداخلية والخارجية، وللدخول ونشر المعرفة المطلوبة (Tarafdar & Gordon, 2007)²⁵. وتمثل المعرفة التي يحملها الأفراد أداة لتوليد الإبداعات. بفضل ابتكاراتهم الفردية، معرفتهم، مهاراتهم، وقدراتهم من الممكن خلق أفكار ابداعية التي ستساعد المنظمات في تحقيق ميزة تنافسية. كما تعتمد قدرة الإبداع للمنظمة بالنسبة ل (Martin- de Castro, Delgado- Verbe, Navas- López & Cruz- (González , 2013)، كثيرا على أصول المعرفة التنظيمية و/ أو الفكرية، وعلى قدرتها لاستخدام هذه الأصول. وأظهرت أبحاث (Noruzy, Dalfard, Azhdari,) (Nazari- Shirkouchi & Rezazadeh, 2012) أن التعلم التنظيمي وإدارة المعرفة يؤثران مباشرة على الإبداع التنظيمي، بينما التعلم التنظيمي والإبداع التنظيمي يؤثران مباشرة على الأداء التنظيمي (Urbancova, 2013)²⁶.

7. منهجية البحث:

7-1. منهج البحث العلمي المستخدم:

اعتمدت الدراسة منهجية البحث الوصفي التحليلي، فعلى صعيد البحث الوصفي، تم إجراء المسح المكتبي والإطلاع على الدراسات والبحوث النظرية والميدانية. أما على صعيد البحث الميداني التحليلي، فقد تم استخدام استبيان لغرض الكشف عن آراء المدراء حول عدد من المتغيرات والفرضيات التي تعدّ أساس هذا البحث العلمي. وسيتم تحليل كافة البيانات، واستخدام الطرق الإحصائية المناسبة لمعالجتها من خلال برنامج: الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

²⁵ Monideepa Tarafdar, Steven R. Gordon. **Op-Cit.** p 371.

²⁶ Urbancova Hana. **Op-Cit.** p82-84.

7-2. مجتمع وعينة البحث:

تمّ تطبيق الدّراسة على عدد من منظمات القطاع الخدمي في الجزائر، بلغ (16) منظمة. وقد اشتملت عينة البحث على مستويين إداريين (إدارة عليا ووسطى)، وبلغ عدد الاستبيانات الموزعة (131) استبيان، استرجع منها (97) استبانة تشكل ما نسبته (74.04 %) من اجمالي الاستبيانات الموزعة.

7-3. أداة البحث:

7-3-1. وصف الأداة: تمّ تطوير استبانة بالاستفادة من الأدبيات والدراسات السابقة، وتتضمن مايلي:

الجزء الأول: اختص بالبيانات والمعلومات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة.

الجزء الثاني: تضمن مجموعة من الفقرات تقيس إدارة المعرفة، موزعة على أربع عمليات لإدارة المعرفة: (خلق المعرفة، تخزين المعرفة، نشر المعرفة، تطبيق المعرفة).

الجزء الثالث: تضمن هذا الفقرات التي تمّ من خلالها قياس الابداع في هذه الدراسة.

7-3-2. صدق الأداة:

للتحقق من مدى صدق محتوى الأداة، عُرضت الاستبانة على بعض المحكمين من ذوي الاختصاص، لغرض تحكيمها و بعد أن تم الأخذ بالملاحظات والتعديلات المقترحة على بعض الفقرات؛ وافق المحكمون على نموذج الاستبانة.

7-3-3. ثبات الأداة:

تمّ التوصل إلى قيمة الثبات من خلال معامل (Cronbach's Alpha).

الجدول (1): اختبار الموثوقية معامل Cronbach's Alpha

اسم المتغير	إدارة المعرفة	الابداع	الثبات الكلي للاستبانة
معامل الثبات	0,923	0,893	0,941

يتضح من خلال الجدول؛ أنّ معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة مرتفعة ومناسبة لأغراض الدراسة.

8. تحليل نتائج البحث:**8-1. الاحصاءات الوصفية لأفراد عينة البحث:**

يوضح الجدول رقم (2) الأعداد والنسب المئوية لأفراد العينة وفقاً للخصائص الشخصية والوظيفية من نوع، عمر، مؤهل علمي، سنوات خبرة، وذلك كمايلي:

الجدول (2)

توزيع أفراد العينة وفقاً للخصائص الشخصية والوظيفية للعينة

النسبة	العدد	المتغيرات الشخصية والوظيفية		النسبة	العدد	المتغيرات الشخصية والوظيفية		
48.45	47	ليسانس	العلمي	55.67	54	ذكر	النوع	
11.34	11	ماجستير		44.32	43	أنثى		
2.06	2	دكتوراه		100	97	المجموع		
17.52	17	مستوى آخر		37.11	36	أقل من 30	العمر	
100	97	المجموع	39.17	38	من 30 إلى أقل من 40			
41.23	40	أقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة	17.52	17	من 40 إلى أقل من 50		
30.92	30	من 5 إلى أقل من 10		06.18	06	من 50 إلى أقل من 60		
10.30	10	من 10 إلى أقل من 15		100	97	المجموع		
5.15	5	من 15 إلى أقل من 20		7.21	7	ثانوي		المؤهل
12.37	12	20 سنة فأكثر		7.21	7	بكالوريا		
100	97	المجموع		6.18	6	تأهيل مهني		

من حيث النوع: بلغ عدد الذكور (54) بنسبة (55.67%)، وعدد الإناث (43) بنسبة (44.32%) من المجموع الكلي. وبالتالي فقد عكست النتائج تحسن في نسبة مشاركة الإناث في تولّي مناصب الإدارة العليا والوسطى في منظمات القطاع الخدمي بالجزائر، إذ أن نسبة الإناث تفوق نصف نسبة الذكور.

من حيث العمر: تبين أن (38) فرداً أي (39.17%) تقع أعمارهم بين (30-40) سنة، بينما بلغ عدد الذين تقل أعمارهم عن (30 سنة) (36) فرداً، وبنسبة (37.11%)، وبأخذ النسبتين أعلاه يتبين أن غالبية أفراد العينة هم دون سن الأربعين، الأمر الذي يؤكد أن غالبية أفراد العينة هم من جيل الشباب.

من حيث المؤهل العلمي: شملت عينة الدراسة مؤهلات علمية مختلفة ومتقاربة، حيث أنّ أغلب أفراد العينة يحملون درجة الليسانس، إذ بلغ عدد الحاصلين على هذه الشهادة (47) إدارياً، وبلغ عدد الحاصلين على درجة الماجستير (11) إدارياً، أمّا الأفراد الحاصلين على درجة الدكتوراه فعددهم (2) إداريين، وهذا يشير إلى ارتفاع المستوى العلمي لأفراد عينة الدراسة نتيجة استقطاب المنظمات عينة الدراسة لحملة الشهادات الجامعية بنسب عالية، كما أنه مؤشر على توجّه هذه المنظمات نحو تطوير كوادرها من خلال استقطاب الكفاءات المتعلمة القادرة على استيعاب التّطورات في بيئة الأعمال، خاصّةً إذا علمنا أنّ أفراد العينة هم مدرّاء عامّين ومساعدتهم، وكذا مدرّاء وظائف رئيسية ومساعدتهم في هذه المنظمات.

من حيث سنوات الخبرة: بلغ عدد أفراد العينة الذين تقل سنوات خبرتهم عن الخمس سنوات النسبة لتبلغ (41.23%)، وهذه النسبة الكبيرة من الإداريين ذوي الخبرة القليلة تمثل مؤشر على تعيين العمالة الجديدة، وتشير كذلك إلى أنّ هناك مجالاً واسعاً للمنظمات محل الدراسة لكي تنهج استراتيجية تطويرية فعالة للتدريب والتعليم التنظيمي، من أجل تهيئة الأعداد اللازمة من الإداريين ذوي الخبرة العالية لممارسة دورهم بكفاءة عالية في هذه المنظمات. ومثّل عدد الإداريين الذين كانت سنوات خبرتهم (من 15 إلى أقل من 20 سنة)، وفتة العينة (20 سنة فأكثر) ما نسبته (17.52%). وهذا مؤشر على تراكمية الخبرات لدى العاملين واستقرارهم الوظيفي.

ويشير هذا إلى أن منظمات القطاع الخدمي تميل إلى استراتيجية استقطاب العمالة الجديدة أكثر لتحقيق أهدافها.

8-2. اختبار الفروض: ينص فرض البحث الرئيسي على مايلي: لا يوجد تأثير معنوي لإدارة المعرفة على تحقيق الإبداع في منظمات القطاع الخدمي بالجزائر. أولاً: قياس تأثير إدارة المعرفة على تحقيق الإبداع باستخدام أسلوب الانحدار الخطّي البسيط.

الجدول رقم (3)

ملخص نموذج الانحدار لاختبار أثر إدارة المعرفة على تحقيق الإبداع

معامل الارتباط	معامل الانحدار	معامل المصحح	الانحدار	الخطأ المعياري للتقدير
0,728	0,531	0,526		0,630

يمكن تفسير هذا؛ أنّ (53,1%) من الانحرافات الكليّة في قيم الإبداع المحققة تفسرها العلاقة الخطيّة، أي نموذج الانحدار، وأنّ (46,9%) من التباينات ترجع إلى عوامل عشوائية كأن تكون هناك متغيرات مهمّة لم تُصمّن في النموذج. كما يتضح من الجدول وجود علاقة ارتباط قوية بين إدارة المعرفة والإبداع حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (72,8%). وهذا يتفق مع دراسة (ملكاوي، 2007).

الجدول رقم (4)

نتائج تحليل التباين للانحدار (Analysis of Variance) للتأكد من صحّة النموذج

لاختبار أثر إدارة المعرفة على تحقيق الإبداع

المصدر	درجة الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
الانحدار	1	42,647	42,647	107,378	0,000
الخطأ	95	37,731	0,397		
الكلي	96	80,378			

إنّ قيمة مستوى معنوية F، ($P\text{-Value} = 0,00 < 0,05$)، التي تدعونا إلى رفض فرض العدم، H_0 ، بمستوى دلالة (5%)، أي أنّ نموذج الانحدار معنوي.

الجدول رقم (5)

نتائج تحليل الانحدار الخطّي البسيط لاختبار أثر إدارة المعرفة على تحقيق الإبداع

المتغيرات	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T	مستوى دلالة T
الثابت	-0,326	0,359		-0,908	0,366
إدارة المعرفة	1,030	0,099	0,728	10,362	0,000

يتضح من الجدول (5)، ومن متابعة معامل (Beta)، واختبار (T) أنّ إدارة المعرفة لها تأثير معنوي على تحقيق الإبداع، حيث بلغت قيمة معامل (Beta) له (0,728) وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (5%). وتتفق نتيجة مساهمة إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع مع نتائج العديد من الدراسات، ومنها: دراسة (ملكاوي، 2007)، دراسة (بن طاطة، 2017)، دراسة (Cantner, Joel & Schmidt, 2009)، دراسة (Meihami & Meihami, 2014)، دراسة (Urbancova, 2013)، دراسة (Nguyen, Neck & Nguyen, 2009).

ثانياً: قياس تأثير عمليات إدارة المعرفة على تحقيق الإبداع باستخدام أسلوب الانحدار الخطّي المتعدد

الجدول رقم (6)

ملخص نموذج الانحدار المتعدد لاختبار تأثير عمليات إدارة المعرفة على تحقيق

الإبداع

معامل الارتباط	معامل الانحدار	معامل الانحدار المصحح	الخطأ المعياري للتقدير
0,781	0,610	0,593	0,583

يمكن تفسير هذا؛ أنّ (61%) من الانحرافات الكلية في قيم متغير الإبداع فسرها العلاقة الخطيّة، وأنّ (39%) من التباينات ترجع على عوامل عشوائية، وهي تشكل نسبة تفسير كبيرة وذات أهمية عملية، حيث أنّ ما يفوق نصف التباين في تحقيق الإبداع يعود إلى إدارة المعرفة، ممّا يدعو إلى ضرورة استخدامها كأهم مؤشرات تحقيق الإبداع.

الجدول رقم (7)

نتائج تحليل التباين للانحدار المتعدد للتأكد من صحة النموذج لاختبار تأثير عمليات إدارة المعرفة على تحقيق الإبداع

مستوى F دلالة F	قيمة F المحسوبة	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجة الحرية	المصدر
0,000	35,940	12,253	49,012	4	الانحدار
		0,341	31,366	92	الخطأ
			80,378	96	الكلي

من الجدول السابق، يتضح أنّ مستوى معنوية F، والمقدرة ب (0,00) وهي أقل من مستوى الدلالة (5 %)، تدعونا إلى رفض فرض العدم، أي أنّ الانحدار معنوي.

الجدول رقم (8)

نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار أثر عمليات إدارة المعرفة على تحقيق الإبداع

مستوى T دلالة T	قيمة T المحسوبة	Beta	الخطأ المعياري	B	المتغيرات
0,129	-1,534-	-	0,356	-0,547-	الثابت
0,000	5,748-	0,562	0,112	0,646	خلق المعرفة
0,819	-0,229-	-0,022-	0,118	-0,027-	تخزين المعرفة
0,837	0,206	0,023	0,122	0,025	نشر المعرفة
0,001	3,476	0,314	0,125	0,434	تطبيق المعرفة

يتضح من النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (8)، ومن متابعة معاملات (Beta)، واختبار (T)؛ أنّ كل من (خلق المعرفة، تطبيق المعرفة) لهما تأثير موجب ودال إحصائياً. وأشارت النتائج أيضاً إلى أن كل من (تخزين المعرفة، نشر المعرفة) غير مؤثران على تحقيق الإبداع، ولا بدّ من استبعادهما من النموذج عند استخدام النموذج

لأغراض التنبؤ. إلى جانب هذا، فقد كانت قيمة الثابت في النموذج غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0,05).

9. نتائج البحث:

1. تقارب نسبي الذكور والإناث في تويّ مناصب الإدارة العليا والوسطى، وهذا يشكّل تحوّلاً اجتماعياً في تويّ المرأة للمناصب الإدارية.
2. غالبية أفراد العينة هم من جيل الشباب.
3. توجّه هذه المنظمات نحو تطوير كوادرها من خلال استقطاب الكفاءات المتعلمة القادرة على تقبل فكرة الاعتماد على إدارة المعرفة والاستفادة منها لمواكبة التطورات الحديثة في ظل المنافسة المحتدمة.
4. إنّ النسبة الكبيرة من الإداريين ذوي الخبرة القليلة تُمثّل مؤشراً على استقطاب العمالة الجديدة، ويشير كذلك إلى أنّ هناك مجالاً واسعاً لمنظمات القطاع الخدمي لكي تنهج استراتيجية تطويرية فعالة للتدريب والتّعليم التنظيمي، من أجل تهيئة الأعداد اللازمة من الإداريين ذوي الخبرة العالية لممارسة دورهم بكفاءة عالية في هذه المنظمات.
5. تبيّن أنّ إدارة المعرفة ترتبط بعلاقة ارتباط معنوية موجبة مع تحقيق الإبداع عند مستوى معنوية (0,01).
6. تؤثر إدارة المعرفة إيجابياً وبشكل معنوي على تحقيق الإبداع.
7. فسّرت عمليات إدارة المعرفة مجتمعةً أكثر من نصف التباين في تحقيق المزاي التنافسية وفقاً لمعامل التّحديد المصحح.
8. أظهرت نتائج تحليل الانحدار المتعدد وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين عمليات إدارة المعرفة والمتمثّلة ب (خلق المعرفة تطبيق المعرفة) وبين تحقيق الإبداع عند درجة معنوية (0,05).
9. عملية خلق المعرفة من أكثر المتغيرات تأثيراً على تحقيق الإبداع.
10. لا يؤثر كل من (تخزين المعرفة، نشر المعرفة) معنوياً على تحقيق الإبداع.

10. توصيات البحث:

اعتماداً على النتائج المقدّمة، واستكمالاً لمستلزمات الدراسة، ولغرض الإفادة منها،

يمكن تقديم التوصيات التالية:

1. الاهتمام بالمعرفة ومستودعات المعرفة من خلال التصميم الجيد لها وبما يمكن من جمع وتراكم معارف وخبرات المنظمة، وتخزينها، ومعالجتها، وتوزيعها للمعنيين بالتنوع المطلوبة، والحفاظ عليها من الخطأ والتخريب المقصود وغير المقصود، والعمل على تحديثها باستمرار، مما يشكل مخزوناً لتوليد الأفكار التي تستخدم في حل المشكلات المختلفة.

2. العمل على أن تكون مستودعات المعرفة في المنظمة واسعة، ويسهل الوصول إليها للاستفادة مما يتاح من معارف.

3. التركيز على عملية خلق المعرفة لأنّها من أكثر العمليات تأثيراً على تحقيق الإبداع.

4. أكثر من نصف التباين في تحقيق الإبداع يعود إلى إدارة المعرفة، الأمر الذي يستدعي التركيز المستمر على إدارة المعرفة التي يمتلكها الأفراد بمختلف صفاتهم الوظيفية، إذ أن هذه المعارف تمثل أس المال الفكري الذي تمتلكه هذه المنظمات والذي يسهم في تنمية الإبداع، وتوسيع الحصة السوقية.

5. تبني استراتيجية التدريب المستمر لعمال المعرفة، ورصد المخصصات المناسبة، لذلك بما يهيء رصيذاً كافياً من الموارد البشرية الماهرة في مجال إدارة المعرفة

6. تنوع أساليب الدعم الذي تقدمه الإدارة العليا لإدارة المعرفة في المنظمة، وذلك باشتغالها على الدعم المادي كتحديد جزء من ميزانية قسم البحث والتطوير لتطوير إدارة المعرفة، فضلاً عن تقديم الدعم المعنوي من خلال التشجيع المستمر على خلق المعرفة، نشرها، وتطبيقها في مختلف مجالات العمل.

11. مراجع البحث:

1. بن طاطة، عتيقة (2017). أثر تفاعل نظام المعلومات وإدارة المعرفة على تحقيق المزايا التنافسية دراسة ميدانية مقارنة بين منظمات القطاع الصناعي والخدمي في الجزائر. أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة تلمسان.
2. ملكاوي، نازم (2007). نظم المعلومات والمعرفة وأثرهما في الإبداع دراسة في البنوك التجارية الأردنية. رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق.
3. Asli Goksoy, Ozalp Vayvay, and Nilufer Ergeneli, Gaining Competitive Advantage through Innovation Strategies: An Application in Warehouse Management Process. **American Journal of Business and Management**, Vol. 2, No. 4, 304-321.
4. Azzam Azmi Abou- Moghli, Ghaith Mustafa Al Abdallah, Ayed Al Muala. Impact of Innovation On Realizing Competitive Advantage in Banking Sector in Jordon. **American Academic & Scholarly Research Journal**, 4, No. 5, Sept 2012.
5. Beyou, Claire. (2003). **Manager les connaissances du knowledge management au développement des compétences dans l'organisation**. Paris : Éditions Liaisons.
6. Cantner, Uwe., Joel, Kristin. & Schmidt, Tobias. (2009). The effects of knowledge management on innovative success – an empirical analysis of german firms. **Discussion Paper Series 1, Economics Studies**, No 16.
7. Cherroun Reguia, Product Innovation and the Competitive Advantage. **European Scientific Journal**, June 2014 /SPECIAL/ Edition Vol.1.
8. González, Pedro Solana. & González, Daniel Pérey. (2012). **Assessment of operational experience as strategy for knowledge acquisition and learning in organizations**. New Research on Knowledge Management Models and Methods, Prof. Huei Tse Hou (Ed.), ISBN: , ISBN: 978-953-51-0190-1, In Tech, Available From: <http://www.intechopen.com/books/new-research-on-knowledge-management-models-and-methods/> Assessment- of –Operational-

Experience- as- Strategy- for- Knowledge- Acquisition- and – Learning- in- organizations.

9. Haslinda, A. & Sarinah, A. (2009). A review of knowledge management models. **The Journal of International Social Research**, 2(9), 2009.

10. Kanya, Moses Tahate., Ntayi, Joseph M. & Ahiauzu, Augustine. (2010, 18 October) Knowledge management and competitive Advantage: the interaction effect of market orientation. **African Journal of Business Management**, 4 (14), PP. 2971-2980, Available Online at: <http://www.Academicjournals.org/AJBM>.

11. Karadsheh, Louay., Mansour, Ebrahim., Alhwari, Samer.& El- Bathy, Ghassan Azar Naser. (2009). A theoretical framework for knowledge management process: towards improving knowledge performance. **Communications of the IBIMA**, 7.

12. Meihami, Bahram. & Meihami, Hussein. (2014). Knowledge management a way to gain a competitive advantage in firms (evidence of manufacturing companies). **International Letters of Social and Humanistic Sciences**, 14, PP 80- 91.

13. Monideepa Tarafdar, Steven R. Gordon. Understanding The Influence of Information Systems Competencies on Process Innovation: A Resource – Based View. **Journal of Strategic Information Systems** 16 (2007), 353- 392, Available Online at: www.Sciencedirect.com.

14. Ndlele, L.T. & du Toit, A.S.A. (2001). Establishing a knowledge management for competitive advantage in an enterprise. **International Journal of Information Management**, 21, 151-165.

15. Nguyen, Que Thi., Nguyet, Neck, Philip A. & Nguyen, Thanh Hai. (July 2009). The critical role of knowledge management in achieving and sustaining organizational competitive advantage. **International Business Research**, 2 (3).

16. Smirnov, Alexander., Pashkin, Mikail., Chilov, Nikolai. & Levashova, Tatiana. (2004). Knowledge logistics in information grid environment, **Future Generation**

Computer Systems 20, 61-79, Available at: [www. Computer Science Web.com](http://www.Computer Science Web.com)

17. Turban, Efraim., Rainer R., Kelly, Jr. & Poter, Richard E. (2005). **Introduction to information technology**. (3rd Edition). USA: John & Sons, Inc.

18. Urbancova Hana. Competitive Advantage Achievement Through Innovation and Knowledge. **Journal of Competitiveness**, 5, Issue 1, PP. 82-69, March 2013.

19. Uriartre, Jr, Filemon A. (2008). **Introduction to knowledge management a brief introduction to the basic element of knowledge management for non- practitioners interested in understanding the subject**. Jakarta: ASEAN Foundation.

20. Wu, Jen- Her. & Wang, Yu- Min. (2006). Measuring KMS success: a respecification of the delone and mclean's model. **Information & Management** 43, 728-739, Available Online at: www.sciencedirect.com.

