

دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار الخدمات الجديدة

## دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار الخدمات الجديدة

### دراسة ميدانية في مؤسسات الهاتف النقال في الجزائر

#### (Moblis-Ooredoo-Djezzy)

أ. وناس أسماء

د. ججيق عبد المالك

جامعة عنابة

ملخص

هدفت هذه الورقة البحثية إلى التعرف على دور المعرفة الضمنية ببعديها المعرفي و التقني في عملية ابتكار الخدمات الجديدة على مستوى المتعاملين الثالث للهاتف النقال في الجزائر من وجهة نظر العاملين بها، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي Spss معنوية هذه العلاقة كما أوصت الدراسة بالعمل على استغلال المخزون المعرفي الضمني من خلال الاهتمام المتزايد بالاستثمار في الموارد اللامادية.

كلمات مفتاحية

المعرفة الضمنية، البعد المعرفي للمعرفة الضمنية، البعد التقني للمعرفة الضمنية، الابتكار، ابتكار الخدمات الجديدة، مؤسسات الهاتف النقال في الجزائر.

Abstract

This research paper aims to put the light on the role of tacit knowledge with its technical and cognitive dimensions to innovate new services at the level of the three operators of sell –phones in Algeria, according to their staff's point of views. The study reached the result of significant statistically relationship, it also recommended to take advantage of tacit knowledge Inventory through the investment of immaterial resources, in addition to make new more practical studies in this field.

Key words

Tacit knowledge, technical dimension, cognitive dimension, innovation, innovation of new services, sector of sell-phones in Algeria.

مقدمة

تواجه المؤسسات اليوم العديد من التحديات خاصة في ظل توجهها نحو الاقتصاد الحديث القائم على المعرفة و التنافس من خلال الموارد اللامادية، فنظرا لعولمة الأسواق و صعوبة احتكار التكنولوجيا المتقدمة و المعلومات، سخرت الكثير من المؤسسات مجهوداتها و كنفنت تركيزها على الاستثمار في أهم الموارد التي تمتلكها ألا و هي الموارد البشرية.<sup>1</sup> حيث تعتبر المعارف من أبرز عناصره<sup>2</sup>، خاصة الضمنية منها فهي الموجود غير الملموس الأكثر أهمية باعتبارها مصدر قوة و ثروة في آن واحد من خلال إسهامها في خلق مرونة للمؤسسة للتكيف مع التغيرات البيئية و تعزيز الميزة التنافسية، إذا يكمن الرهان في كيفية إدارتها من أجل تحقيق السبق التنافسي في مجال أعمالها بصفتها المحرك الأساسي للابتكار.

## دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار الخدمات الجديدة

و بالتالي أصبحت المعارف خاصة الضمنية منها هي التي تؤدي إلى ظهور خدمات جديدة، كما تساهم في خلق مزايا تنافسية للمؤسسات نتيجة لذلك أضحي الابتكار أكثر أهمية إذ يعد الفارق الرئيسي بين المؤسسات الرائدة<sup>3</sup> لا سيما الخدمية باعتبارها تنتمي إلى أحد قطاعات النشاط الاقتصادي حيوية.

مشكلة الدراسة

تغيرت بيئة العمل بصفة متسارعة خلال عصر المعلومات، حيث تزايدت شدة المنافسة بين المؤسسات فلم يعد بقاؤها مرهونا بتقديم خدمات متميزة فقط، بل الحرص على العمل بأسلوب ابتكاري سواء تعلق الأمر بإنتاج الخدمات أو تقديمها معتمدة في ذلك على مواردها البشرية بالمقام الأول و قطاع الاتصالات في الجزائر ليس بمنأى عن مواجهة هذه التغيرات الديناميكية نظرا لحدة المنافسة بين مختلف المتعاملين.

وعليه يمكن صياغة إشكالية الورقة البحثية كما يلي :

ما دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار خدمات جديدة في قطاع الهاتف النقال بالجزائر ؟  
وللإجابة عن الإشكالات المطروح قمنا بصياغة السؤالين الفرعيين التاليين:

- ما دور البعد المعرفي للمعرفة الضمنية في عملية ابتكار خدمات جديدة في قطاع الهاتف النقال بالجزائر؟

- ما دور البعد التقني للمعرفة الضمنية في عملية ابتكار خدمات جديدة في قطاع الهاتف النقال بالجزائر؟

فرضيات الدراسة

للإجابة عن الإشكالية المطروحة قمنا بوضع الفرضيات التالية و التي تهدف ورفقتنا البحثية إلى اختبار مدى صحتها  
فرضية الدراسة الرئيسية

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للمعرفة الضمنية على عملية ابتكار الخدمات الجديدة في قطاع الهاتف النقال بالجزائر.

فرضيات الدراسة الفرعية

تنبثق عن فرضية الدراسة الرئيسية فرضيتين فرعيتين هما:

1- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين البعد المعرفي للمعرفة الضمنية وعملية ابتكار الخدمات الجديدة في قطاع الهاتف النقال بالجزائر.

2- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين البعد التقني للمعرفة الضمنية وعملية ابتكار الخدمات الجديدة في قطاع الهاتف النقال بالجزائر.

أهمية الدراسة

يمكن استخلاص أهمية الدراسة من أهمية المعرفة الضمنية في حد ذاتها و ديناميكية القطاع الخدمي و بالتالي يمكن إبرازها في النقاط التالية:

- إن المعرفة الظاهرة لا تمثل إلا جزء من المعرفة الكلية للمؤسسة، في الواقع تمثل المعرفة الضمنية نسبة تتراوح بين 85 % إلى 90 % من مجموع تلك المعارف، و هذا ما جعلها تكتسي أهمية بالغة؛<sup>4</sup>

- على المؤسسة أن تسعى جاهدة إلى الاحتفاظ بأسرار المعرفة و جوهر المعرفة التي قامت بابتكاره و ترميز القدر اليسير فقط الذي لا يهدد مصالحها. لذلك يجب على المؤسسة تحديد بدقة وعناية بالغتين أنماط المعرفة الضمنية التي يجب توليدها، كما يجب وضع ضوابط تحدّد أبعاد عملية تحويل المعرفة الضمنية إلى معرفة صريحة، لذلك فإنّ كل ما تحتاجه المؤسسة هو التأكيد من وجود ضرورة ملحة لتوليد نوع معيّن من المعرفة الضمنية، و العمل على ترميزها و تحويلها و تخزينها، فليست كل معرفة ضمنية تحتاج إلى تحويلها إلى معرفة صريحة؛<sup>5</sup>

## دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار الخدمات الجديدة

- تثمن الدراسة المورد البشري باعتباره الورقة الراجعة للمؤسسة لتدعيم الابتكار في الخدمات؛
  - تركز الورقة البحثية على القطاع الخدماتي لأنه قطاع حيوي كما يشكل المصدر الأساسي للاقتصاد في الدول المتقدمة؛
  - تعد الورقة البحثية محاولة من الباحثان لتقديم قيمة عملية لهذا الموضوع في ظل ندرة الدراسات الأجنبية و العربية في هذا الجانب كذلك غياب تام للدراسات المحلية حسب علم الباحثان.
- أهداف الدراسة
- نسعى من خلال هذه الورقة البحثية إلى تحقيق جملة من الأهداف نوجزها فيما يلي :
  - التعرف على المفاهيم النظرية المتعلقة بالمعرفة الضمنية و الابتكار في الخدمات؛
  - تكشف الورقة البحثية عن الدور الذي تؤديه المعرفة الضمنية في ابتكار خدمات جديدة؛
  - تثمن المورد البشري باعتباره حجر الزاوية لنجاح المؤسسة؛
  - محاولة لفت اهتمام مسيري شركات الاتصالات الجزائرية إلى أهمية الاستثمار في المعرفة الضمنية باعتبارها مورد استراتيجي هام و تكييفها لتحقيق التميز الابتكاري.
- هيكلية الدراسة

تم تقسيم دراستنا إلى جزأين أحدهما نظري و الآخر تطبيقي، فالجزء النظري يقدم إطارا نظريا من خلال تقديم الجوانب المتعلقة بمتغيرات البحث أما التطبيقي يتعلق بالدراسة الميدانية التي أجريت لسوق الهاتف المحمول في الجزائر، إجراءاتها، النتائج المتوصل إليها و التوصيات المقترحة في ظل نتائج البحث.

الإطار النظري للدراسة

أولاً: المعرفة الضمنية

رغم الطبيعة المعقدة للمعرفة الضمنية إلا أنها تكتسي أهمية بالغة لكونها مصدر للتمييز وخلق القيمة للمؤسسات، تعود جذورها إلى الفيلسوف الهنغاري Polanyi الذي وصفها بأنها شخصية<sup>6</sup>، كما وصف طبيعتها الغامضة بمقولته الشهيرة: " We know more than we can tell"<sup>7</sup>.

1/ تعريف المعرفة الضمنية:

هناك العديد من المحاولات لتعريف المعرفة الضمنية نعرض أبرزها فيما يلي :

يعرف Polanyi المعرفة الضمنية على أنها: "تلك المعرفة المتجذرة في باطن الأفراد و تضم الخبرات الحسية و المعنوية كالبصائر الشخصية Personal Insight الحدس الشخصي Personal Intuitions، الإيمان الشخصي و الإحساس و بالتالي فهي معرفة ذاتية إدراكية بالباطن، فهي أكثر شخصية و صعبة الصياغة و مشاركتها مع الآخرين أمر معقد نسبياً."<sup>8</sup> و يرى Cowan بأن "المعرفة الضمنية هي ذاتية و ظرفية و تنفيذها يتطلب التداخل و التنسيق و بالتالي كلما كانت المعرفة ضمنية كلما كان من الصعب تحويلها و تقاسمها حيث تمتلك المعارف بعدا ضمنيا هاما و هو ما يجعل من عمليات البحث عنها، الحصول عليها، نقلها و تخزينها و تبادلها صعبا و في بعض الأحيان مستحيل التحقيق."<sup>9</sup> و يضيف T. Backman أنها: "تمثل في المعلومات في الفكر الإنساني و التي يتم الوصول إليها من خلال الاستعلام و المناقشة و هي معرفة غير رسمية عادة."<sup>10</sup> و يشير wiig إلى: "أما تتعلق بما يكمن في ذات الفرد من معارف فنية، إدراكية و سلوكية و التي لا يسهل تقاسمها مع الآخرين أو نقلها إليهم بسهولة و من هنا يمكن القول أن هناك أفرادا متميزين يمتلكون معرفة ضمنية في عقولهم، و تستطيع المنظمة أن تزيد من فعاليتها و أن تحقق الأداء المتميز و تعزز ميزتها التنافسية إذا استطاعت أن تضم أيا من هؤلاء الأفراد إلى طاقمها عندما تكون المعرفة الضمنية لديهم تتعلق

## دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار الخدمات الجديدة

بطبيعة أعمالها.<sup>11</sup> في حين يرى Spender أن: "المعرفة الضمنية لا تعني المعرفة التي لا يمكن ترميزها، وإنما المقصود بذلك أن هناك جملة من أبعادها لا يمكن جعلها بشكل تام معلنة، سواء أكانت متجسدة في القدرات المعرفية أم المادية."<sup>12</sup> من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن: المعرفة الضمنية هي معارف لها صفة التدويت أي تكوّنت لدى الفرد مما تعلمه و هنا تكمن الأهمية في كيفية استخدامها و تبادلها بين الأفراد.

2/ أبعاد المعرفة الضمنية و شروط استخدامها

1-2/ أبعادها

كون المعرفة الضمنية تشتمل على ما يكمن في باطن الفرد أي المعرفة الفنية و الإدراكية و السلوكية و تحت هذا العنوان يندرج الحس الباطني و الحدس الشخصي و على هذا فإنّ المعرفة الضمنية تتألف من بعدين هما:<sup>13</sup>

- البعد المعرفي: يشمل التوقعات، النماذج، المعتقدات و وجهات النظر.

- البعد التقني: يشمل معرفة الكيف، المهارات و الحرف.

2-2/ شروط استخدام و تبادل المعرفة الضمنية

حدد كل من Alwis & Hartmann الشروط الضرورية لابتكار و تشارك المعرفة الضمنية واستخدامها وهي:<sup>14</sup>

- الثقة بين أفراد المنظمة، حيث أن تشارك المعرفة الضمنية يكون أكثر نجاحا عندما تسود الثقة بين الأفراد، و التي تحدث من خلال الحوارات و جماعات الممارسة؛

- التفاعل غير رسمي يساهم بشكل أفضل في نقل و إنشاء المعرفة الضمنية ؛

- المعرفة الضمنية يمكن توليدها من داخل و خارج المؤسسة : من الداخل عن طريق تقدير قدرات المعرفة الضمنية الموجودة في المؤسسة التي تمتلكها الموارد البشرية و تحديد التحسينات التي يمكن أن يتم عملها من أجل رفع و زيادة التعلم التراكمي لديها و بالتالي تحسين كفاءتها.

أما من خارج المؤسسة فيمكن توليدها عن طريق محاولة اكتساب المعرفة الضمنية و المهارات المكتسبة من المؤسسات الأخرى من خلال استقطاب الكفاءات.

ثانيا- ابتكار الخدمات الجديدة

قبل التطرق لمفهوم ابتكار الخدمات الجديدة و جب تناول الابتكار أولا، لعل أفضل من عبروا عنه من أشاروا إلى الفرق بين الإبداع و بينه، فالإبداع هو التفكير بالأشياء الجديدة<sup>15</sup>، و الابتكار هو القيام بأشياء جديدة.<sup>16</sup>

1/ تعريف الابتكار

تعددت التعاريف المتعلقة بالابتكار نذكر منها:

عرف الابتكار على مستوى الأفراد على أنه: "تطبيق الأفكار الجديدة في المؤسسة سواء الجديدة المتعلقة منها بالخدمات، العمليات أو تنظيم و إدارة العمل."<sup>17</sup> كما يعرف في مجال المعرفة النظرية على أنه: "إيجاد معرفة جديدة نافعة أو توضيح معرفة موجودة، أو تحسين هذه المعرفة وتطويرها، أيضا الابتكار في الجانب التطبيقي و المتعلق بالمعرفة العملية أي التوصل إلى خدمات جديدة، طرق مبتكرة لتقديمها أو اكتشاف أسواق جديدة."<sup>18</sup> و يعرف أيضا على أنه: "عملية تسعى إحداث نقلة مميزة على مستوى التنظيم من خلال توليد مجموعة من الأفكار الخلاقة المبتكرة و تنفيذها من قبل أفراد و جماعات العمل."<sup>19</sup>

## دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار الخدمات الجديدة

من خلال ما سبق نستنتج أن: الابتكار هو التطبيق الناجح، العملي و الفعلي لأفكار جديدة غير مألوفة و التي يمكن تجسيدها في خدمات جديدة، طريقة عمل جديدة أو سوق جديد و بالتالي يمكن القول أن الابتكار عملية يقوم بها الفرد معتمدا في ذلك على تطبيق المعرفة التي يمتلكها في تجسيد اختبارات جديدة على الشيء الذي يقوم بابتكاره تحت شروط معينة، كتوفر الرغبة في الأداء و توفر الإمكانيات و البيئة الملائمة للتطبيق.<sup>20</sup>

## 2/ الابتكار و الخدمات الجديدة

إن الطابع اللامادي للخدمات يعني أنه من السهل أحيانا إنتاج نسخ مختلفة اختلافا طفيفا عن الخدمة الحالية و بالتالي الخدمة الجديدة تشير إلى أنه يمكن أن يكون التغيير بسيط أو جذري، فالخدمات الجديدة تشمل تغيير العملية، النتائج، توسيع نطاق الخدمة، تحديات جذرية أو التغيير إلى خدمات ملموسة مرتبطة.<sup>21</sup> أما الابتكار في هذا المجال فهو تقديم خدمات جديدة من ناحية الممارسة و التطبيق كخلق قناة جديدة للتفاعل مع العملاء، نظم توزيع مبتكرة، نواحي إجراءات تقديم الخدمة، كما أن الابتكار قد لا يمس الجانب التكنولوجي.<sup>22</sup> فعملية ابتكار الخدمات الجديدة تأخذ مسارين أولهما هو اعتماد المؤسسة على إمكانياتها المتنوعة و ثانيهما هو الاستعانة بباحثين واستشاريين أو بوكالات متخصصة وتكليفها بالبحث عن أفضل الوسائل و السبل لابتكار خدمات جديدة تحمل اسم المؤسسة المعنية.

## 2-1/ الخطوات الرئيسية لابتكار و تقديم الخدمات الجديدة

يمكن إبراز الخطوات كالتالي:<sup>23</sup>

- تحليل الفرص السوقية؛
- تحليل عملية تخصيص الموارد الممكنة؛
- مفهوم تسويق الخدمة أي منافعها، مستويات موثوقيتها و توفرها، أيضا تكاليفها؛
- مفهوم عمليات الخدمة و تتضمن التسهيلات المادية، الجدولة الزمنية لتقديم الخدمة و خلق الرضا لدى العملاء.

## 2-2/ العوامل المؤثرة على عملية ابتكار الخدمات الجديدة

تمثل العوامل المؤثرة على عملية ابتكار الخدمات الجديدة في:<sup>24</sup>

- التطورات التكنولوجية: حيث نجد أن العديد من المؤسسات سخرتها لتقديم خدماتها كالعلاج الطبي، الصرافات الآلية في مجال الخدمات المصرفية، تقديم الخدمات عبر الانترنت... الخ؛
- السوق التقليدية مقابل السوق المبتكرة: تعني طريقة تقديم الخدمة فالبعض يفضل الالتقاء المكاني لتلقي الخدمة بينما يفضل البعض تلقي الخدمات عبر الهاتف في حين يجذب آخرون تلقيها عبر الانترنت، يجدر الإشارة هنا أنه لا يمكن الاستغناء تماما عن السوق التقليدية بل تظل بخط موازي للسوق المبتكرة؛
- تخطيط و تمييز منتجات الخدمة: يقصد به العناصر المبنية حول الخدمة الجوهر أي الخدمات التكميلية الداعمة لها فمثلا شركة Cannon تعرض خط منتجات مؤلفا من آلات طباعة مكونة من سبعة أنواع، أما الخدمات المرتبطة بها فتشمل المعلومات الضمان و الصيانة، بالإضافة إلى التوزيع من خلال وكلاء معتمدين.

ثالثا: المعرفة الضمنية و الابتكار في الخدمات

تعد المعرفة من أهم الموارد لذا أصبح الرهان الأساسي الذي ترفعه كل مؤسسة معنية بالبقاء هو كيفية الحفاظ على أصولها المعرفية و كيفية العمل على استغلالها من أجل خلق مزايا تنافسية، و بما أن الابتكار يعني بتحويل المعرفة الجديدة إلى

## دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار الخدمات الجديدة

خدمات فإن إدارة المعرفة هي مصدر لتحقيق الابتكار في المؤسسة، فمن خلال التفاعل الاجتماعي للأفراد داخل المؤسسة يحدث تحويل المعرفة من و إلى مختلف أشكالها و بالتالي إشاعة جو من التعلم كما يمكن أيضا أن تساهم المعارف الضمنية في إيجاد حلول ابتكارية للمشاكل عن طريق العصف الذهني.<sup>25</sup> أشار King أن المؤسسات التي تسعى إلى التميز من خلال المعرفة بوسعها الابتكار من خلال زيادة المعرفة الضمنية لدى أفرادها و اعتبر أن إحداث التغيير الحقيقي و تحقيق الابتكار يستوجب نقل المعرفة الضمنية و تشاركتها، حيث نوه إلى الدور الذي تلعبه جماعات الممارسة في مجال الابتكار بشكل عام و الابتكار التكنولوجي بصفة خاصة.<sup>26</sup> و بالتالي تؤثر المعرفة الضمنية على ابتكار الخدمات الجديدة عندما يحدث التفاعل بين مقدم الخدمة و متلقيها عن طريق التفاعل بالإضافة إلى تشجيع روح المبادرة و جعلها قيمة سائدة في المؤسسة مما يفتح مجالاً للابتكار.

الإطار التطبيقي للدراسة

التعريف بالمؤسسات محل الدراسة

مؤسسة Djezzy : أوراسكوم تيليكوم للاتصالات عبارة عن شركة مصرية تحصلت في جويلية 2001 على الرخصة الثانية من الهاتف النقال في الجزائر، و يعتبر Djezzy التسمية التجارية التي تستخدمها الشركة في شبكة Gsm بالجزائر و هي مشتقة من كلمتين "الجزء" و "الجزائر" و قد أعلن عن هذه التسمية في نوفمبر 2001 ، في سنة 2014 أصبحت 75٪ من أسهم المؤسسة ملكا للجزائر.<sup>27</sup>

مؤسسة Mobilis: هي عبارة عن شركة مساهمة مملوكة بشكل تام لاتصالات الجزائر و قد أصبحت مستقلة بشكل تام في أوت 2003.<sup>28</sup>

مؤسسة Ooredoo: الوطنية للاتصالات الجزائر WTA تم تأسيسها بالكويت سنة 1999، و هي الشركة الخاصة الأكبر بالكويت و قد تحصلت على رخصة الهاتف النقال بالجزائر في 02 ديسمبر 2003، قامت المؤسسة بالطرح التجاري لعلامتها نجمة في 25 أوت 2004 و تحصلت سنة 2013 على جائزة أفضل مشغل اتصالات لتطرح بعد ذلك علامة Ooredoo سنة 2014.<sup>29</sup>

منهجية الدراسة

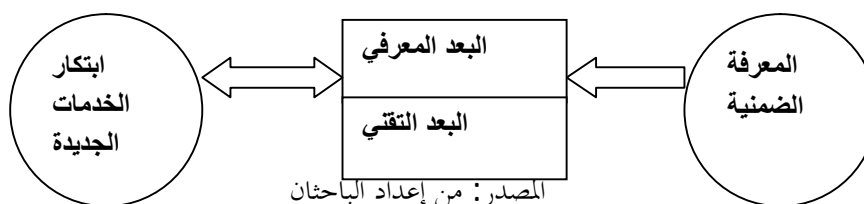
تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي كمنهجية مناسبة لموضوع الدراسة، أما المعالجة الإحصائية فقد قمنا باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية spss و ذلك للوصول إلى إثبات الفرضيات أو نفيها. بمستوى معنوية 0,05 المتمم لمستوى الثقة 0,95 لتفسير النتائج من خلال حساب ألفا كرونباخ، تحليل معامل الارتباط و اختبار الانحدار البسيط و المتعدد .

بهدف التعرف

نموذج الدراسة:

على دور المعرفة الضمنية في ابتكار الخدمات الجديدة صمم الباحثان نموذجا افتراضيا بالشكل التالي :

شكل رقم 1: نموذج الدراسة



مجتمع وعينة الدراسة:

## دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار الخدمات الجديدة

يتكون مجتمع الدراسة من عينة عشوائية بسيطة من موظفي المؤسسات الثلاث المقدر عددهم ب 90 فردا، حيث تم توزيع 90 استمارة بواقع 30 استبيان لكل مؤسسة و قد تم اعتمادها جميعا بغرض التحليل الإحصائي. صدق أداة الدراسة

قمنا بعرض أداة الدراسة في صورتها الأولية مكونة من 20 سؤالاً على مجموعة من المحكمين و الذين بلغ عددهم (7) حيث طلب منهم إبداء آرائهم و إصدار أحكامهم على الأداة من حيث مدى اتساق الفقرات مع المحاور التي صنفنا ضمنها، مدى وضوح الصياغة اللغوية و المعنى، بعد ذلك استقرت الأداة على 16 فقرة موزعة على المتغيرات الآتية الذكر. اختبار ثبات أداة الدراسة

قام الباحثان باستخدام اختبار (ألفا كرونباخ) لقياس مدى ثبات أداة الدراسة حيث تمتعت الأداة بمعاملات ثبات جيدة على مستوى المحاور الفرعية، وعلى الأداة الكلية حيث بلغت قيمته الكلية 83% وهي نسبة جيدة تصلح لأغراض البحث العلمي كونها أعلى من النسبة المقبولة و التي تبلغ 60% و هي نسبة ممتازة تطمئن بصدق الأداة. تحليل النتائج و مناقشتها

## 1/ المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية

للإجابة عن سؤال الدراسة الأساسي و المتعلق بمشكلة الدراسة الذي ينص على دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار الخدمات الجديدة في قطاع الهاتف النقال بالجزائر تم استخراج المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على جميع فقرات الاستبانة و مجالاتها و الجداول التالية توضح

جدول رقم 1: المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبعدي المعرفة الضمنية

الرقم	أبعاد المعرفة الضمنية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
البعد المعرفي			
1	لا يوجد تناقض بين معتقداتك تجاه الخدمة و الخصائص المتوفرة عليها حاليا	4,69	0,67
2	تنعكس خصائص الخدمات المقدمة وفقا لتطلعات العملاء	3,75	1,07
3	تتوافق الخدمات مع النماذج الذهنية السائدة لدى العملاء	3,63	3,06
4	تتميز العلاقات بينك و بين العملاء بتبادل الأفكار بخصوص الخدمات المقدمة	4,13	0,84
المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الكلي			
		4,05	1,41
البعد التقني			
1	يتم تزويد الخدمة بالخصائص التي تتوافق مع المعرفة الخاصة بك	4,09	0,85
2	تتحول خصائص الخدمات إلى رموز ضمن معارفك	3,92	0,79
3	هناك توافق بين مستوى إدراكك بطريقة استخدام الخدمة و تصميمها	4,04	0,95
4	تتمكن كمقدم للخدمة من نقل المعرفة الخاصة بالخدمة إلى العملاء بسهولة	3,45	1,41
المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الكلي			
		3,87	1

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن هناك تأثير بدرجة عالية لكل من بعدي المعرفة الضمنية على ابتكار الخدمات الجديدة سواء تعلق الأمر بمميزاتها و مدى توافقتها مع تطلعات العملاء ، طرق تقديم تلك الخدمات عن طريق تبين خصائصها من خلال التفاعل ما بين مورد الخدمة و متلقيها و من الملاحظ أيضا تميز البعد التقني للمعرفة الضمنية بمميزات ديناميكية قادرة على التطور و التغيير وفق

## دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار الخدمات الجديدة

أشكال يمكن ملاحظتها ، فالخدمة أساسا حسب تطورها و طريقة تقديمها قد تحولت إلى خصائص مكونة جزء من المعرفة الضمنية لدى العملاء و مقدمي الخدمة على حد سواء، أما البعد المعرفي فهو الفيصل في عملية ابتكار الخدمات الجديدة نظرا لطبيعة المعرفة الضمنية المعقدة و لا مادية الخدمة يلعب التفاعل دورا مهما في تطوير نمط الخدمات.

جدول رقم 2: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعملية ابتكار الخدمات الجديدة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الرقم	ابتكار الخدمات الجديدة
0,92	3,97	1	تمثل الخدمات الجديدة امتداد لتراكم خبرتك تجاهها
0,91	3,86	2	مميزات الخدمات المقدمة تمثل جزء من معارفك و تمكنك من تطوير معرفة جديدة
0,86	3,93	3	يمكنك مشاركة معارفك الآخرين لأن خصائص الخدمات أصبحت رمزا لها
1,08	3,67	4	يمكنك التفاعل مع العملاء بابتكار خدمات جديدة أو طرق مميزة لتقديمها
0,94	3,85		المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الكلي

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي spss

بالنظر إلى الجدول أعلاه يتضح أن المؤسسات محل الدراسة تهتم بعملية ابتكار الخدمات بدرجة عالية، حيث تمثل المعرفة الضمنية جوهر الابتكار داخلها من خلال تشارك المعرفة من خلال تشكيلها المقصود و الغير مقصود فرغبات العملاء تمثل المؤشر الأول لتطوير خدمات جديدة أو لابتكار طرق مميزة لتقديمها، كما يتضح جليا أن الخدمات الجديدة تكون نتيجة لتراكم المعارف الضمنية.

## 2/تحليل الارتباط

تم استخدام تحليل الارتباط بين متغيرات الدراسة بهدف الكشف عن مدى وجود تداخل بين المتغيرات المستقلة في نموذج الدراسة و كذا التعرف على العلاقة الارتباطية مع المتغير التابع، حيث كلما كانت درجة الارتباط قريبة من الواحد الصحيح فإن ذلك يعني أن الارتباط قوي بين المتغيرين و كلما قلت عنه ضعفت العلاقة، لذلك فإن العلاقة قد تكون طردية أو عكسية، وعليه فإن اختبار تحليل الارتباط بين المتغيرات المستقلة أوضح أنه توجد علاقة متداخلة بين كل من البعدين التقني و المعرفي، أما العلاقة الارتباطية بين المتغيرين التابع و المستقل فإن جدول تحليل الارتباط يظهر أنه توجد علاقة ارتباط قوية مع المتغير المستقل حيث أن درجة الارتباط اقتربت من الواحد الصحيح إذ بلغت 0,68.

جدول رقم 3: تحليل الارتباط لمتغيرات الدراسة

المعرفة الضمنية	البعد المعرفي	البعد التقني
ابتكار الخدمات الجديدة	**0,688	**0,53

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي spss

## 3/ اختبار الفرضيات

اختبار الفرضية الرئيسية:

جدول رقم 4: اختبار الانحدار المتعدد للفرضية الرئيسية



## دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار الخدمات الجديدة

T الجدولية	T المحسوبة	$\alpha$	نتيجة Ho	R	R <sup>2</sup>
3,07	8,486	0,046	رفض	0,688	0,474

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي spss

توجد علاقة معنوية ما بين المعرفة الضمنية و عملية ابتكار الخدمات في المؤسسات المدروسة و ذلك استنادا للقاعدة التي تنص على أنه ترفض الفرضية العدمية إذا كانت t المحسوبة أكبر من t الجدولية و أيضا إذا كان مستوى المعنوية ( $\alpha=0,005$ ) وبالتالي نرفض Ho.

اختبار الفرضيات الفرعية:

أ- اختبار الفرضيات الفرعية الأولى

جدول رقم 5: اختبار الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الأولى

T الجدولية	T المحسوبة	$\alpha$	نتيجة Ho	R	R <sup>2</sup>
3,078	3,635	0,00	رفض	0,367	0,142

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي spss

بما أن قاعدة القرار هي ترفض الفرضية العدمية إذا كانت t المحسوبة أكبر من t الجدولية و أيضا إذا كان مستوى المعنوية ( $\alpha=0,005$ ) وبالتالي نرفض Ho. فإنه توجد علاقة معنوية ما بين البعد المعرفي للمعرفة الضمنية و عملية ابتكار الخدمات الجديدة في مؤسسات الاتصال المدروسة.

ب- اختبار الفرضية الفرعية الثانية

جدول رقم 6: اختبار الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الثالثة

T الجدولية	T المحسوبة	$\alpha$	نتيجة Ho	R	R <sup>2</sup>
3,078	5,64	0,00	رفض	0,53	0,285

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي spss

توجد علاقة معنوية ما بين البعد التقني للمعرفة الضمنية و عملية ابتكار الخدمات في المؤسسات المدروسة و ذلك استنادا للقاعدة التي تنص على أنه ترفض الفرضية العدمية إذا كانت t المحسوبة أكبر من t الجدولية و أيضا إذا كان مستوى المعنوية ( $\alpha=0,005$ ) وبالتالي نرفض Ho.

النتائج و التوصيات:

النتائج:

من خلال الملاحظة، المقابلات و المعاشة الميدانية لواقع مؤسسات الاتصال بالجزائر و بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي خلصنا إلى النتائج التالية:

1- نفي جميع فرضيات الدراسة و بالتالي هناك علاقة معنوية للمعرفة الضمنية ببعديها على عملية ابتكار الخدمات الجديدة؛

## دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار الخدمات الجديدة

- 2- يؤثر البعد التقني بمميزاته الديناميكية على عملية ابتكار الخدمات الجديدة من خلال تكوين الخدمة بحد ذاتها أو من خلال أنماط تقديمها؛
- 3- يؤثر البعد المعرفي للمعرفة الضمنية على عملية ابتكار الخدمات الجديدة من خلال التفاعل بين الموظفين داخل المؤسسات أيضا بين الموظفين و العملاء باعتبارهم الحكم الوحيد على جودة الخدمات المقدمة؛
- 4- تتميز المؤسسات محل الدراسة بأرغونوميا مميزة تدعم الفضاء المتقاسم BA و جو عمل ديناميكي يشجع تشارك المعرفة، مما يتيح التعلم المستمر و بالتالي يخلق فرصا للابتكار.
- 5- خدمات المؤسسات المدروسة تتميز بالتحديد المستمر وفقا لتطلعات العملاء، فجميعها تقدم عروض مغرية كما أنها تقدم عروض الانترنت للجيل الثالث و مؤخرا استحدثت Ooredoo خدمة تعبئة الرصيد بواسطة بطاقة CIB عن طريق الصرافات الآلية.

التوصيات:

على ضوء النتائج المتوصل إليها قمنا باقتراح التوصيات التالية:

- 1- نظرا لأهمية المورد البشري في عملية ابتكار الخدمات الجديدة من خلال التفاعل الاجتماعي و تحويل مختلف أنماط المعرفة الضمنية فإنه يتوجب على المؤسسات المدروسة العمل على تعزيز الاستثمار في هته الموارد؛
- 2- يتميز قطاع الهاتف النقال بالتغير المستمر نظرا لتقلبات أذواق العملاء و عليه يمكن الاعتماد في دراسات أخرى على عمليات إدارة المعرفة و إبراز أثرها على ابتكار الخدمات الجديدة باعتبار أننا أشرنا إلى المعرفة الصريحة في دراستنا كونها و المعرفة الضمنية وجهان لعملة واحدة؛
- 3- على الرغم من الطبيعة المعقدة للمعرفة الضمنية وصعوبة قياسها إلا أن دراستنا تعد مبادرة لتشجيع الباحثين على القيام بدراسات تطبيقية في هذا المجال و تطوير هذا النموذج.

خاتمة:

يجب على كل مؤسسة معنية بالبقاء تطوير إستراتيجياتها لإدارة مواردها اللامادية بصفة تضمن لها التميز و الريادة، خاصة بتفعيل الرصيد المعرفي الضمني من أجل ابتكار خدمات جديدة تخلق تميز المؤسسة و رضا العملاء.

الهوامش:

<sup>1</sup> بن صوشة رياض ، تنمية الموارد البشرية مدخل استراتيجي لتحقيق الميزة التنافسية ، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، ص3

<sup>2</sup> محمد ألبني ، فرعون أحمد ، الاستثمار في الرأس المال البشري كمدخل حديث لإدارة الموارد البشرية بالمعرفة ، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات المنتدى الدولي حول صنع القرار في المؤسسة الاقتصادية ، جامعة المسيلة ، الجزائر، 15/14 أفريل 2009 ، ص295 .

<sup>3</sup> ص.103 برفين جويتا، ترجمة: أحمد المغربي، الإبداع الإداري في القرن الواحد والعشرين، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2008

<sup>4</sup> Gilles Balmise, Gestion des connaissances, Vuibert, France, 2002, p21.

<sup>5</sup> سعد غالب ياسين، إدارة المعرفة: المفاهيم، النظم، التطبيقات، دار المناهج، الأردن، الطبعة الأولى 2007، ص78.

<sup>6</sup> حسني عبد الرحمن الشيمي، إدارة المعرفة الرأس معرفية بديلا، دار الفجر، مصر، الطبعة الأولى، 2009، ص52

<sup>7</sup> Ikujiro Nonaka and toshihiro, Nishiguchi, knowledge emergence social technical and evolutionary dimensions of knowledge creation, Oxford University press, 2001, p 14.

<sup>8</sup> Real Jacob, Gérer les connaissances, un défi de nouvelle compétitivité du 21 siècle université de Québec a trois- rivières, 2000, p 15.

## دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار الخدمات الجديدة

<sup>9</sup> Cowan, Robin & David, Paul A & Foray, Dominique, The Explicit Economics of knowledge codification and tacitness, Industrial corporate change, oxford university press, v.9, N 2, June 2000, pp211- 53.

<sup>10</sup> خضير كاظم محمود، منظمة المعرفة، دار صفاء، الأردن، الطبعة الأولى 2010، ص 62.

<sup>11</sup> Wiig, Karl, Knowledge management foundations, Arlington: Schema press, 2003, p11.

<sup>12</sup> Spender, J.C, Making knowledge the basis of dynamic theory of the firm, Strategic management Journal, 17, 1996, pp 45-62.

<sup>13</sup> Nonaka, I, Dynamic theory of organizational knowledge creation, organization science, 5, 1, 1994, pp14-37.

<sup>14</sup> Alwis, R.S & Hartmann, The significance of tacit knowledge on company's innovation capability in proceedings of ISI, pp, pp75-380.

<sup>15</sup> C. Carrier, DJ Grand : le concept d'innovation : d'ébats et ambiguïtés, 5ème conférence internationale de management stratégique, lille du 13 au 15 mai 1996, p3.

<sup>16</sup> Robbins, SP .Organizational behavior: Concepts, contrivers & applications, 8 ed, NJ : prentic-Hall, inc, 1998, p 105.

<sup>17</sup> Ahmed Mohamed & Other, A Proposed Frame work for measuring firm innovativeness in the housing industry, The international journal of organizational innovation, vol 2, N 2, fall 2009, p 102.

<sup>18</sup> ط1، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2007، ص ص 14-15، فليح حسن خلف، اقتصاد المعرفة،

<sup>19</sup> فضل صباح الفضلي، العوامل المؤثرة على دور المدير كوكيل إبداع : دراسة تحليلية في دولة الكويت، مجلة جامعة الملك سعود للعلوم الادارية، العدد 5، الكويت، 2003، ص 345.

<sup>20</sup> حسن عمر، دور الرأس مال المعرفي في تحقيق الابتكار لدى عمداء الكليات في الجامعات السورية "دراسة ميدانية"، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية و الادارية، المجلد 21، العدد 2، يونيو 2013، غزة فلسطين، ص 372.

<sup>21</sup> أدريان بالمر: ترجمة بهاء شاهين و آخرون، مبادئ تسويق الخدمات، مجموعة النيل العربية، ط1، مصر 2009، ص 493.

<sup>22</sup> Ar.wikipedia.org/w/index.php ?title innovation in services, 10-01-2015 at 17 :00 pm

<sup>23</sup> -، دار اليازوري، الأردن 2009، ص ص 193-198. حميد الطائي، بشير العلاق، تسويق الخدمات - مدخل استراتيجي، وظيفي، تطبيقي

<sup>24</sup> . المرجع نفسه، ص ص 199-204

<sup>25</sup> Ragna Seidler-de & other, The role of tacit knowledge in innovation management, Alwis Institute of information science, university of appleid sciences, cologne, january 2004, Germany 8.

<sup>26</sup> King, William R .playing an integral role in knowledge management, information system management, vol 17 ; issue 4, 2000, pp 59-61.

<sup>27</sup> www.djezzy.dz

<sup>28</sup> www.mobilis.dz

<sup>29</sup> [www.Ooredoo.dz](http://www.Ooredoo.dz)

قائمة المراجع:

باللغة العربية:

1/أدريان بالمر: ترجمة بهاء شاهين و آخرون، مبادئ تسويق الخدمات، مجموعة النيل العربية، ط1، مصر 2009.

## دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار الخدمات الجديدة

- 2/ بن صوشة رياض ، تنمية الموارد البشرية مدخل استراتيجي لتحقيق الميزة التنافسية ، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر .
- 3/ برفين جوبتا، ترجمة: أحمد المغربي، الإبداع الإداري في القرن الواحد والعشرين، ط1، دار الفجر، القاهرة 2008.
- 4/ حسني عبد الرحمن الشيمي، إدارة المعرفة الرأس معرفية بديلا، دار الفجر، مصر، الطبعة الأولى، 2009.
- 5/ حميد الطائي، بشير العلاق، تسويق الخدمات - مدخل استراتيجي، وظيفي، تطبيقي، -، دار اليازوري، الأردن 2009.
- 6/ حسن عمر، دور الرأس مال المعرفي في تحقيق الابتكار لدى عمداء الكليات في الجامعات السورية "دراسة ميدانية"، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية و الإدارية، المجلد 21 ، العدد 2، يونيو 2013، غزة فلسطين.
- 7/ خضير كاظم حمود، منظمة المعرفة، دار صفاء، الأردن، الطبعة الأولى 2010.
- 8/ سعد غالب ياسين، إدارة المعرفة: المفاهيم، النظم، التطبيقات، دار المناهج، الأردن، الطبعة الأولى 2007.
- 9/ فضل صباح الفضلي، العوامل المؤثرة على دور المدير كوكيل إبداع : دراسة تحليلية في دولة الكويت ، مجلة جامعة الملك سعود للعلوم الادارية، العدد 5، الكويت، 2003.
- 10/ فليح حسن خلف، اقتصاد المعرفة ط1، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2007.
- 11/ محمد أليفي ، فرعون أحمد ، الاستثمار في الرأس المال البشري كمدخل حديث لإدارة الموارد البشرية بالمعرفة ، ورقة بحثية مقدمة ضمن فعاليات المنتدى الدولي حول صنع القرار في المؤسسة الاقتصادية ، جامعة المسيلة ، الجزائر، 15/14 أبريل 2009.

## باللغة الإنجليزية:

- 1/Ahmed Mohamed & Other, A Proposed Frame work for measuring firm innovativeness in the housing industry, The international journal of organizational innovation, vol 2, N 2, fall 2009
- 2/Alwis.R.S & Hartmann, The significance of tacit knowledge on company's innovation capability in proceedings of ISI
- 3/Ar.wikipedia.org/w/index.php ?title innovation in services, 10-01-2015
- 4/Cowan, Robin& David, Paul A& Forary.Dominique,The Explicit Economics of knowledge codification and tacitness, Industrial corporate change, oxford university press, v.9, N 2,June 2000
- 5/Ikujiro Nonaka and toshihiro, Nishiguchi, knowledge emergence social technical and evolutionary dimensions of knowledge creation, Oxford University press, 2001
- 6/King, William R .playing an integral rol in knowledge management, information system management, vol 17 ; issue 4, 2000
- 7/Nonaka.I, Dynamic theory of organizational knowledge creation, organization science, 5, 1, 1994
- 8/Ragna Seidler-de & other, The role of tacit knowledge in innovation management, Alwis Institute of information science, university of appleid sciences, cologne, january 2004, Germany 8.
- 9/Robbins, SP .Organizational behavior : Concepts, controverts & applications, 8 ed, NJ : prentic-Hall, inc, 1998
- 10/Spender, J.C, Making knowledge the basis of dynamic theory of the firm, Strategic management Journal, 17, 1996
- 11/Wiig, Karl, Knowledge management foundations, Arlington: Schema press, 2003

## باللغة الفرنسية:

- 1/ C.Carrier, DJ Grand : le concept d'innovation : d'ébats et ambiguïtés, 5ème conférence internationale de management stratégique, Lille du 13 au 15 mai 1996,
- 2/ Gilles Balmise, Gestion des connaissances, Vuibert, France, 2002

دور المعرفة الضمنية في عملية ابتكار الخدمات الجديدة

3/Real Jacob, Gérer les connaissances, un défi de nouvelle compétitivité du 21 siècle université de Québec a trois- rivières, 2000

مواقع أنترنت:

[www.djezzy.dz/1](http://www.djezzy.dz/1)

[www.mobilis.dz/2](http://www.mobilis.dz/2)

[www.Ooredoo.dz/3](http://www.Ooredoo.dz/3)