

تثمين التشارك المعرفي ودوره في تعزيز التجديد الاستراتيجي:
دراسة ميدانية لآراء الملاكات التدريسية في عدد من كليات جامعة تكريت

Valuing knowledge sharing and a role in promoting strategic:

**A Field Study of the Opinions of the Teaching Staff in a Number of Colleges of
Tikrit University of Tikrit**

الرتبة. أ.د. أحمد علي إسماعيل

جامعة تكريت (العراق)

ahmed44@tu.edu.iq

الرتبة . الباحث: عبد الوهاب عراك إسماعيل *

جامعة تكريت (العراق)

Code.2021.44@st.tu.edu.iq

تاريخ النشر: 2022/07/31

تاريخ القبول: 2022/07/27

تاريخ الاستلام: 2022/07/16

ملخص

يهدف البحث إلى اختبار تأثير تثمين التشارك المعرفي على التجديد الاستراتيجي، وتم اختبار البحث في الميدان التعليمي، وتمثلت عينته البحث بالملاكات التدريسية في عدد من كليات جامعة تكريت ، وتم اعتماد استمارة استبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات ، إذ بلغت الاستبيانات المستردة والصالحة التحليل 289 إستبانة. وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها؛ وجود أثر ذو دلالة معنوية لتثمين التشارك المعرفي في التجديد الاستراتيجي في الكليات المبحوث.

الكلمات المفتاحية: مراكز التشارك المعرفي ؛ التجديد الاستراتيجي ؛ جامعة تكريت

تصنيف JEL : M52;M1;L3

Abstract:

The research aims to test the effect of valuing knowledge sharing on strategic renewal, and the research was tested in the educational field, and the research sample was represented by teaching staff in a number of faculties of Tikrit University, and a questionnaire was adopted as a main tool for data collection, as the recovered and valid questionnaires reached 289 questionnaires.

The research reached a set of results, the most important of which are; There is a significant effect of valuing knowledge sharing in strategic renewal in the colleges under study.

Keywords: valuing knowledge sharing; strategic renewal; TikritUniversitye

Jel Classification Codes:M52;M1;L3

*المؤلف المرسل: عبد الوهاب إسماعيل عراك، الإيميل المهني: Code.2021.44@st.tu.edu.iq

مقدمة

تعد الملاكات التدريسية الركيزة المهمة والأساسية في تحقيق أي نجاح أو إحداث تغيير وتطوير في البرامج التعليمية وتسعى الملاكات التدريسية لتحقيق أهداف الجامعات على جميع المستويات وبالخصوص على المستويين التعليمي والتنموي، الأمر الذي يتطلب من كل تلك الجامعات والكليات توفير كل أشكال التعاون والتمكين والتفاعل بين تلك الملاكات وزيادة الحوافز المادية والمعنوية وكذلك توفير المعرفية والمعلومات المطلوبة وبمستوى مناسب لتلك الملاكات وذلك من اجل تحفيزهم وتشجيعهم على استثمار مهاراتهم وقدراتهم المعرفية والفكرية وتعزيز روحهم المعنوية والتعاونية في مجال التشارك المعرفي باتجاه يهدف إلى تطوير العملية التعليمية والبحثية على نحو أفضل والارتقاء بها على المستوى المحلي والدولي وكذلك الارتقاء في عملية التجديد الاستراتيجي .

وإن العديد من المنظمات التعليمية أصبحت اليوم عاجزة عن التنمية والتطوير ، وتعاني من تراجع في أداءها مقارنة بمنافسيها في البيئة المماثلة ، ومن تلك الأسباب التي تؤدي إلى تدني مستوى أداء تلك المنظمات التعليمية هي مشكلة قلت الوعي بأهمية (تثمين التشارك المعرفي) وما ينتج عنها من المشكلات عدة تؤثر سلباً على أداء الملاكات التدريسية وعلى جودة المعلومات والمعرفة المقدمة للآخرين ، وترجع أسباب ذلك التراجع إلى المشكلة الرئيسة والمتمثلة بوجود انخفاض في الحوافز والمكافآت خصوصا في الجوانب التقنية وكذلك انخفاض أنظمة الحوافز المقدمة من قبل إدارة الكليات المبحوثة والمنظمة بشكل عام ، وأثر ذلك على عمليات التجديد الاستراتيجي مما جعل المنظمات تتوقع في نطاق فكري ضيق يمنعها من تغير الأنشطة والعمليات التي تقوم بها.

وبناءً على ذلك يطرح الباحث التساؤل الرئيسي والذي يمثل إشكالية الموضوع :

ما هو اثر تثمين التشارك المعرفي على التجديد الاستراتيجي الاستكشافي ؟

فرضيات الدراسة:

تقوم هذه الدراسة على فرضيتين مفادها:

- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تثمين التشارك المعرفي والتجديد الاستراتيجي في الكليات المبحوثة؛
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لثمين التشارك المعرفي في التجديد الإستراتيجي في الكليات المبحوثة.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في الآتي

- يساعد تثمين التشارك المعرفي على توفير الأجواء الايجابية لدى كل من الأكاديميين والإداريين والطلاب والتي تساعد في عملية التجديد الاستراتيجي؛
- تقديم معلومات دقيقة وواضحة لمتخذي القرار بالكلية المبحوثة بخصوص الدور الفعلي الذي تقوم به مركاتر التشارك المعرفي في عملية التجديد الاستراتيجي الاستكشافي؛
- معرفة دور التشارك المعرفي في تحقيق متطلبات التجديد الاستراتيجي في الكليات عينة الدراسة.

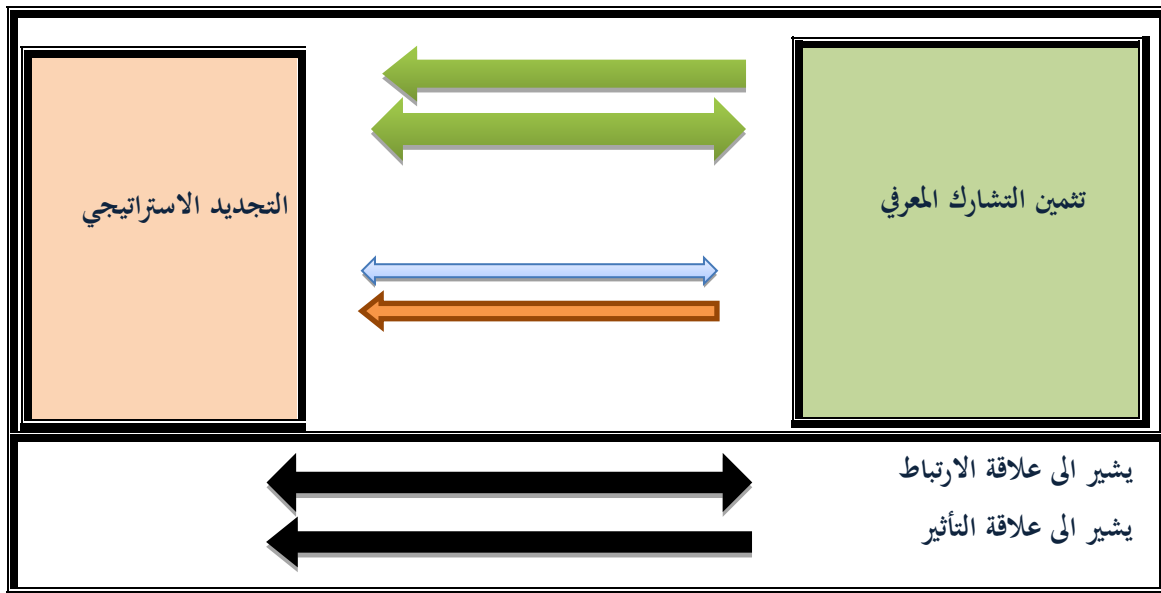
أهداف البحث

ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحث على استخدام المنهج الوصفي التحليلي وذلك لأنه يحقق أهداف الدراسة ويؤمن مسعاها من خلال الاعتماد على المصادر المنشورة في الدوريات والكتب والأطاريح والرسائل الجامعية والدراسات المجودة على الانترنت سواء كانت عربية أو أجنبية ذات الصلة بمتغيرات الدراسة (تثمين التشارك المعرفي ، التجديد الاستراتيجي)

المخطط الفرضي للدراسة.

استنادا إلى ما وضحته الأدبيات والدراسات السابقة وما تم توضيحه في الفقرات السابقة والمتمثلة (مشكلة وأهداف) فقد قام الباحث بصياغة المخطط والذي يوضح علاقة الارتباط والتأثير بين المتغيرات الدراسة والمتمثلة بالمتغير تثمين التشارك المعرفي ، والمتغير التابع التجديد الاستراتيجي ، كما موضح في الشكل (1) أدناه:

الشكل (1) المخطط الفرضي للدراسة .



محاور البحث

شملت هذه الورقة البحثية أربع محاور مستمدة من طبيعة الإشكالية والفرضيات المطروحة للإجابة عنها، وهي كالتالي:

- المحور الأول: ما هو تثمين التشارك المعرفي ؛
- المحور الثاني: ما هو التجديد الاستراتيجي ؛
- المحور الثالث: التحقق من صحة الفرضيات ؛
- المحور الرابع : الاستنتاجات والتوصيات.

الخور الأول: تثمين التشارك المعرفي

في عصر التطور التقني والمعلوماتي، يُنظر إلى توليد المعرفة ومشاركتها واستخدامها الفعال على أنه المفتاح لزيادة القدرة التنافسية للمنظمات التعليمية، إذ يستخدم التثمين للتأثير على الدوافع الداخلية الموجودة داخل الفرد وتوجيهها بشكل يسمح باستمرار تلك الدوافع بطريقة يمكن للمنظمة من خلالها تحقيق الأهداف التي تسعى إليها والتي تحددها المنظمة التعليمية، والتثمين هو جزء مادي أو معنوي يسعى إليه الفرد مقابل ما يقدمه من خدمة ومعرفة إلى الآخرين سواء داخل أو خارج تلك المنظمة و تعد مشاركة المعرفة نشاطاً مكلفاً، وبالتالي ما لم تتجاوز الفوائد المتصورة تكاليف المشاركة، يصعب تحقيق عملية المشاركة، والمكافآت الحوافز النقدية وغير النقدية ضرورية لتوليد الشغف تجاه مشاركة المعرفة، وبالتالي يوفر هذا البعد نظرة ثاقبة حول كيفية تعزيز المنظمات مشاركة المعرفة وتنبيط إخفاء المعرفة.

أولاً. مفهوم تثمين التشارك المعرفي

وتستمر الأبحاث الحديثة في تسليط الضوء على أهمية الحوافز والمكافآت في تعزيز تبادل المعرفة في المنظمات، من خلال مكافآت مشاركة المعرفة ومن خلال تعزيز ثقافة التشارك المعرفي وتبسيط عمليات إدارة المعرفة، والحفاظ على تطوير المبادرات المعرفية (Sundaresan&Zhang,2020:665).

وبالتالي، فإن التحدي الأكبر الذي تواجهه العديد من المنظمات في إدارة المعرفة والأفكار المبتكرة التي يمتلكها الأفراد، هو كيفية تحفيز سلوك المشاركة، إلا أن الفرد لن يشارك معرفته إلا إذا شعر أنه سيكون من المربح القيام بذلك، من أجل تحفيز تبادل المعرفة، غالباً ما تزود المنظمات الأفراد المبتكرين بمكافآت متنوعة، والتي ستشمل بالطبع مكافآت مادية، ومعنوية قد يغري الأفراد المبتكرون بالمكافآت الرسمية لمشاركة معارفهم، وبالتالي الانخراط في التشارك المعرفي (Zhang&et al,2017:2-5).

إن حوافز المنظمات المعاصرة ومنها الجامعات تعني جميع النتائج الملموسة من تعيين وظيفي أفضل، ومكافآت، وزيادة في الأجور، وترقية وأمن وظيفي متوقع للأفراد عندما يشاركون معارفهم، سواء الضمنية أو الصريحة، وبالتالي فإن اعتماد نظام مناسب من الحوافز والمكافآت يمكن أن يعزز من مشاركة المعرفة من قبل أعضاء المنظمة (Khan&Zaman,2020:2343).

وأضاف (Gagné,et al, 2019:790) أن التثمين من شأنه أن يؤدي إلى تكرار مشاركة المعرفة، حيث يميل الأشخاص المتحمسون جوهرياً إلى التحدث تلقائياً عن عملهم بحماس، حتى عندما لا يتم طلبها، هذا النوع من التثمين من شأنه أن ينتج عنه مستويات منخفضة من المعرفة التي تختبئ في عقول الأفراد، إذ من المرجح أن تحدث مشاركة المعرفة عندما يدرك الموظفون أن الحوافز تتجاوز التكاليف على سبيل المثال سيكون الأفراد أكثر انخراطاً في مشاركة المعرفة إذا علموا أنه سيتم تقييمهم ومكافأهم على مشاركة الأنشطة إذ يجب على الإدارة العليا تصميم آليات الحوافز المناسبة وتوفيرها لتحفيز الأفراد على مشاركة معارفهم لتحقيق تحسينات في العملية الإدارية والعلمية، تؤثر الحوافز المكافآت أيضاً بشكل كبير على موقف مشاركة المعرفة بين الأكاديميين على الرغم من أنه من المعروف أن الحوافز تلعب دوراً مهماً إذ عوامل نجاحها ودورها في التأثير على تبادل المعرفة، تماشياً مع هذه العملية، نجد أن الدوافع النفسية

ستؤثر بشكل إيجابي على مشاركة المعرفة الداخلية (مثل زملاء العمل والمديرين والمرؤوسين) والخارجية (مثل العملاء والموردين والشركاء الآخرين) (Aboelmaged&2018:5).

وأشار (Nguyen et al, 2019:2-4) أنه من غير الواقعي افتراض أن الموظفين يشاركون المعرفة تلقائياً دون حوافز مجزية قوية، يكون الأفراد أكثر استعداداً للمشاركة في أنشطة مشاركة المعرفة إذا كان من المتوقع الحصول على بعض المكافآت الملموسة والمكافآت الملموسة هي محفزات خارجية تساعد الأفراد على تلبية احتياجاتهم، كذلك الدوافع الداخلية تأثير أقوى وأكثر استقراراً واستدامة في عمليات التشارك المعرفي وذلك لأنه نابع من رضا وإن الخسائر السنوية المرتبطة بإخفاء المعرفة كبيرة وتعتبر المكافآت ضرورية لتشجيع الموظفين على المشاركة فيها لا يقتصر الأداء على أداء المهام فحسب، بل يشمل أيضاً السلوكيات الناشئة والأقل رسمية والتي تشمل المساعدة والروح الرياضية والضمير والفضيلة (Nguyen& Prentice, 2020:4).

وبين (Nguyen& Prentice. 2020:6) ثلاثة عناصر تؤدي لتحفيز الموظفين للتشارك المعرفي وهي:

1. التكافؤ: مثل القيمة التي يعينها الموظفون لمكافأة محددة؛
2. التوقعات: مثل توقعات الموظفين لتلقي مكافأة؛
3. الأداة: مثل تصور الموظفين لتلقي المكافأة بالفعل.

ثانياً. أهمية تمثين التشارك المعرفي

هناك دوافع مختلفة لمشاركة المعرفة إن توفير الدافع المناسب لتحفيز سلوكيات مشاركة المعرفة أمر بالغ الأهمية من أجل زيادة مشاركة تبادل المعرفة، يجب تحفيز الموظفين للقيام بالتشارك المعرفي إذ يقر العلماء بأن الدافع الداخلي هو نوع قوي من الدوافع لتشجيع تبادل المعرفة إنه يميز الأفراد الذين يؤدون نشاطاً (على سبيل المثال، مهمة، عمل) لرضاهم المتأصل، والمتعة، والاهتمام، ويتفق العلماء على أن الدافع الداخلي، بشكل عام لا يتأثر بالسياق الاجتماعي لذلك يرى الموظفون الذين لديهم دوافع جوهرية العمل كوسيلة لتحقيق غاية ويؤدون مهامهم مدفوعة بطبيعة النشاط في حد ذاته، أما فيما يخص الدوافع الخارجية تكون أقل أهمية من الدوافع الداخلية وذلك لأنها مرتبطة بالحوافز الملموسة التي يكتسبها الأفراد من أصحاب القرار (lombardi et al, 2019:157).

وأشار (Sundaresan&Zhang, 2020:666) أن إلى أهمية تمثين التشارك المعرفي تكمن في النقاط الآتية:

1. تعلن المنظمات عن مكافأة لمشاركة المعرفة؛
2. يتشارك العمال المعرفة ويتعلمون من خلالها؛
3. تحصل المنظمات على فوائد من معرفة الأفراد؛
4. التعاون الداخلي والخارجي في تبادل المعرفة يساعد على تحسين إنتاجية الموظفين وقدرتهم على اتخاذ القرار؛
5. يتم تخصيص مكافآت المشاركة لمقدمي المعرفة في الشبكة بناءً على المكافأة المعلن عنها مسبقاً.

ثالثاً. أنواع تمثين التشارك المعرفي

بينت دراسة (Nguyen, 2019:77) أنواع التمثين التي تعمل بها المنظمات التعليمية وغير التعليمية.

1. المكافآت بمثابة 'عقد' بين المتبرع بالمعرفة وجامع المعرفة، عندما يشارك المتبرعون بالمعرفة معرفتهم ، يمكنهم الحصول على المكافآت الموعودة، والتي تكون على شكل عقد بيت حامل المعرفة ومتلقي المعرفة؛
2. يتم تقديم المكافآت للمتبرع بالمعرفة عند حدوث مشاركة المعرفة بصورة تختلف عن العقد حيث تكون عملية التثمين غير محددة وتختلف من موضع إلى آخر حسب الظروف وطريقة المشاركة هذا يختلف عن الفوائد المتبادلة، التي يتم تلقيها في المستقبل. أيضًا في المشاركة.

وهناك أنواع أخرى للتثمين بينها كل من (Almmari&Chandran,2017:4486) و (Al Dari& Papastathopoulos,2018:158) وهي:

1. **التثمين الخارجي:** إن القصد من التثمين الخارجي هو كل ما يحصل عليه الفرد من أشياء ملموسة مقابل ما قام به من تشارك للمعرفة التي يمتلكها أو التي تكون تحت تصرفه إذ تكون عملية التثمين على شكل مبالغ مالية أو ترقية أو شكر وتقدير من أصحاب القرار ويمكن القول هنا جميع المكافأة والحوافز العينية؛
2. **التثمين الداخلي:** يتمثل في الأشياء غير الملموسة التي تتمثل بالرضا والولاء والقناعة والمبادرة التي تتوفر في الفرد وتعززها الإدارة العليا بالاعتماد على توفير الحياة الكريمة والمساواة والعدل وعدم إقصاء أي طرف على حساب الطرف الآخر.

المحور الثاني: التجديد الاستراتيجي

تواجه المنظمات اليوم تغيرات متسارعة ضمن بيئاتها الديناميكية ومنها سياسية واقتصادية وتكنولوجية كبيرة وغير متوقعة في كثير من الأحيان، مما يتطلب من المنظمات صياغة استراتيجيات تخدم أنشطة المنظمة وتحافظ عليها وبما يتماشى مع تلك التغيرات سواء في البيئية الداخلية أو البيئية الخارجية ، إذ يمثل التجديد الاستراتيجي الدور الحاسم في تحقيق أهداف المنظمة وفي تحقيق كيفية تغير هذه المنظمات اعتمادها على المسار من خلال تحويل نواياها وقدراتها وأنشطتها الإستراتيجية، تحتاج المنظمات التعليمية التي تهدف إلى النجاح من خلال التجديد الاستراتيجي إلى تضمين جميع مواردها البشرية في هذا التحول ، بما في ذلك الإداريين والأكاديميين الموظفين الموهوبين، إلى جانب ذلك فإن التجديد الاستراتيجي هو مسعى عالي الخطورة وغير مؤكد ، وجذب التجديد الاستراتيجي انتباه الكثير من الإداريين والأكاديميين والممارسين بوصفه من القضايا الجوهرية المهمة التي تسعى المنظمات إليها، إذ يعتبر الوسيلة والطريق الذي تسعى المنظمات إلى تطوير وتحسين المهارات والكفاءات وتحقيق الأهداف المنظمة والاندماج مع البيئات المتقلبة إذ يكون للتجديد الاستراتيجي تأثير على المنظمات التعليمية وغير التعليمية .

أولاً: أهمية التجديد الاستراتيجي

تحتل عملية التجديد الاستراتيجي بأهمية كبيرة في المنظمات التعليمية من قبل الباحثين لما لها من أهمية في ضل البيئات الديناميكية المتغيرة ومن هؤلاء الباحثين (Phetphongphan et al,2017:29) و (الدليمي وعود، 467 : 2021) و (Pérez, 2019: 3-4) (العامري وحسين، 2019 : 310) وأن أهمية التجديد الاستراتيجي تتركز على الآتي:

1. يساعد التجديد الاستراتيجي المنظمات على تغير المسارات والنوايا الإستراتيجية إلى ميزات وخصائص في السوق؛

2. التجديد القدرة على التغيير والتأثير بشكل كبير على سمات المنظمة في جميع المستويات؛
3. يعمل التجديد على إخراج المنظمة من تبعات المسارات والتحول إلى اكتشاف وإيجاد المعرفة واستخدام تلك المعرفة مما يساعد على ديمومة العمل إلى أطول فترة ممكنة .

وهناك أهمية أخرى بينها (Schmitt et al. 2018:82) من خلال الآتي:

1. إن التجديد الاستراتيجي يعزز أداء المنظمة من خلال زيادة قدرتها على توسيع نطاق القدرات والاستفادة منها بشكل خلاق مما يساعد على إضافة قيمة للمساهمين؛
2. تكييف مفاهيم أعمال المنظمة يزيد من قدرتها على الاستجابة بشكل أسرع للتهديدات والفرص في البيئات الديناميكية؛
3. يسمح التجديد الاستراتيجي للمنظمة بتكييف هيكل أعمالها مع التغييرات والظروف البيئية؛
4. يسمح التجديد الاستراتيجي للمنظمات بالاستجابة لمختلف الديناميكيات الخارجية التي قد تقلل من قدرتها على المنافسة.

ثانيا. عمليات التجديد الاستراتيجي

للتجديد الاستراتيجي العديد من العمليات والتي تكون على مستويات مختلفة والتي بينها الباحثين ومنهم (الذياني، 2021: 87-89) و (Mostafa&Chitbeer,2021:193-194) و (Kaipainen,2020:14) إذ أوضح أن العمليات الإستراتيجية تكون من (الإنعاش، وتجديد حيوية المنظمة، والمغامرة، وإعادة هيكلة المنظمة) وكما يلي:

1. **الإنعاش (Reanimation):** هو احد الأنشطة الضرورية والمهمة لتنشيط المقدرات الموجودة التي تمتلكها المنظمة والتي لا تحتاج إلى السرعة؛
2. **تجديد حيوية المنظمة:** يطلق على تجديد حيوية المنظمة مفهوم آخر وهو تجديد الشباب (Rejuvenation) إذ أن التجديد يساعد المنظمة على اكتساب طاقات ناجحة تساعد المنظمة في تحقيق الميزة التنافسية دون تغير الميدان والمنتجات والخدمات التي تقوم بتقديمها؛
3. **إعادة الهيكلة (Restructuring):** تعرف إعادة الهيكلة على إنها إعادة ترتيب القدرات والأنشطة وكذلك إعادة ترتيب الأقسام وهيكلية المنظمة بصورة مختلفة عن الوضع القائم الموجود لدى المنظمة في الوقت الحالي؛
4. **المغامرة (Venturing):** تدور المغامرة حول إعادة ترتيب العمليات والأنشطة المنظمة بهدف التوسع إلى مجالات وأنشطة جديدة وعزل الوحدات عن بعضها بهدف السيطرة والقدرة على المغامر.

ثالثا : خصائص التجديد الاستراتيجي

للتجديد الاستراتيجي الكثير من الخصائص التي توضح التجديد الاستراتيجي وتبين مسعاه والتي بينها (Kaipainen,2020)

11:) في دراسة وهي:

1. يتعلق التجديد الاستراتيجي بالجوانب التي تغير وتؤثر بشكل مستمر على أداء المنظمة في المستقبل القريب؛
2. يتعلق التجديد الاستراتيجي بعملية ومحتوى جديد وكذلك مخرجات جديدة؛

3. يعمل التجديد إلى التقليل والتخلص من كل الصفات والعمليات التي تعيق المنظمة من تحقيق أهدافها من خلال تبني صفات وعمليات جديدة؛

4. من المؤكد أن الصفات والعمليات الجديدة تكون حجر الزاوية والأساس لأي تطوير مستقبلي.

كذلك بين (خليل، 2017 : 96) بعض خصائص التجديد الاستراتيجي:

1. الحفاظ على الاستقرار النسبي بين كل من البيئة والمنظمة؛
2. تنمية حالة الازدهار والنمو من خلال اعتماد أسس النمو والتطور المستقبلي؛
3. توضيح الحالة الديناميكية للاستراتيجيات؛
4. القدرة على التأثير على المنظمة بشكل مستمر وطويل الأجل؛
5. إيجاد نوع من التوازن بين أهداف المنظمة على الأمد القصير والأهداف على الأمد الطويل.

وهناك خصائص أخرى بينها (Dutta,2018:9-10)

1. يتعلق التجديد الاستراتيجي بما تملك المنظمة من قدرة تؤثر بشكل كبير على الآفاق طويلة الأجل للمنظمة؛
2. التجديد الاستراتيجي هو مزيج من عملية ومحتوى نتيجة الانتعاش أو الاستبدال؛
3. يشمل التجديد الاستراتيجي تجديد أو استبدال سمات المنظمة؛
4. يهدف الانتعاش أو الاستبدال إلى توفير أساس للنمو أو التطور في المستقبل.

المحور الثالث: التحقق من صحة الفرضيات

أولاً: اختبار فرضية العلاقة بين المتغيرين

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل ارتباط سبيرمان (Spearman) (Correlation Coefficient) وذلك لقياس

علاقة الارتباط بين المتغير المستقل (تتمين التشارك المعرفي) وبين المتغير التابع (التجديد الاستراتيجي)، كما هو موضح بالجدول أدناه:

جدول رقم (1): قيم معامل الارتباط (spearman) بين المتغير المستقل والمتغير التابع

المتغير التابع	الارتباط والدلالة	تتمين التشارك المعرفي
التجديد الاستراتيجي	(R)	**0.760
	Sig.	0.00

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (spss:24).

(**) تعني علاقة الارتباط معنوية بين المتغيرين عند مستوى (0.01) (*) تعني علاقة الارتباط معنوية بين المتغيرين عند مستوى (0.05).
لاحظ الباحث من خلال النتائج الظاهرة في الجدول (1) أعلاه إن الارتباطات الموجودة في الجدول جميعها ذات مستوى معنوي عالي إذ بلغت عند مستوى أقل أو يساوي (0.01).

يتبين من الجدول (1) بأنه توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين (تثمين التشارك المعرفي) والتجديد الاستراتيجي في الكليات المبحوثة.

ثانياً: اختبار فرضية الأثر

من اجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط للتحقق من أثر تثمين التشارك المعرفي في التجديد الإستراتيجي في الكليات المبحوثة، وكما موضحة بالجدول (2) أدناه

جدول رقم (2): نتائج اختبار الانحدار لتأثير تثمين التشارك المعرفي في التجديد الإستراتيجي

المتغير التابع	Sig.*	F	R2	Sig.*	T	B	المتغير المستقل
التجديد الإستراتيجي	0.000	863.281	0.750	0.00	29.382	0.945	تثمين التشارك المعرفي

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي (SPSS:24).

إذ يوضح الجدول (1) أثر تثمين التشارك المعرفي في التجديد الإستراتيجي للمنظمة المبحوثة. إذ بلغ معامل التحديد R^2 (0.750)، أي أن ما قيمته (75%) من التغيرات الحاصلة في التجديد الإستراتيجي للكليات المبحوثة ناتج عن تثمين التشارك المعرفي وأن النسبة المتبقية (25%) تعود إلى عوامل أخرى غير داخلية في أتمودج الدراسة.

كما أظهرت نتائج تحليل معامل الانحدار البسيط لتثمين التشارك المعرفي بأن قيمة معامل التأثير لمتغير (تثمين التشارك المعرفي) بلغت قيمة (B) (0.945)، وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى تثمين التشارك المعرفي سوف يؤدي إلى زيادة في مستوى التجديد الإستراتيجي في الكليات المبحوثة بنسبة (94.5%)، ومما يؤكد معنوية هذا التأثير قيمة (F) لأنمودج التأثير والتي بلغت (863.281)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($p \leq 0.05$)، وبالتالي يتم قبول الفرضية الرئيسة الثانية بصيغة الإثبات، والقائلة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتثمين التشارك المعرفي في التجديد الإستراتيجي في الكليات المبحوثة

الخاتمة

الاستنتاجات:

1. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية بين تثمين التشارك المعرفي والتجديد الإستراتيجي بدرجة ارتباط عالية جداً، إذ تفسر تلك النتيجة بان القيمة الموجبة للارتباط تشير إلى عملية التناسب الطردي للمتغيرات، أي كلما ارتفعت عمليات تثمين التشارك المعرفي من قبل الملاكات التدريسية في الكليات المبحوثة كلما أدى إلى تعزيز مستوى عمليات التجديد الإستراتيجي لديها؛
2. توصلت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي ومعنوي لتثمين التشارك المعرفي في التجديد الإستراتيجي، إذ يمكن أن تعود هذه النتيجة إلى أن إدارة المنظمة تعمل على زيادة تثمين التشارك المعرفي بين الملاكات التدريسية والتي تعمل على توفيرها مما يساهم في تحفيز التشارك

المعرفي لديها ورغبتها في تحسين مستوى تقانة المعلومات والاتصالات لديها، ويُعد دافعاً لتحقيق اليقظة التكنولوجية التي تعتبر المحرك الأول للتشارك المعرفي في عالم اليوم، وتفسر هذه النتيجة بان الكليات المبحوثة في حالة التجديد الاستراتيجي تتبع سياسات تحسين البيئة الداخلية والخارجية لدى الملاكات التدريسية وذلك من خلال توفير بيئة عمل مناسبة للملاكات التدريسية ومنحهم الدوافع التي تحفزهم وتشجعهم على زيادة رغبتهم في تقديم المعرفة الأفضل وعدم احتكارها في عقولهم مما يزيد في الرغبة على التجديد الإستراتيجي.

توصيات الدراسة

1. من الضروري التشجيع على تتمين التشارك المعرفي بالخبرات والمهارات من اجل تحقيق أهداف تلك الكليات والمساعدة على تجديد الأنشطة الإستراتيجية وذلك لمواكبة التغيرات العالمية خصوصا في مجال التعليم وان تتمين التشارك المعرفي هو السبيل الوحيد من اجل مواكبة تلك التغيرات؛
2. من الضروري تطبيق عمليات تتمين التشارك المعرفي الحديثة في نواحي الكليات المبحوثة وكذلك والانتقال من العمل التقليدي في تلك العملية وذلك للسرعة والدقة وتوفير الوقت والجهد على الملاكات التدريسية والعاملين ككل.

قائمة المراجع:

1. العامري ، فراس محمد ، حسين ، وجدان ناصر، (2019)، انعكاس القيادة الإستراتيجية على التجديد التنظيمي - بحث تطبيقي في مديرية ماء ذي قار، مجلة دورية تصدر عن كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة البصرة، المجلد (11)، العدد (22).
2. الذيايي ، احمد حاتم ابراهيم عواد، (2021)، دور المقدرات الجوهرية في تحقيق التجديد الاستراتيجي - بحث تحليلي في الشركة العامة للمنتوجات الغذائية - وزارة الصناعة والمعادن، رسالة ماجستير .
3. الدليمي ، عراك عبود عمير ، عواد ، احمد حاتم ابراهيم ، (2021)، تأثير المقدرات الجوهرية في تحقيق التجديد الاستراتيجي - بحث ميداني في الشركة العامة للمنتوجات الغذائية، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (13) العدد (4) .
4. خليل ، زياد طارق،(2017)، دور إدارة المواهب في تحقيق الاستدامة التنظيمية من خلال التجديد الاستراتيجي - دراسة تحليلية في بعض كليات الجامعة المستنصرية، أطروحة مقدمة الى مجلس كلية الادارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية.
5. Sundaresan, Shankar; Zhang, Zuopeng (Justin) (2020). "Knowledge-sharing rewards in enterprise social networks: effects of learner types and impact of digitization". Enterprise Information Systems, Vol. 14, No.5, 661-679. doi:10.1080/17517575.2020.1737884
6. Zhang, Depeng; Zhang, Fuli; Lin, Mengfei; Du, Helen S; Lin, Angela (2017). "Knowledge sharing among innovative customers in a virtual innovation community: the roles of psychological capital, material reward and reciprocal relationship". Online Information Review, Vol, 41, No.5.
7. Khan, Mohammad Nasar; Zaman, Umer (2020). "Bankers' knowledge sharing behavior, The role of personality and perceived organizational incentives". Journal of Public Affairs, Vol. 22, No.2. doi:10.1002/pa.234
8. Gagné, M., Tian, A. W., Soo, C., Zhang, B., Ho, K. S. B., & Hosszu, K. (2019). "Different motivations for knowledge sharing and hiding: The role of motivating work design". Journal of Organizational Behavior, Vol. 40, No.7.

9. Aboelmaged , Mohamed Gamal (2018).” **Knowledge sharing through enterprise social network (ESN) systems: motivational drivers and their impact on employees’ productivity**”. Journal of Knowledge Management, Volume 22.No. 2, JKM-05-2017-0188-. doi:10.1108/JKM-05-2017-0188
10. Nguyen, T; Nham, T; Froese, F; Malik, Ashish (2019). “**Motivation and knowledge sharing: a meta-analysis of main and moderating effects**”. Journal of Knowledge Management, vol.23 , No.5 JKM-01-2019-0029–
11. Nguyen, Tuyet-Mai; Prentice, Catherine (2020). “**Reverse relationship between reward, knowledge sharing and performance**”. Knowledge Management Research & Practice, Vol.1, No. 12. doi:10.1080/14778238 .2020.1821588
12. lombardi, S., Cavaliere, V., Giustiniano, L., & Cipollini, F. (2020). “**What money cannot buy: The detrimental effect of rewards on knowledge sharing**”. European Management Review, Vol.17, No. 1, 153-170
13. Sundaresan, Shankar; Zhang, Zuopeng (Justin) (2020). “**Knowledge-sharing rewards in enterprise social networks: effects of learner types and impact of digitization**”. Enterprise Information Systems, Vol. 14, No.5, 661–679. doi:10.1080/17517575.2020.1737884
14. Alammari, A., & Chandran, D. (2017, January). “**Impact of knowledge sharing adoption on universities’ virtual learning communities**”. In Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences
15. Al Dari, T., Jabeen, F. & Papastathopoulos, A. (2018), "Examining the role of leadership inspiration, rewards and its relationship with contribution to knowledge sharing: Evidence from the UAE", Journal of Workplace Learning, Vol. 30 No. 6, pp. 488-512. <https://doi.org/10.1108/JWL-11-2017-0105>
16. Phetphongphan, W., Phornlaphatrachakorn, K., & Pratoom, K. (2017). “**The Impact of Antecedent Variables on Strategic Renewal Capability: An Empirical Investigation of Software Businesses in Thailand**”. Journal of Modern Management Science, Vol.10 ,No. 2.
17. Pérez Marta Pérez, Fernández, María Concepción López & Obeso, María, (2019), “**Knowledge, Renewal and Flexibility: Exploratory Research in Family Firms**”, Administrative sciences, vol. 9, No. 87.
18. Schmitt, A .& Raisch, S., & Volberda ,H. W. (2018). “**Strategic renewal** . International journal of management reviews, Vol.20, No.1.
19. Mostafa, R, N, and Chitheer, S, H.(2021) “**The Impact of Strategic Foresight in Strategic Renewal: Mediating Role of Talent Management Process, An Exploratory Study in Central Bank of Iraq**”. Review of international Geographical Education (RIGEO), Vol. 11, No. 12.
20. Kaipainen, J.(2020). “**Strategic Renewal Process Towards Sustainability–An Ecosystem Approach**” (Master's thesis).
21. Dutta, S. K. (2018). “**Strategic Change and Transformation**”, managing renewal in organizations, Routledge.