

أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك بالشلف

The impact of knowledge management processes in achieving creativity among the employees of the Regional Directorate of Customs in Chlef

د. الحاج نعاس خديجة¹ أستاذ محاضر ب ، مخبر تطوير تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في الصناعات

المحلية البديلة، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر . k.elhadjnaas@univ-chlef.dz

د. دليلة حضري ، أستاذ محاضر ب ، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف ، d.hadri@univ-chlef.dz

د. عميش عائشة ، أستاذ محاضر أ ، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، a.amiche@univ-chlef.dz

تاريخ النشر: 2023/06/12

تاريخ القبول: 2023/06/10

تاريخ الارسال: 2023/06/26

ملخص: هدفت الدراسة لمعرفة دور إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع لدى الموظفين بمديرية الجهوية للجمارك بالشلف ، حيث تكونت العينة من 55 موظف بالمؤسسة من مختلف الإدارات وهذا بالاعتماد على العينة الميسرة وتم تقسيم أبعاد إدارة المعرفة إلى عمليات إدارة المعرفة والتي تشمل : تشخيص المعرفة ، توليد المعرفة ، تخزين المعرفة ، توزيع المعرفة ، تطبيق المعرفة . توصلت الدراسة إلى أن مستوى تطبيق كل من عمليات إدارة المعرفة و الإبداع لدى المديرية الجهوية للجمارك بالشلف ضعيف، كما أن هنالك علاقة موجبة متوسطة بين عمليات إدارة المعرفة و تنمية الإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك بالشلف . توصي الدراسة بضرورة تبني إدارة المعرفة من اجل تطوير العمل و تنمية روح الإبداع لدى الموظفين، وذلك بإدراج مفاهيم إدارة المعرفة ضمن الدورات التدريبية مستقبلا، و العمل على خلق المناخ التنظيمي الذي يساهم في تشخيص و توليد المعرفة.

الكلمات المفتاحية : إدارة المعرفة ، الإبداع.

تصنيف JEL : I2 ؛ D83

Abstract :The study aimed to know the role of knowledge management in achieving creativity among employees at the **Regional Directorate of Customs in Chlef**, where the sample consisted of 55 employees of the institution from various departments, and this is based on the facilitated sample. The dimensions of knowledge management were divided into knowledge management processes, which include: knowledge diagnosis, knowledge generation Knowledge storage, knowledge distribution and knowledge application.

The study found that the level of application of both knowledge management and creativity at the regional directorate of Chlef customs is weak.

There is also a positive, medium relationship between knowledge management processes and the development of creativity among the employees of the Regional Directorate of Customs in Chlef.

The study recommends the need to adopt knowledge management in order to develop work and develop the spirit of creativity among employees, by including the concepts of knowledge management within future training courses, and working to create an organizational climate that contributes to the diagnosis and generation of knowledge.

Key words: knowledge management, creativity,

Jel Classification Codes : I2 ؛ D83 .

مقدمة:

يعتبر الإبداع طوق النجاة لأية مؤسسة تسعى لإرضاء زبائنها، حيث يعتبر عنصرا مهما لنجاح المؤسسات في القطاع العام والخاص لكونه منهجا علميا متكاملًا يهدف إلى تطوير الأداء في المؤسسات، بهدف تحسين جودة السلع أو الخدمات، وترتبط ظاهرة الإبداع لدى الموظفين بشكل كبير بالمستوى التعليمي الذي يملكونه و نوعية المعارف التي يحصلون عليها خلال مسارهم المهني و حياتهم بالمؤسسة.

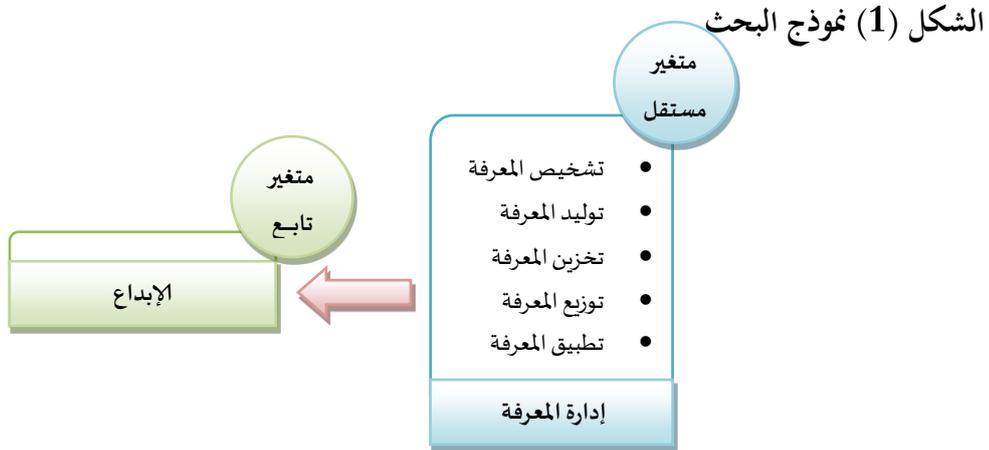
و تعتبر إدارة المعرفة من احداث المفاهيم التي شهدت تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة، لما تقدمه من رفع لقيمة رأس المال البشري ، فالمنظمات التي تمتلك قدرات في إدارة المعرفة، تكون قادرة على استخدام مواردها البشرية المتاحة بفعالية، مما يؤدي بها إلى الإبداع و الابتكار وكذا الأداء الأفضل .

لذا سنحاول في هذه الدراسة تبيان اثر مختلف العمليات المرتبطة بإدارة المعرفة على ظاهرة الإبداع لدى الموظفين بالمديرية الجهوية للجمارك بالشلف .

أولا. إشكالية الدراسة : إلى أي مدى يؤثر تطبيق عمليات إدارة المعرفة على الإبداع لدى العاملين بالمديرية الجهوية للجمارك بالشلف ؟ ومنه يمكن طرح التساؤلات التالية :

- ما هو مستوى الإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك بالشلف؟
- ما هو مستوى تطبيق إدارة المعرفة لدى المديرية الجهوية للجمارك بالشلف ؟
- هل هناك اثر ذو دلالة إحصائية لعمليات إدارة المعرفة على الإبداع بالمديرية الجهوية للجمارك بالشلف ؟

ثانيا. نموذج الدراسة : تحددت متغيرات الدراسة وفقا للنموذج التالي:



المصدر : من إعداد الباحثات

ثالثا. الفرضيات: للإجابة على الإشكالية المطروحة واختبار النموذج تم صياغة الفرضيات الرئيسية التالية:

- الفرضية الأولى: لا يوجد ممارسة للإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك بالشلف
- الفرضية الثانية: لا توجد ممارسة فعلية لعمليات إدارة المعرفة لدى المديرية الجهوية للجمارك بالشلف

-الفرضية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة المعرفة على الإبداع لدى الموظفين بالمديرية الجهوية للجمارك الشلف عند مستوى الدلالة $0.05 \leq \alpha$.

رابعا. أهمية البحث :

- التأثير الحيوي لإدارة المعرفة في تحقيق وتنمية وتطوير المؤسسات ورفع أدائها.
- الأهمية المتزايدة لإدارة المعرفة في تحقيق نجاح المؤسسة.
- تقديم صورة واقعية حول طبيعة العلاقة بين إدارة المعرفة وتحقيق الإبداع لدى الموظفين بالمديرية الجهوية للجمارك.

خامسا. أهداف البحث:

- التعرف على مستوى الإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك بالشلف
- الوقوف على مستوى عمليات إدارة المعرفة بالمديرية الجهوية للجمارك بالشلف.
- معرفة طبيعة الأثر الذي تحدثه عمليات إدارة المعرفة على الإبداع بالمديرية الجهوية للجمارك بالشلف
- سادسا. المنهج المستخدم : استخدم في الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وهذا نظرا لطبيعة موضوع الدراسة، والمتمثل في العلاقة التأثيرية لإدارة المعرفة في خلق الإبداع لدى العاملين بالمديرية الجهوية للجمارك الشلف، فاستخدام المنهج الوصفي هو من أجل وصف الظاهرة المدروسة و متغيرات الدراسة ، والتحليل برز في الجانب التطبيقي حيث تم الاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.

سابعا. حدود الدراسة: تمثلت حدود البحث في ما يلي:

- الحدود المكانية: انحصرت عينة البحث في المديرية الجهوية للجمارك بالشلف.
- الحدود الزمنية: امتد وقت إجراء البحث في الفترة ما بين : 2021/07/10 إلى غاية 2021/09/10.

- الحدود الموضوعية: اقتصر البحث على معرفة آراء عينة عشوائية مكونة من 55 فرد من موظفي المديرية الجهوية للجمارك بالشلف حول موضوع إدارة المعرفة والإبداع .

ثامنا. أداة الدراسة : تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية spss إصدار 24، سمح هذا الأخير بتحليل البيانات و اختبار الفرضيات، وذلك بالاعتماد على المقاييس الإحصائية التالية:

- مقاييس النزعة المركزية ومقاييس التشتت: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، معامل الثبات الفا كرونباخ، اختبار T للعينات المستقلة واختبار F. معامل الارتباط بارسون.

تاسعا. أقسام الدراسة : تم تقسيم البحث على النحو التالي:

المحور الأول: الإطار النظري لإدارة المعرفة والإبداع.

المحور الثاني: الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات.

1. الاطار النظري لإدارة المعرفة و الإبداع

1.1. ماهية إدارة المعرفة

يرى كل من **Henderson** و **Harris** أن المعرفة احد العناصر الأساسية ضمن سلسلة متكاملة تبدأ بالإشارات **signals** وتندرج إلى البيانات **data** ثم إلى المعلومات **informations** ثم إلى المعرفة **knowledge** ثم إلى الحكمة **wisdom** وهذه الأخيرة هي أساس الابتكار. (الزيادات، 2008، صفحة 59)

كما تعرف المعرفة بأنها نتائج معالجة البيانات ، التي تخرج إذ تصبح معرفة بعد استيعابها ، وتكرار التطبيق في الممارسات يؤدي إلى الخبرة التي تقود إلى الحكمة. (الملكاوي، 2007، صفحة 31)

وعرفها **كارل ويج** على أنها "تخطيط المعرفة وتنظيمها ومراقبتها وتنسيقا وتوليفها والأمور المتعلقة برأس مال الفكري والعمليات والقدرات والإمكانات الشخصية والتنظيمية كافة لتحقيق أكبر ما يمكن من التأثير الايجابي في الميزة التنافسية، التي تسعى إليها المؤسسة بالإضافة إلى إدامة المعرفة واستغلالها ونشرها واستثمارها ، وتوفير التسهيلات لها، من الأفراد والحاسبات والشبكات ". (بدير، 2013، صفحة 36)

كما يقصد بالمعرفة تلك العناصر الأساسية ضمن سلسلة متكاملة تبدأ بالإشارات وتندرج إلى البيانات ثم إلى معلومات ثم إلى معرفة ثم إلى حكمة وهذه الأخيرة هي أساس الابتكار. (حجازي، 2014، صفحة 46)

فالمعرفة ليست بيانات ولا معلومات وإنما هي قدرة الفرد على اكتساب هذه المعلومات مع الوقت والتي تمنح له القدرة على ربط المعلومات مع بعضها البعض بإعطائها معنى .

ينظر بعض الاقتصاديين للمعرفة وعلى رأسهم عالم الإدارة الشهير **(drucker)** على أنها أهم مورد من موارد المنظمة، فهي بمثابة رأس مال فكري **(intellectual capital)** يمثل نخبة من العاملين الذين لديهم قدرات معرفية وتنظيمية لإنتاج الأفكار الجديدة وتطوير الأفكار القديمة ويتعلمون بشكل مستمر. (جلموس، 2016/2017، الصفحات 35-36)، كما تتجلى أهمية المعرفة في النقاط التالية:

- المعرفة أصبحت أساس لخلق ميزة تنافسية؛
- توجه المعرفة الإدارية مدرء المنظمات الى كيفية اداء مهماتهم بكفاءة؛
- المعرفة هي الأساس وراء كيفية خلق المنظمة وتطورها ونضجها؛
- تساهم المعرفة في مرونة المنظمة من خلال دفعها لاعتماد إشكال التنسيق والتصميم والهيكلية تكون أكثر مرونة؛
- يمكن للمؤسسة أن تستفيد من المعرفة كسلعة نهائية عبر بيعها والمتاجرة بها واستخدامها لتعديل منتج معين أو لإنتاج منتجات جديدة؛
- المعرفة لا تخضع لقانون تناقص الغلة ولا تعاني من مشكلة الندرة وهي المورد الوحيد الذي يبني بالتراكم ولا يتناقص بالاستخدام، وتستخدم المعرفة في توليد وتطوير أفكار جديدة بتكلفة أرخص او بدون تكلفة إضافية. (قحموش، 2011 / 2012، صفحة 68)

1.1.1. مصادر المعرفة: الحصول على المعرفة يقصد به شكل تعلم الإنسان للمعارف وإدراكها وهذا يجري بأشكال مختلفة وهي الملاحظة والعقل والمنطق والخبرة.

يوجد مصدرين من اجل الحصول على المعرفة هما المصادر الخارجية والداخلية:

أ - المصادر الخارجية : وهي تلك المصادر التي تظهر في بيئة المنظمة المحيطة والتي تتوقف على نوع العلاقة مع المنظمات الأخرى الرائدة في الميدان أو الانتساب إلى التجمعات التي تسهل عليها عملية استنساخ المعرفة، ومن أمثلة هذه المصادر المكتبات والانترنت، وملاحظات لوتس، والقطاع الذي تعمل فيه المنظمة والمنافسون لها والموردون والزبائن والجامعات ومراكز البحث العلمي وبراءات الاختراع الخارجية، وتعد البيئة المصدر الخارجي للمعلومات والمعرفة، حيث يعمل الأفراد على مختلف مستوياتهم التنظيمية ومن خلال احد أو كل المدركات الحسية (السمعية، البصرية، اللمس، الذوق، الشم) على اكتساب البيانات والحوادث من البيئة ومن خلال قدراتهم الإدراكية (مثل التأمل والفهم والحكم) يستطيعون معالجة هذه البيانات وتحويلها إلى معلومات، ومن خلال الخبرة والذكاء والتفكير والتعلم يستطيع الأفراد تفسير هذه المعلومات ووضعها في معنى لتتحول إلى معرفة، والاختلاف في مستوى هذه المعرفة يتوقف على الاختلاف في الوسائل والمدركات.

ويشير (vai، 1999) إلى أن كل منظمة تعمل لتوقع التهديدات المحتملة أو الفرص المتاحة لتكون فاعلة أكثر، لذا ينبغي أن تكون قادرة على اسر المعلومات والمعرفة في البيئة. وتقوم بعض المنظمات باعتماد نظم رصد معقدة، إذ يراقب قسم المعلومات أو المعرفة فيها احدث التطورات التكنولوجية المقدمة في المؤتمرات العلمية والمجلات والأسرار التجارية، وبعض المنظمات تقوم باستئجار محبرين او مخبرات السوق أو التجسس الصناعي أو الوسطاء؛

ب. المصادر الداخلية: تتمثل المصادر الداخلية في خبرات أفراد المنظمة المتراكمة حول مختلف الموضوعات، وقدرتها على الاستفادة من تعلم الأفراد، والجماعات والمنظمة ككل وعملياتها والتكنولوجيا المعتمدة، ومن الأمثلة على المصادر الداخلية: الإستراتيجية والمؤتمرات الداخلية، المكتبات الالكترونية، والتعلم الوصفي، الحوار، العمليات الداخلية، الأفراد عبر الذكاء والخبرة والمهارة، أو من خلال التعلم بالعمل أو البحوث وبراءات الاختراع الداخلية. (منصور، 2010، صفحة 33)

2.1.1. ماهية إدارة المعرفة: منذ القديم تم الاعتراف بالمعرفة على أنها أحد الموجودات الهامة في المنظمات، ومنذ سنوات الستينات من الألفية الماضية تحدث **durcker peter** عن مصطلح إدارة المعرفة وتلاه في ذلك **eriksveiby** في سنوات السبعينات، لكن مصطلح إدارة المعرفة كان قد جذب الاهتمام الإداري بشكل واسع في سنة 1955 حين اصدر نوناكا و تاكوشي كتابها الذي لقي شهرة واسعة ويحمل عنوان **KnoledEcreating Business The**، وكذلك حين عقد **Anderson Aryh** و **Apoco** عدة مؤتمرات في مطلع سنوات التسعينات في القرن الماضي أيضا مع مجموعة من الأكاديميين والمستشارين تتحدث عن إدارة المعرفة على أنها الممارسة

الجديدة في الأعمال، وحين ألقى **Tom Stewart** الضوء على أهمية قوة العقل، وبشكل عام فإنه يمكن تتبع تاريخ إدارة المعرفة عبر المراحل المتداخلة التالية: (عليان، 2008، صفحة 123)

● **المرحلة الأولى:** مرحلة ما قبل إدارة المعرفة (ما قبل الميلاد -1995 ميلادي) فخلال هذه الفترة كانت تتم ممارسة إدارة المعرفة في بعض الأحيان وبشكل ما ولكن دون أن يطلق عليها اسم إدارة المعرفة ففي العصر الحجري كان الناس يعلمون بعضهم البعض الصيد والزراعة وغير ذلك مما كانت تتطلبه أمور الحياة.

● **المرحلة الثانية:** مرحلة اليقظة والنشوء (1995-1997) وفي هذه المرحلة أصبحت إدارة المعرفة واضحة تعد حولها المؤتمرات وتستحوذ على اهتمام الإدارة وشهدت نهاية هذه المرحلة ظهور موجة من الكتب الجديدة العديدة، التي تتحدث عن إدارة المعرفة، وعلى أرض الواقع كانت هناك أعداد محدودة من الشركات قد وضعت برامج رسمية لتنفيذ إدارة المعرفة في إحدى دوائرها وفي بعض الدوائر، وقد ساد هذا الأمر في المنظمات العامة في صناعات تعتمد بشكل واسع على المعرفة.

● **المرحلة الثالثة:** الانحياز (1997-1999) وفي هذه المرحلة تعززت إدارة المعرفة بشكل فعال من الناحية الإستراتيجية وكانت نتيجة ذلك أن تم اختطاف إدارة المعرفة من طرف دوائر تكنولوجيا المعلومات، إذ عمدت الكثير من الشركات المطورة للبرمجيات إلى إعادة تسمية منتجاتها وخدماتها على أنها حلول إدارة المعرفة، وفي هذه المرحلة ازداد عدد الشركات الكبرى التي عملت على إيجاد مواقع وظيفية رسمية مثل ضباط المعرفة وطرحت مبادرات جديدة لإدارة المعرفة وادخل العديد من البرامج الموجودة تحت مظلة إدارة المعرفة على أن هذه البرامج كانت بالأساس مصممة تحت عناوين أخرى مثل المنظمة المتعلمة أو تحول الأعمال.

● **المرحلة الرابعة:** النمو والتقسيم والدمج (1999-2000) وفي هذه المرحلة أخذت إدارة المعرفة بالانتشار المتزايد عبر الوحدات الوظيفية وفي مختلف المنظمات بغض النظر عن الحجم وفي مختلف القطاعات وفي كل المناطق الجغرافية فقد كان يتم دمج إدارة المعرفة مع كل شيء إدارة المعرفة والمخاطر، إدارة المعرفة والتسويق، إدارة المعرفة والإبداع والابتكار، إدارة المعرفة وإدارة الجودة، وفي هذه المرحلة تم الاعتراف بإدارة المعرفة على أنها أحد الفروع الأكاديمية مما حفز على جعلها مساقا دراسيا على مستوى درجة الماجستير ومع ذلك فإن إدارة المعرفة كانت موضع خلاف بين كونها مبادرة هامة على مستوى عال وبين كونها مجرد مشروع، وقد عملت بعض الشركات على نشر الفرق العاملة لديها في مجال إدارة المعرفة في منظمات أخرى أخفقت.

● **المرحلة الخامسة:** إعادة التقييم وإعادة التجديد (2001-2005) وفي هذه المرحلة شرعت العديد من الشركات الأخرى على حل الوحدات الرئيسية الخاصة بإدارة المعرفة والتي كانت قد أنشأتها، وشهدت هذه المرحلة تساؤلات متزايدة حول جوهر إدارة المعرفة وبرغم ذلك فقد عملت إدارة المعرفة على أن تؤسس لمبادرات أخرى مثل الإبداع والابتكار والتجارة الالكترونية وإدارة علاقات الزبائن وبشكل عام فإن العديد من الشركات التي كانت تقدم حلولاً لإدارة المعرفة قد أعادت تسمية منتجاتها بأسماء مثل إدارة المحتوى أو بوابة المعرفة أو مشروع حلول المعلومات.

● **المرحلة السادسة:** البحث عن هوية جديدة (2005 إلى يومنا هذا) مع التطور والنضج الحاصلين في مجال تكنولوجيا إدارة المحتوى والاعتماد على الشبكة العنكبوتية، عملت تكنولوجيا المعلومات على أن تصبح حلول إدارة المعرفة أكثر شيوعا وفي هذه المرحلة أصبح هناك اهتمام متجدد بالجانب الإنساني لإدارة المعرفة وذلك بمساعدة

تكنولوجيا التواصل الاجتماعي مثل **Blogr** (الجزء الأساسي لإدارة المعرفة) والموسوعات الالكترونية، **Wikis** (المعرفة المتطورة وأدلة الصفحات الصفراء **Yellow Pages** وغير ذلك (السمير، يومي 29، 31 أكتوبر 2013، صفحة 8).

هناك أكثر من تعريف لإدارة المعرفة من بينها ما يلي :

يعرف **سكايرم**، وهو ابرز من تناولوا مفهوم إدارة المعرفة بأنها: "الإدارة النظامية والواضحة للمعرفة والعمليات المرتبطة بها و الخاصة باستحداثها، وجمعها، وتنظيمها، ونشرها، واستخدامها، واستغلالها، وهي تتطلب تحويل المعرفة الشخصية إلى معرفة تعاونية يمكن تقاسمها بشكل جلي من خلال المنظمة. (غدير، 2012، صفحة 21)

عرفها (**كارل ويج**) على أنها " تخطيط المعرفة وتنظيمها ومراقبتها وتنسيقها وتولييفها والأمور المتعلقة برأس المال الفكري والعمليات والقدرات، والإمكانيات الشخصية والتنظيمية كافة لتحقيق أكبر ما يمكن من التأثير الايجابي في الميزة التنافسية، التي تسعى إليها المؤسسة بالإضافة إلى إدامة المعرفة واستغلالها ونشرها واستثمارها، وتوفير التسهيلات لها من أفراد وحاسبات. (بدير، 2013، صفحة 36)

ومن خلال ما سبق يمكننا تعريف إدارة المعرفة على أنها العمليات المتعلقة بتوليد المعرفة وتخزينها ونقلها ومشاركتها بين الأفراد وتطبيقها بغرض تحقيق أهداف المؤسسة وذلك من خلال إتاحة موارد المعرفة المتوفرة للجميع، كما أنها تهدف إدارة المعرفة إلى ما يلي:

- استخراج المعرفة من مصادرها وتخزينها وإعادة استعمالها؛
- تحديد المعرفة الجوهرية وكيفية الحصول عليها وحمايتها وإعادة استخدامها؛
- جذب رأس مال فكري أكبر لوضع حلول للمشكلات التي تحدث في المؤسسة؛
- تهدف إلى الإبداع والوعي والتصميم الهادف والتكيف للاضطراب والعقيد السيء والتنظيم الذاتي والذكاء والتعلم؛
- تحقيق الميزة التنافسية وذكاء الأعمال؛
- التركيز على تنمية الجوانب الاجتماعية والثقافية والتنظيمية لإدارة المعرفة ؛
- تطوير أسس ومعايير تأهيل إدارة المعرفة في تطوير الجوانب المهنية و التعليمية للمهنيين المختصين في إدارة المعرفة. (عامر، 26، صفحة 56)
- تعد إدارة المعرفة أداة المنظمات الفاعلة لاستثمار رأس مالها الفكري، من خلال جعل الوصول إلى المعرفة المتولدة عنها بالنسبة للأشخاص الآخرين المحتاجين إليها عملية سهلة وممكنة؛
- تعد أداة تحفيز للمنظمات لتشجيع القدرات الإبداعية لمواردها البشرية لخلق معرفة جيدة ؛
- توفر الفرصة للحصول على الميزة التنافسية الدائمة للمنظمات من تبني المزيد من الإبداعات المتمثلة في طرح ساع وخدمات جديدة . (محمود، 2012، صفحة 409)

3.1.1. عمليات إدارة المعرفة : تستند إدارة المعرفة في نشاطاتها على سلسلة من العمليات المتصلة مع بعضها البعض

وتتمثل أهم هذه العمليات فيما يلي:

■ **تشخيص المعرفة:** تعد عملية تشخيص المعرفة من أهم التحديات التي تواجه مؤسسات الأعمال لان النجاح في مشروع إدارة المعرفة يتوقف على دقة التشخيص، إذا يذكر أن المنظمة (AMS) الأمريكية قد واجهت تحدي رئيسي عندما بدأت بتطبيق برنامج إدارة المعرفة وهو كيفية تشخيص المعرفة الداخلية لها، فعملية التشخيص أمر حتمي، لان الهدف منها هو اكتشاف معرفة المؤسسة، وتحديد الأشخاص الحاملين لها ومواقعهم؛ (حمور، 2016، صفحة 172) تبد تشخيص المعرفة أولا بتحديد أهداف واضحة ومن أهمها :

- تحسين العمليات؛
- تسهيل عملية الإبداع؛
- التوجه نحو الزبون؛

■ تسهيل عملية التخطيط والتنبؤ؛ (عامر، 26، صفحة 60)

■ **توليد المعرفة:** تعني إبداع المعرفة عند عدد من الكتاب، ويتم ذلك من خلال مشاركة فرق العمل وجماعات العمل الداعمة لتوليد رأس مال معرفي جديد في قضايا وممارسات جديدة تساهم في تعريف المشكلات وإيجاد الحلول لها بصورة ابتكاريه مستمرة، كما تزود الشركة بالقدرة على التفوق في الانجاز وتحقيق مكانة سوقية عالية في مساحات مختلفة؛ (واخرون، 2006، صفحة 42)

■ **خزن المعرفة:** يتضمن خزن المعرفة حفظ المعلومات التي يمتلكها العاملون في نظم وبني المؤسسة والتي تشمل الوثائق والسجلات وأي شيء آخر يقدم معلومات ذات معنى حول كيفية ما يجب أن تعمل به المؤسسة ويشار هنا إلى أهمية الحفاظ على العاملين ذوي المعرفة، والعملية الأهم من ذلك هو نحويا معرفتهم إلى نظام داخلي يتضمن إخراج المعرفة الضمنية من أذهانهم عن طريق التدريب والحوار، كما ان عملية التوثيق المعتمدة على استخدام مجموعة كبيرة من الوسائط التخزين المتطورة يقدم طريقة مناسبة لحفظ المعرفة الظاهرة؛ (عبد الله، 2016، صفحة 17)

■ **تطوير المعرفة وتوزيعها:** ان تطوير المعرفة يركز على زيادة قدرات ومهارات وكفاءات عمال المعرفة، وهذا يقود إلى ضرورة الاستثمار في راس المال البشري الذي ينعكس على قيمة المنظمة ويعزز من جدارتها التنظيمية، ويساعدها في ذلك جذب واستقطاب أفضل العاملين في مجال المعرفة في سوق عمل المعرفة الذي يتميز بالمنافسة العالية، ومن تطبيقات إدارة المعرفة بهذا الخصوص البرامج التدريبية المستمرة، بالإضافة إلى التركيز على التعلم التنظيمي وتنمية المهارات التعاونية بين جماعات الممارسة وفق العمل التي تؤدي إلى إبداع منتجات جديدة أو تقديم خدمات جديدة تزيد من كفاءة الشركة.

وان الشركة الناجحة في تحويل المعرفة إلى فعل تعمل واحدا أو أكثر من الأشياء التالية: إما أن تجمع الأفراد ممن لديهم فهم وقدرة على تطوير العمليات لكي يعملونها بأنفسهم، أو تتبنى ثقافة تركز على القيم أو تعيد تشكيل اعتراضات العاملين إلى تحديات للتغلب عليها أو تستخدم لغة توجه - الفعل في تنفيذ القرارات، أما توزيع المعرفة فانه ما لم تقم المنظمة بتوزيع المعرفة بشكل كفاء فلن تولد عائدا مقابل التكلفة، وانه إذا كان من السهل توزيع المعرفة الواضحة من خلال استخدام الأدوات الالكترونية، فانه مازال يتطلع إلى توزيع المعرفة الضمنية الموجودة في عقول العاملين وخبراتهم، وهو ما يشكل التحدي الأكبر لإدارة المعرفة.

وان العديد من الشركات الكبرى مثل **IBM** باتت تدرك القيمة الضمنية المتتالية من توزيع المعرفة، وتستخدم في ذلك عملية توزيع قصص النجاح المقنعة للعاملين ما يمكن من استخلاص القيمة في سلوكيات الجماعة ويسمح بإبداع قصص أخرى معتمدة على قيم مرغوبة

وان نشر المعرفة وتوزيعها يخلدها، وكما بين (fielden, 2001) إن المعرفة تكون مفيدة فقط عندما يتم توفيرها بحرية ويساعد الشركة في ذلك شبكات الانترنت، والانترنت والاكسترنات.

وان المؤسسة تستخدم قنوات توزيع للمعرفة، بعضها رسمي مثل جلسات التدريب والتجوال والاتصال الشخصي، والبعض الآخر غير رسمي مثل حلقات الدراسة، المؤتمرات المصورة، لكن الأخيرة لا تعطي ضمانا أكيدة على انتقال المعرفة إلى كل الأعضاء ؛ (العلي واخرون، 2006 ، صفحة 45)

■ **تطبيق المعرفة:** إن المعرفة تأتي من العمل وكيفية تعليمها للآخرين حيث تتطلب المعرفة التعلم والشرح، والتعلم يأتي من طريق التجريب والتطبيق مما يحسن مستوى المعرفة ويعمقها، وعلى ضوء ذلك فإنه يجب أن يأخذ تطبيق المعرفة في المقام الأول، وانه لا يوجد عمل بدون أخطاء وما على الشركة إلا أن تستوعب ذلك، وتطبق مفهوم التسامح كثقافة تنظيمية ذلك لان الوحيد الذي لا يخطئ هو من لا يعمل، وبذلك فإنها تستوجب الاحترام والإعجاب وليس الخوف. (الهوش، 2018، صفحة 78)

وان نظام المعرفة الكفاء لا يكفي لضمان النجاح في الشركة لكنه بمثابة خطوة ايجابية للتعلم وان القوة فيه تكمن في استخدامه. وان تطبيق المعرفة أكثر أهمية من المعرفة نفسها، ولكن تقود عمليات الإبداع والتخزين والتوزيع إلى تحسين الأداء التنظيمي مثلما تقوم به عملية التطبيق الفعال للمعرفة، وخاصة في العملية الإستراتيجية في تحقيق الجودة العالية للمنتجات والخدمات لمقابلة حاجات الزبائن، لذلك فالمعرفة قوة إذا طبقت .

2.1. ماهية الإبداع

تسعى المؤسسات المعاصرة إلى التميز من خلال تحقيق نتائج لم يسبق التوصل إليها من قبل والإتيان بالجديد والتكيز على الإبداع بما يجعلها متفوقة على منافسها ففي وجود المنافسة الشديدة في عالم الأعمال أصبح التميز السبيل الوحيد للبقاء وبتالي أصبح الإبداع في غاية الأهمية باعتباره من الأدوار المهمة في العمل لما له من نتائج تعود بالنفع على المؤسسات والعاملين .

1.2.1. تعريف الإبداع: عملية الإبداع هي المسؤولة عن إيجاد شيء جديد وأنجزه، شيء يحول ويغير الأشياء والأمور إلى الأفضل، وهي العملية التي يستطيع الناس بها تغيير العالم، فهي الوظيفة التي يحتاجها كل إنسان، وقد سميت الوظيفة الخامسة، كامتداد لوظائف **فايول** الأربع، وان كانت عمليا تسبق جميع الوظائف. فالمدير المبدع، هو المدير الذي يلتزم شخصيا باستخدام تفكيره وقدراته العقلية، وما يحيط به من مؤثرات مختلفة، وما يقع تحت تصرفه من موارد بشرية ومادية ومعرفية، لطرح فكرة جديدة أو تقديم خدمة جديدة أو إنتاج سلعة جديدة، أو استخدام أسلوب عمل جديد بالنسبة له أو بالنسبة لبيئته، على أن يكون نافعاً له وللمنظمة والمجتمع الذي يعيش فيه. (الحسنية، 2009، الصفحات 8-9)

وذهب جيرارد إلى أن الإبداع هو : "فن يطبق على أي محاولة إبداعية وعلى عملية تجسيد هذه المحاولة في الواقع، وعلى المحصلة المادية لهذه العملية، وعلى تقدير هذه المحصلة. (علي، 2007، صفحة 23)

تعريف العالم (جوان): الإبداع مزيج من القدرات والاستعدادات والخصائص الشخصية التي إذا وجدت بيئة مناسبة يمكن أن ترقى بالعمليات العقلية لتؤدي إلى نتائج أصلية ومفيدة للفرد أو الشركة أو المجتمع أو العامل. (الدين، 2009، صفحة 7)

وقد عرفه جليفور بـأنه: سمات استعداديه تضم الطلاقة والتفكير والمرونة والأصالة والحساسية للمشكلات وإعادة تعريف المشكلة وإيضاحها بالتفصيلات .

نلاحظ أن جليفور و جوان عرفا الإبداع على انه يعتمد على القدرات الإبداعية التي يتميز بها الفرد أما الهيجان فقد أضاف إلى التعريف عدة جوانب حيث انه جمع بين مستويات الإبداع ومراحله والخصائص التي يتميز بها الشخص المبدع.

نستنتج من هذه التعريفات أنا النشاط الإبداعي يكون فعلا إبداعيا بقدر ما يكون جديدا ومفيدا وصحيحا وذا قيمة، وان الإبداع عملية تجديدية وليست تكرارية، فالإبداع عملية إحداث وتكوين مستمرة غير محددة ولا توجد وصفة سهلة المنال للوصول إليها .

2.2.1. مستويات الإبداع : يمكن التمييز بين ثلاثة مستويات للإبداع:

أ. الإبداع على مستوى الفرد: وهو الإبداع الذي يحققه الأفراد الذين يمتلكون قدرات وسمات إبداعية وقد كتب الكثير عن الشخصية المبدعة، وتناول كثير من الكتاب والباحثين هذا الموضوع سعيا لتحديد السمات التي تميز الشخصية عن غيرها، كما عقدت عشرات المؤتمرات والندوات ونشر الكثير من الأبحاث والمقالات التي تحاول التعرف على قدرات واستعدادات وميول الفرد المبدع وخصائص وسمات شخصية المختلفة التي يتميز بها والتي لا تتوفر في الشخص غير المبدع. (الحسنية، 2009، صفحة 3)

ب. الإبداع على مستوى الجماعة: هو الإبداع الذي يتم تقديمه أو التوصل إليه من قبل الجماعة، وإبداع الجماعة أكبر من المجموع الفردي لإبداع أفرادها. وقد توصلت الدراسات إلى النتائج التالية فيما يتعلق بإبداع الجماعة:

- إن الجماعة المختلفة من حيث الجنس تنتج حلولاً أحسن جودة من الجماعة أحادية الجنس.
- إن الجماعة المتناسكة أكثر استعداداً أو حماساً ونشاطاً للعمل من الجماعة الأقل تماسكاً.
- إن الجماعة حديثة التكوين تميل إلى الإبداع أكثر من الجماعة القديمة؛ (المهدي، 2013، الصفحات 380-381)

ج. الإبداع على مستوى المنظمة: هو الإبداع الشامل والمتكامل على مستوى المنظمة بحيث يصعبها ويجعلها ذات علامة فارقة متميزة في ذاتها عن غيرها، فهي منظمات متميزة في مستوى أدائها وعملها وغالبا ما يكون عمل هذه المنظمات نموذجي ومثالي للمنظمات الأخرى.

وحتى تصل المنظمات إلى الإبداع لابد من وجود إبداع فردي وجماعي، وهذا المستوى في مجال بحث الدراسة، وحيث أن الإبداع على مستوى المنظمة هو تحصيل إبداع الأفراد وصورة للإبداع المتكامل بين الفرد والجماعة والمكان.

2. الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات

1.2. اختبار صدق وثبات أداة الدراسة:

– **الصدق الظاهري:** تم تحكيم الاستبيان من قبل مجموعة من الباحثين في نفس مجال الدراسة وتم الأخذ بتوجيهاتهم في تعديل و ضبط فقرات الاستبيان

– **قياس ثبات وصدق متغيرات الدراسة:** لقياس ثبات الأداة تم حساب معامل الفا كرونباخ للعينة وكانت النتائج كما هي موضحة في الجدول (1)

الجدول 1: قياس صدق وثبات متغيرات الدراسة (ألفا كرونباخ)

معامل الثبات	محاور الدراسة
0.961	إدارة المعرفة
0.929	الإبداع

المصدر : من إعداد الباحثات بناء على مخرجات برنامج الحزمة الإحصائية spss

يتضح من الجدول أعلاه إن قيم معامل الثبات مرتفعة، بحيث أن المحور الأول جاء بمعدل (0.961)، أما معامل ثبات المحور الثاني جاءت قيمته (0.929)، و هذا ما يدل على أن الاستمارة بجميع محاورها تتمتع بدرجة عالية من الثبات، ويمكن الاعتماد عليها في الدراسة.

2.2. اختبار الفرضيات:

أ. الفرضية الرئيسية الأولى: من اجل التعرف على مستوى تطبيق إدارة المعرفة لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك بالشلف ، تم التحليل الإحصائي لمعطيات الاستبيان بواسطة برنامج SPSS وذلك بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل بعد ومعرفة الأهمية النسبية له .

● **استجابة العينة حول تشخيص المعرفة:** يوضح الجدول الموالي نتائج استجابات أفراد العينة لبعد تشخيص المعرفة:

الجدول 2: الإحصاء الوصفي لإجابات مفردات الدراسة حول بعد تشخيص المعرفة

العبارة	الاجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التبيين
تتمت المنظمة بالأفكار الجديدة والإبداعية	ت	13	24	10	7	1	2.25	1.02	منخفضة
	%	23.6	43.6	18.	12.	1.8			
تشجع المنظمة على الحوار	ت	10	31	9	5	-	2.16	0.83	منخفضة

أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك بالشلف

	4		-	9.1	16.	56.4	18.2	%	وتبادل الآراء بين العمال
منخفضة	0.83 2	2.11	-	4	10	29	12	ت	تشجع المنظمة المبادرات الفردية والجماعية في العمل
			-	7.	18.	52.	21.8	%	
منخفضة	0.81 6	2.24	-	6	8	34	7	ت	احتفظ بالمعلومات التي حصل عليها في المنظمة
			-	10.	14.	61.8	12.7	%	
منخفضة	-	2.19	المتوسط الحسابي المرجح						

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج الحزمة الإحصائية spss

من خلال الجدول رقم (2) يتضح أن المتوسط الحسابي الكلي لدى موافقة أفراد العينة "التشخيص إدارة المعرفة" قدر 2.19 هو يقع ضمن الفئة المنخفضة من فئات مقياس ليكارت خماسي ، كما أن قيم المتوسط الحسابي لكل العبارات تتراوح بين [2.11، 2.25] وهي بين المحايد وغير موافق حسب مقياس ليكارت الخماسي.

● استجابة العينة حول توليد المعرفة: يوضح الجدول الموالي نتائج استجابات أفراد العينة بعد توليد المعرفة في المحور الأول:

الجدول 3: الإحصاء الوصفي لإجابات مفردات الدراسة حول بعد توليد المعرفة

الدرجة التنبئي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	التكرار والنسب المئوية	العبارة
منخفضة	0.92 2	2.24	-	7	10	27	11	ت	يتم تكوين فرق عمل داخل المنظمة
			-	12.	18.	49.	20.	%	
منخفضة	1.06 1	2.15	-	10	5	23	17	ت	تشجع العاملين على استمرار التعلم وتطوير قدراتهم
			-	18.	9.1	41.	30.	%	
منخفضة	1.03 6	2.24	2	5	10	25	23	ت	استقطاب المنظمة للأشخاص المبدعين من أجل العمل لديها
			3.6	9.1	18.	45.	23.	%	
منخفضة	0.99 0	2.27	1	7	9	27	11	ت	استفادة المنظمة من المؤتمرات التي تعقد خارج المنظمة
			1.8	12.	16.	49.	20.	%	
منخفضة	1.11 9	2.45	5	4	10	28	8	ت	تقوم المنظمة بإجراء البحوث بشكل مستمر
			9.1	7.3	18.	50.	14.	%	

أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك بالشلف

					2	9	5	
منخفضة	-	2.27	المتوسط الحسابي المرجح					

المصدر: من إعداد الباحثات بالاعتماد على مخرجات برنامج الحزمة الإحصائية spss

من خلال الجدول رقم (3) يتضح أن المتوسط الحسابي الكلي لمدى موافقة أفراد العينة " توليد المعرفة" كان 2.27 ، وهو يقع ضمن الفئة المنخفضة من فئات مقياس ليكارت الخماسي و هي الفئة التي تشير إلى الخيار المحايد، كما أن قيم المتوسط الحسابي لكل العبارات تتراوح بين [2.15، 2.45] وهي بين المحايد وغير موافق حسب مقياس ليكارت الخماسي.

- استجابة العينة حول تخزين المعرفة: يوضح الجدول الموالي نتائج استجابات أفراد العينة لبعد تخزين المعرفة من المحور الأول

الجدول 4: الإحصاء الوصفي لإجابات مفردات الدراسة حول بعد تخزين المعرفة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التباين	متوسط بشدة	غير موافق	محايد	موافق	متوسط بشدة التكرار والنسب	المتوسط الحسابي المرجح
تعمل المنظمة على نقل خبرات العاملين على مادة علمية	2.33	0.94 4	منخفضة	1	7	9	30	8	ت
				1.	12.	16.	54.	14.	%
				8	7	4	5	5	
تعمل المنظمة على التدريب لحفظ المعرفة	2.13	0.94 4	منخفضة	-	8	4	30	13	ت
				-	14.	7.3	54.	23.	%
					5		6		
تستخدم المنظمة تكنولوجيا المعلومات لتخزين المعرفة	2.22	0.93 7	منخفضة	1	6	7	31	10	ت
				1.	10.	12.	56.	18.	%
				8	9	7	4	2	
تتم بأرشفة المستندات الورقية لتخزين المعرفة	2.09	0.92 8	منخفضة	1	5	5	31	13	ت
				1.	9.1	9.1	56.	23.	%
				8			4	6	
المتوسط الحسابي المرجح	2.19	-	منخفضة						

المصدر : من إعداد الباحثات بالاعتماد على نتائج الحزمة الإحصائية SPSS

نلاحظ ان مستوى تخزين المعرفة بلغ وسطه الحسابي 2.192، وقد تبين بان جميع العبارات بمستوى أهمية منخفضة، بحيث وقعت العبارة " تعمل المنظمة على نقل خبرات العاملين إلى مادة علمية " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.33 وانحراف معياري 0.944 وهذا يدل على أن المؤسسة تعتمد بشكل كبير على خبرة عاملها، لأنها تسهل عليها عملية نقلها إلى مادة

أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك بالشلف

علمية ، فيما جاءت بالمرتبة الرابعة العبارة " تحتم بأرشفة المستندات الورقية في تخزين المعرفة " بمتوسط حسابي 2.09 وانحراف معياري 0.928 وهذا يدل على أن المؤسسة لا تولي الاهتمام الكاف بأرشفة المستندات الورقية كأداة لتخزين المعرفة .

- استجابة العينة حول توزيع المعرفة: يوضح الجدول الموالي نتائج استجابات أفراد العينة لبعده توزيع المعرفة من المحور الأول.

الجدول 5: الإحصاء الوصفي لإجابات مفردات الدراسة حول بعد توزيع المعرفة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التباين	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي المرجح
تعمل المنظمة على تسهيل تبادل المعرفة بين الأفراد	2.09	0.928	منخفضة	13	31	5	5	1	2.32
				23.6%	56.4%	9.1%	9.1%	1.8%	
تصلي المعلومات اللازمة لأداء عملي في الوقت المناسب	2.22	1.066	منخفضة	13	28	5	7	2	2.32
				23.6%	50.9%	9.1%	12.7%	3.6%	
توفر المنظمة للأفراد معلومات كاملو لأداء مهامهم بشكل جيد	2.33	0.963	منخفضة	8	31	7	8	1	2.32
				14.5%	56.4%	12.7%	13.5%	1.8%	
المعرفة الموجودة في المنظمة متاحة لكافة الأفراد	2.42	1.031	منخفضة	9	26	9	10	1	2.32
				16.4%	47.3%	16.4%	18.2%	1.8%	
تشرك المنظمة جميع الأفراد في الدورات التدريبية	2.55	1.033	منخفضة	8	22	13	11	1	2.32
				14.5%	40.0%	23.6%	20.0%	1.8%	
المتوسط الحسابي المرجح									
منخفضة	-	-	-						

المصدر : من إعداد الباحثات بالاعتماد على نتائج برنامج الحزمة الإحصائية SPSS.

نلاحظ أن مستوى توزيع المعرفة بلغ وسطه الحسابي 2.322، وقعت تبين أن جميع العبارات قياسها بمستوى أهمية منخفضة، وقد جاءت العبارة " تشرك المنظمة جميع الأفراد في الدورات التدريبية" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.55 وانحراف معياري 1.033، مما يدل على أن المنظمة تحتم بجانب الدورات التدريبية، بحيث تشرك جميع الأفراد فيها بدون استثناء ، فيما جاءت بالمرتبة الخامسة العبارة " تعمل المنظمة على تسهيل تبادل المعرفة بين الأفراد " بمتوسط حسابي 2.09 وانحراف معياري 0.928 ، وهذا يدل على أن المؤسسة تعيق عملية تبادل المعارف بين الأفراد .

أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك بالشلف

- استجابة العينة حول تطبيق المعرفة: ويوضح الجدول الموالي نتائج استجابات أفراد العينة لبعد تطبيق المعرفة من المحور الأول.

الجدول 6: الإحصاء الوصفي لإجابات مفردات الدراسة حول بعد تطبيق المعرفة

العبارة	الاهمية	التكرار والنسب	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التبعي
المعرفة التي احصل عليها تلي احتياجات العمل			8	30	8	8	1	2.35	0.96	منخفضة
			14.	54.	14.	14.	1.8			
تساعد المعرفة التي احصل عليها في تحقيق اهداف المنظمة	ت	ت	7	34	8	6	-	2.24	0.81	منخفضة
			12.	61.	14.	10.	-			
يتم متابعة تطبيق المعارف بشكل مستمر من قبل المنظمة	%	%	10	32	6	6	1	2.20	0.93	منخفضة
			18.	58.	10.	10.	1.8			
تمكيني معارفي من حل المشكلات التي تواجهني في العمل	ت	%	12	31	10	1	1	2.05	0.80	منخفضة
			21.	56.	18.	1.8	1.8			
المتوسط الحسابي المرجح										
منخفضة	-							2.21	-	

المصدر : من إعداد الباحثات بالاعتماد على نتائج برنامج الحزمة الإحصائية الإحصائية SPSS

نلاحظ أن مستوى تطبيق المعرفة بلغ وسطه الحسابي 2.21، وقد تبين بان جميع العبارات قياسها بمستوى أهمية منخفضة، بحيث وقعت العبارة "المعرفة التي احصل عليها تلي احتياجات العمل" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2,35 وانحراف معياري 0.966، وهذا يدل على أن العمال لا يدركون مدى أهمية المعرفة في نشاطاتهم .

ب. الفرضية الثانية: من اجل التعرف على مستوى الإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك بالشلف ، تم التحليل الإحصائي لمعطيات الاستبيان بواسطة برنامج SPSS وذلك بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة ومعرفة الأهمية النسبية لها . يوضح الجدول الموالي نتائج استجابات أفراد العينة لبعد الإبداع.

الجدول 7: الإحصاء الوصفي لإجابات مفردات الدراسة حول الإبداع.

أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك بالشلف

درجة البيئي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	التكرار والنسب المئوية	العبرة
منخفضة	1.02 6	2.2 0	3	4	5	32	11	ت	تجمع البيانات والمعلومات باستمرار عن المشكلة التي تواجهك
			5.5	7.3	9.1	58.2	20.0	%	
منخفضة	0.87 5	1.8 9	1	3	3	30	18	ت	ابتعد عن تقليد الآخرين في إنجاز ما أكلف به من أعمال
			1.8	5.5	5.5	54.5	32.7	%	
منخفضة	0.84 5	2.0 9	-	4	10	28	13	ت	أجد الحلول بسرعة للمشاكل الروتينية
			-	7.3	18.2	50.9	23.6	%	
منخفضة	0.83 1	2.0 5	1	4	7	18	15	ت	أقدم الكثير من الحلول عند التعامل مع المشاكل الروتينية
			1.8	7.3	12.7	50.9	27.3	%	
منخفضة	0.87 1	2.0 2	1	3	6	31	14	ت	أحرص على الاهتمام بالرأي المخالف لرأيي
			1.8	5.5	10.9	56.4	25.5	%	
منخفضة	0.84 0	1.8 7	-	5	1	31	18	ت	أستثمر خبرتي السابقة في التعامل مع مواقف جديدة ومختلفة
			-	9.1	1.8	56.4	32.7	%	
منخفضة	0.87 0	1.8 5	1	3	2	30	19	ت	دائما أكون من المشجعين على تجربة فكرة أو طريقة جديدة
			1.8	5.5	3.6	54.5	34.5	%	
منخفضة	1.13 6	2.4 7	4	7	9	26	9	ت	أتمتع بقدرة كبيرة على التنبؤ بالمشكلات المتعلقة بالعمل قبل وقوعها
			7.3	12.7	16.4	47.3	16.4	%	
منخفضة	1.06 5	2.4 0	2	8	10	25	10	ت	أرغب في تجربة أساليب جديدة في العمل حتى لو كان هناك احتمال فشلها
			3.6	14.5	18.2	45.5	18.2	%	
منخفضة	0.94 7	2.3 5	1	7	10	29	8	ت	أرغب في العمل ضمن فريق تسوده روح المجازفة
			1.8	12.7	18.2	52.7	14.5	%	
منخفضة	0.83 8	2.0 4	-	5	5	32	13	ت	أستطيع المزج بين وجوهات النظر المختلفة لتوليد الأفكار الجديدة
			-	9.1	9.1	58.2	23.0	%	

أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك بالشلف

						2	6		
منخفضة	0.83	2.2	-	7	5	36	7	ت	لدي القدرة على إدراك العلاقة بين الأشياء والمقارنة بينها
	2	2	-	12.	9.1	65.	12.	%	
				7		5	7		
منخفض		2.1		المتوسط الحسابي المرجح					
		4							

المصدر : من إعداد الباحثات بالاعتماد على البرنامج الحزمة الإحصائية SPSS

نلاحظ أن نتائج الجدول 7 أن مستوى الإبداع بلغ وسطه الحسابي 2.14، وقد تبين أن كل الفقرات بلغت مستوى أهمية منخفضة، بحيث وقعت العبارة " أتمتع بقدرة كبيرة على التنبؤ بالمشكلات المتعلقة بالعمل قبل وقوعها " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2,47 وبانحراف معياري 1.136، أما العبارة " استثمر خبرتي السابقة في التعامل مع المواقف جديدة والمختلفة " بمتوسط حسابي 1.87 وانحراف معياري 0.840 .

من خلال نتائج الجدول نستنتج أن عينة الدراسة غير راضية عن سياسة إدارة المعرفة والإبداع، نظرا لان المؤسسة لا تدعم العمل الجماعي، والتبادل المعرفي بين عمالها، وهذا كله راجع إلى عدم توفير المناخ الأفضل في عملية نقل المعلومات وتطبيق المعرفة و توزيعها بألية واضحة تسمح بوصول المعرفة لجميع المستويات الإدارية بما يكفل تطوير جميع الوظائف .

ج-اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة: من اجل اختبار فرضية عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ لأبعاد إدارة المعرفة على الإبداع لدى الموظفين بالمديرية الجهوية لجمارك الشلف، قمنا باستخدام اختبار معامل الارتباط، والجدول التالي يوضح النتائج المتوصل إليها.

الجدول رقم 8 نتائج اختبار الانحدار لأثر علاقة بين إدارة المعرفة و الإبداع

المتغيرات	R2معامل التحديد	Rمعامل الارتباط	F(قيمة)	Fمستوى الدلالة
إدارة المعرفة	0.329	0.574	25.982	0.00
تشخيص المعرفة	0.119	0.345	7.176	0.010
توليد المعرفة	0.207	0.192	13.801	0.00
تخزين المعرفة	0.268	0.518	19.440	0.00
توزيع المعرفة	0.358	0.598	29.567	0.00
تطبيق المعرفة	0.412	0.642	37.112	0.00

المصدر : من إعداد الباحثات بالاعتماد على مخرجات برنامج الحزمة الإحصائية spss

من خلال النتائج الموضحة في الجدول 8 نلاحظ ما يلي:

أثر عمليات إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك بالشلف

- أن قيمة F تساوي 25.982 ومستوى دلالة 0.00 وهو اقل من مستوى الدلالة، أي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \leq \alpha$ بين إدارة المعرفة والإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك الشلف .
 - أن قيمة F تساوي 7.176 عند مستوى دلالة يساوي 0.010 و هو اقل من مستوى الدلالة، أي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \leq \alpha$ لبعث تشخيص المعرفة على الإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك الشلف .
 - أن قيمة F تساوي 13.801 عند مستوى دلالة يساوي 0.00 وهو اقل من مستوى الدلالة، أي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \leq \alpha$ لبعث توليد المعرفة على الإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك الشلف .
 - أن قيمة F تساوي 19.440 عند مستوى دلالة يساوي 0.00 وهو اقل من مستوى الدلالة، أي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \leq \alpha$ لبعث تخزين معرفة على الإبداع موظفي المديرية الجهوية للجمارك الشلف .
 - أن قيمة F تساوي 29.567 عند مستوى دلالة يساوي 0.00 وهو اقل من مستوى الدلالة، أي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \leq \alpha$ لبعث توزيع المعرفة على الإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك الشلف .
 - أن قيمة F تساوي 37.112 عند مستوى دلالة يساوي 0.00 وهو اقل من مستوى الدلالة، أي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0.05 \leq \alpha$ لبعث تطبيق المعرفة على الإبداع لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك الشلف .
- جدول 9: المقارنة بين أبعاد المعرفة من حيث تأثيرها على الإبداع.**

المتغير التابع: الإبداع		المتغير المستقل
الترتيب	R2معامل التحديد	
5	0.119	تشخيص المعرفة
4	0.207	توليد المعرفة
3	0.267	تخزين المعرفة
2	0.358	توزيع المعرفة
1	0.412	تطبيق المعرفة

المصدر: من إعداد الباحثات الاعتماد على مخرجات برنامج الحزمة الإحصائية spss

نلاحظ من خلال الجدول 9 ما يلي :

- جاء متغير تطبيق المعرفة في المرتبة الأولى من حيث علاقته بالإبداع بمعامل تفسير بلغ 0.412 مما يعني أنه يفسر 41.2% من الإبداع ،
- جاء متغير توزيع المعرفة في المرتبة الثانية من حيث علاقته بالإبداع بمعامل تفسير بلغ 0.358 مما يعني انه يفسر 35.8% من الإبداع،
- جاء متغير تخزين المعرفة في المرتبة الثالثة من حيث علاقته بالإبداع بمعامل تفسير بلغ 0.267 مما يعني أنه يفسر 26.7% من الإبداع،
- جاء متغير توليد المعرفة في المرتبة الرابعة من حيث علاقته بالإبداع بمعامل تفسير بلغ 0.207 مما يعني أنه يفسر 20.7% من الإبداع،

- جاء متغير تشخيص المعرفة في المرتبة الخامسة من حيث علاقته بالإبداع بمعدل تفسير بلغ 0.119 مما يعني انه يفسر 11.9% من الإبداع .

. خاتمة:

- هدفت الدراسة إلى تبيان أهم العمليات التي تمر بها إدارة المعرفة و تأثيرها على أهمية الإبداع بالمديرية الجهوية للجمارك بالشلف .
- تمثلت نتائج هذه الدراسة فيما يلي:
- إدارة المعرفة هي مجموع العمليات التي تضمن توليد المعرفة و توزيعها و تخزينها و تحقق تطبيقها التمييز للمؤسسة و موظفيها .
 - يتطلب الإبداع منظومة تضع التعلم ضمن أهم أولوياتها، بالإضافة إلى إدارة فعالة للمعرفة.
 - تم إثبات الفرضية الرئيسية الأولى، حيث أثبتت الدراسة الميدانية أن مستوى تطبيق إدارة المعرفة في مديرية الجمارك بالشلف ضعيف على العموم من خلال إبعادها والتي هي عمليات إدارة المعرفة .
 - تم إثبات صحة الفرضية الرئيسية الثانية، حيث تبين أن مستوى الإبداع ضعيف لدى موظفي المديرية الجهوية للجمارك بالشلف
 - أما بالنسبة للفرضية الثالثة و المتعلقة بمدى ارتباط عمليات إدارة المعرفة بتنمية الإبداع لدى موظفي الجمارك بالشلف ، فكانت العلاقة موجبة بمعامل ارتباط يساوي 0.574 ومعامل تحديد 0.329 وترجع أسباب هذه النتيجة لكون المديرية تسير بنظام مركزي للقرارات، الأمر الذي جعل مساحة الحاجة إلى المعارف الجديدة ضئيلة نوعا ما، ناهيك عن كون المؤسسة تعد من المؤسسات العمومية التي لا تشهد منافسة ، الأمر الذي جعل الاهتمام بعنصر الإبداع والتطوير غير حاسمة مقارنة بالقطاعات الاقتصادية الأخرى التي تشهد منافسة داخلية وخارجية ،

5. قائمة المراجع:

- ابراهيم الخلق الملكاوي. (2007). ادارة المعرفة الممارسات والمفاهيم. عمان: دار الورق للنشر والتوزيع.
- الامين جلموس. (2017/2016). دور ادارة المعرفة التسويقية باعتماد استراتيجية العلاقة مع الزبون في تحقيق الميزة التنافسية. الجزائر: اطروحة، تخصص علوم التسيير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد خيضر بسكرة.
- الحسنية د. ا. (2009). الادارة بالإبداع نحو بناء منهج نظمي .جامعة دمشق –سورية.
- السمير ع. ح. (2013). يومى 29، 31 أكتوبر. (2013) تطبيق ادارة المعرفة في المكتبات الجامعية السورية. الاردن :ورقة بحث مقدمة في المؤتمر الدولي حول المكتبات ومراكز المعلومات في بيئة رقمية متغيرة.
- المهدي م. م. (2013). إدارة المنظمات منظور كلي. الأردن: دار الميسرة للنشر والتوزيع.
- الهوش ا. ا. (2018). ادارة المعرفة وامكانية تطبيقها في مؤسسات التعليم العالي. القاهرة : دار حميثرا للنشر والتوزيع.
- جمال خير الدين. (2009). الإبداع الاداري. عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع.
- جمال يوسف بدير. (2013). اتجاهات حديثة في ادارة المعرفة والمعلومات. عمان: دار كنوز المعرفة.
- حجازي ه. ع. (2014). المنهجية المتكاملة لادارة المعرفة في المنظمات. عمان ، الاردن : دار الرضوان للنشر والتوزيع.
- حمور د. ا. (2016). مفاهيم ادارية معاصرة. عمان: دار الاكاديميون للنشر والتوزيع.
- ربحي مصطفى عليان. (2008). ادارة المعرفة. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

- عامر, ب. س. (26). ادارة المعرفة كمدخل للميزة التنافسية في المنظمات المعاصرة. عمان: دار مركز الكتاب الاكاديمي للنشر والتوزيع.
- عبد الستار العلي واخرون. (2006). المدخل الى ادارة المعرفة . عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- عبد الله م. م. (2016). الاقتصاد المعرفي . عمان : دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.
- علي , ع . ع . (2007). الإبداع والمجتمع (دراسات في النقد الاجتماعي .(الاسكندرية :دار المعرفة الجامعية.
- عوض عاطف محمود. (2012). دور ادارة المعرفة وتقانتها في تحقيق التطوير التنظيمي. جامعة دمشق: مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية.
- غدير , ب . غ . (2012). اقتصاد المعرفة . عمان :دار صفاء للنشر والتوزيع.
- قحموش , ا . (2011 / 2012). دور ادارة المعرفة في تسيير علاقات الزبائن .الجزائر :رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية ، جامعة مُجَّد خيضر بسكرة.
- ماني اسماعيل سالم منصور. (2010). دور ادارة المعرفة في ضمان تحقيق جودة التعليم العالي. غزة: مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ، مؤسسات جامعة الاسلامية.
- مُجَّد عواد الزيادات. (2008). اتجاهات المعاصرة في ادارة المعرفة. عمان : دار صفاء للنشر والتوزيع.