



جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة



كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية، وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

الرقم التسلسلي: / 2023.

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي (ل. م. د)

الشعبة: علوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

المذكرة موسومة بـ:

دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية
[دراسة حالة: شركة جودي للمشروبات الغازية ولاية تبسة].

تحت إشراف الأستاذ:

- د. حناشي توفيق.

من إعداد الطالبتين:

- لوصيف بثينة.

- صوالحية عبير.

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
يحيى دريس.	أستاذ .	رئيسا
توفيق حناشي.	أستاذ محاضر. أ	مشرفا ومقررا
عمار براهيمية.	أستاذ.	عضوا مناقشا

الشكر والعرفان

بداية نشكر الله عزوجل الذي وفقنا وأعاننا على اتمام هذه المذكرة
وبعدها نتوجه بالشكر الخالص لأستاذنا العزيز الدكتور

حناشي توفيق

المشرف على هذه المذكرة والذي أغناها بملاحظاته القيمة رغم
كل المسؤوليات والواجبات الكبيرة الواقعة على عاتقه.

كما نقدم شكرنا لكل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير ولكل من قدم لنا يد المساعدة لإنجاز هذا العمل
المتواضع. وإلى كل من لم يسعفنا الحظ في ذكر أسمائهم.

ولن ننسى أن نقدم شكرنا المسبق للسادة الأساتذة المقررين
والممتحنين والسيد الرئيس.

وما توفيقنا إلا بالله.

الإهداء

إلى صاحب السيرة العطرة، والفكر المستنير فلقد كان له الفضل الأول في
بلوغي التعليم العالي
(والدي الحبيب) أطال الله في عُمره.

إلى من وضعتني على طريق الحياة، وجعلتني رابطة الجأش، وراعتني حتى
صرت كبيرة (أمي الغالية)، طيب الله ثراها.

إلى إخوتي؛ من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات والصعاب.

إلى صديقة و الأخت عبير التي لطالما كانت معي في مسيرتي الجامعية
وأتمناها بإنجاز مذكرة تخرجنا وكانت أحلى أيامنا

إلى صديقة و الأخت بثينة التي لطالما كانت معي في مسيرتي الجامعية
وأتمناها بإنجاز مذكرة تخرجنا وكانت أحلى أيامنا

إلى كل من اذكرهم بقلبي ولم اذكرهم بقلممي.

عبير & بثينة.

فهرس المحتويات

.....	الشكر والعرفان
.....	الإهداء
I.....	فهرس المحتويات
IV	قائمة الجداول
V	قائمة الأشكال
VI.....	قائمة الملاحق
أ	المقدمة
1	الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع
2	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لإدارة المعرفة
2	المطلب الأول: مدخل لإدارة المعرفة
6	المطلب الثاني: أهمية إدارة المعرفة
6	أولا: أهمية إدارة المعرفة
7	ثانيا: أهداف إدارة المعرفة
8	المطلب الثالث: سياسات وآليات إدارة المعرفة
8	أولا: مراحل إدارة المعرفة وعملياتها
10.....	ثانيا: مبادئ إدارة المعرفة ومتطلباتها
12.....	المبحث الثاني: مفاهيم نظرية حول الإبداع
12.....	المطلب الأول: ماهية الإبداع
12.....	أولا: تعريف الإبداع
13.....	ثانيا: خصائص الإبداع
14.....	المطلب الثاني: أهمية الإبداع وأهدافه
14.....	أولا: أهمية الإبداع
14.....	ثانيا: أهداف الإبداع
15.....	المطلب الثالث: أنواع الإبداع واستراتيجياته
15.....	أولا: أنواع الإبداع
16.....	ثانيا: استراتيجيات الإبداع

17	المبحث الثالث: الدراسات السابقة للمتغيرين
17	المطلب الأول: الدراسات السابقة المتعلقة بإدارة المعرفة والإبداع
17	أولاً: الدراسات المتعلقة بإدارة المعرفة باللغتين العربية والانجليزية
19	ثانياً: الدراسات المتعلقة بالإبداع باللغتين العربية والأجنبية
21	المطلب الثاني: مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة
21	الفرع الأول: مقارنة الدراسات العربية
22	الفرع الثاني: مقارنة الدراسات الأجنبية
23	المطلب الثالث: ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة
26	الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية
27	المبحث الأول: تقديم عام لشركة جودي للمشروبات الغازية
27	المطلب الأول: لمحة عن شركة جودي للمشروبات الغازية
27	أولاً: نشأة الشركة
28	ثانياً: التعريف بالشركة
29	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للشركة ومهامها
29	أولاً: الهيكل التنظيمي للشركة
31	ثانياً: تخصص الشركة
32	المبحث الثاني: منهجية الدراسة التطبيقية والادوات المستخدمة
32	المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة
32	أولاً: تعريف مجتمع وعينة الدراسة
33	ثانياً: طريقة جمع البيانات
33	المطلب الثاني: منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات
33	أولاً: منهج الدراسة المتبع
33	ثانياً: أدوات جمع البيانات
35	ثالثاً: متغيرات الدراسة والنموذج النظري للدراسة
36	رابعاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل المعطيات
38	المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة
38	أولاً: اختبار اعتدالية التوزيع الطبيعي

38.....	ثانيا: صدق أداة الدراسة
39.....	ثالثا: ثبات أداة الدراسة
41.....	المبحث الثالث: عرض ومناقشة نتائج الدراسة
41.....	المطلب الأول: وصف الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة
47.....	المطلب الثاني: دراسة وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة
47.....	أولا: تحليل البيانات المتعلقة بتقييم محور إدارة المعرفة
49.....	ثانيا: تحليل البيانات المتعلقة بتقييم محور الإبداع للمؤسسة
50.....	المطلب الثالث: اختبار الفرضيات
50.....	أولا: اختبار التعددية الخطية
51.....	ثانيا: اختبار الفرضية الرئيسة الأولى
52.....	ثالثا: اختبارات الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الأولى
57.....	رابعا: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية
65.....	الخاتمة
67.....	قائمة المراجع
70.....	قائمة الملاحق

قائمة الجداول

32	الجدول رقم 1: عينة الدراسة
38	الجدول رقم 2: مقياس درجة الموافقة
38	الجدول رقم 3: نتائج اختبار Skewness & Kurtosis
39	الجدول رقم 4: معاملات الارتباط بين محاور الدراسة
39	الجدول رقم 5: نتيجة اختبار Cronbach's Alpha
41	الجدول رقم 6: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس
42	الجدول رقم 7: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر
43	الجدول رقم 8: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي
44	الجدول رقم 9: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نمط التوظيف
45	الجدول رقم 10: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المنصب الوظيفي
46	الجدول رقم 11: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية
47	الجدول رقم 12: تقييم إجابات أفراد العينة حول محور إدارة المعرفة
49	الجدول رقم 13: تقييم إجابات أفراد العينة حول محور الإبداع للمؤسسة
50	الجدول رقم 14: جدول يوضح نتائج اختبار التعددية الخطية
51	الجدول رقم 15: يوضح نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الرئيسية
52	الجدول رقم 16: نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الأولى
53	الجدول رقم 17: نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الثانية
54	الجدول رقم 18: نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الثالثة
55	الجدول رقم 19: نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الرابعة
56	الجدول رقم 20: نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الخامسة
57	الجدول رقم 21: نتائج اختبار T-Test
58	الجدول رقم 22: نتائج اختبار One way ANOVA للفرضية الفرعية 2.2
59	الجدول رقم 23: نتائج اختبار One way ANOVA للفرضية الفرعية 3.2
60	الجدول رقم 24: نتائج اختبار One way ANOVA للفرضية الفرعية 4.2
61	الجدول رقم 25: نتائج اختبار One way ANOVA للفرضية الفرعية 5.2
62	الجدول رقم 26: نتائج اختبار One way ANOVA للفرضية الفرعية 6.2

قائمة الأشكال

29.....	الشكل رقم 1: الهيكل التنظيمي للشركة محل الدراسة
35.....	الشكل رقم 2: نموذج الدراسة المقترح
41.....	الشكل رقم 3: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس
42.....	الشكل رقم 4: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر
43.....	الشكل رقم 5: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي
44.....	الشكل رقم 6: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نمط التوظيف
45.....	الشكل رقم 7: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المنصب الوظيفي
46.....	الشكل رقم 8: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية

قائمة الملاحق

70.....	الملحق رقم 1: استمارة الاستبانة.....
74.....	الملحق رقم 2: مخرجات SPSS
84.....	الملحق رقم 3: استمارة التحكيم.....
85.....	الملحق رقم 4: اتفاقية التريص

المقدمة

المقدمة

تشهد بيئة الأعمال اليوم مجموعة من التغيرات التي تؤثر في شتى مجالات الحياة، بسبب التطورات المتسارعة في المجال المعرفي وفي العديد من المجالات الأخرى، خصوصاً مع بروز مصطلح الاقتصاد المعرفي ومما لا شك فيه أن إدارة المعرفة في السنوات الأخيرة شهدت اهتماماً كبيراً من قبل المفكرين و المنظمات، حيث أصبح هناك توجه واضح من الجميع نحو فهم دور المعرفة في نجاح الأعمال وتطور المجتمعات واستثمارها في تحقيق التقدم ومحاوله الحصول على استفادة قصوى من استخدامها، إلا أن هذا لم يكن كافياً حيث تم الانتباه لأهمية الإبداع كضرورة للبقاء سواء بالنسبة للأفراد أو المنظمات أو المجتمعات، حيث يعتبر الإبداع أداة هامة من أدوات التعامل مع التطورات الجديدة كما يعد أداة خاصة في أيدي المنظمات وتحديد المنظمات التي تسعى للريادة من أجل تطوير قدراتها الإبداعية وبالتالي تحقيق أهدافها المسطرة عن طريق توفير بيئة محفزة للابتكار وتشجيع الأفراد على تجربة أفكار جديدة واستخدام المعرفة المتاحة لديهم في إيجاد حلول مبتكرة للتحديات والمشكلات التي تواجه المؤسسات فشركة جودي للمشروبات الغازية في تبسة تعمل في بيئة سريعة التغير، وتحتاج أيضاً إلى الاستفادة من الإبداع والاستفادة القصوى من مخزون المعرفة الخاص بها. وبالتالي، فإنها ملزمة بتطوير الإبداع للاستفادة من نتائجه، وتحقيق ذلك من خلال تطبيق إدارة المعرفة.

سنحاول من خلال هاته الدراسة معرفة دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية، وهذا بدراسة نظرية شاملة وبإسقاطها تطبيقياً على مستوى المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية – تبسة.

1. إشكالية الدراسة:

في ضوء ما سبق تبلور الإشكالية على النحو التالي: ما هو دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية – تبسة؟

ويتفرع عن الإشكالية السابقة التساؤلات الفرعية التالية:

- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تشخيص المعرفة والإبداع عند مستوى الدلالة 0.05؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اكتساب المعرفة والإبداع عند مستوى الدلالة 0.05؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين توليد المعرفة والإبداع عند مستوى الدلالة 0.05؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تخزين المعرفة والإبداع عند مستوى الدلالة 0.05؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق المعرفة والإبداع عند مستوى الدلالة 0.05؟

2. فرضيات الدراسة: من أجل الإجابة عن الإشكالية وتساؤلاتها الفرعية، تم وضع الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الرئيسية 1: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين إدارة المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية – ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفرضيات الفرعية 1 :

– توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تشخيص المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية – ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

– توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين اكتساب المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية – ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

– توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين توليد المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية – ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

– توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تخزين المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية – ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

– توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تطبيق المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية – ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

– الفرضية الرئيسية 2: – توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اجابات العينة حول محوري ادارة المعرفة والابداع في شركة جودي للمشروبات الغازية- تبسة حسب المتغيرات الشخصية عند مستوى دلالة إحصائية $\alpha \leq 0.05$

– الفرضيات الفرعية 2:

– توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة على محوري إدارة المعرفة والإبداع تبعا لمتغير الجنس عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

– توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة على محوري إدارة المعرفة والإبداع تبعا لمتغير العمر عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

– توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة على محوري إدارة المعرفة والإبداع تبعا لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

– توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة على محوري إدارة المعرفة والإبداع تبعا لمتغير نمط التوظيف عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة على محوري إدارة المعرفة والإبداع تبعاً لمتغير المنصب الوظيفي عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة على محوري إدارة المعرفة والإبداع تبعاً لمتغير الخبرة المهنية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

3. أهمية الدراسة:

تتجلى دراستنا في أهمية إدارة المعرفة في خلق الإبداع، إذ يعتبر الإبداع من المواضيع المهمة والمشوقة ومن خلال دراستنا نسعى للتوصل إلى:

- فهم موضوع إدارة المعرفة والإبداع.
- تزايد الاهتمام بمواضيع إدارة المعرفة والإبداع على مستوى المؤسسات ومحاولة العديد منها تبني برامج إدارة المعرفة وتطبيقها في بعض الأنشطة وتحقيق نجاحا ملموسا في أعمالها.
- تعزيز وجهة النظر حول عمليات إدارة المعرفة ومراحل الإبداع.

4_ أهداف الدراسة:

إن الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو معرفة دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية، أما الأهداف الفرعية تتمثل في:

- تقديم الإطار المفاهيمي لإدارة المعرفة والإبداع.
- الإجابة على التساؤلات الفرعية للدراسة.
- محاولة التعرف على كيفية استخدام إدارة المعرفة لتعزيز الإبداع.

5_ أسباب اختيار الموضوع:

يرجع اختيار هذا الموضوع للأسباب التالية:

- ملائمة البحث مع تخصصنا في إدارة الأعمال.
- الرغبة على الاطلاع على الموضوع والتعرف على الطريقة التي تتبعها المؤسسة لتفعيل الإبداع من خلال إدارة المعرفة.
- جذب موضوع إدارة المعرفة لاهتمام الباحثين والمدراء.
- الاقتناع بأهمية إدارة المعرفة في بناء الكفاءات والقدرات داخل المؤسسة.

6_ حدود الدراسة :

بهدف الإحاطة بإشكالية الدراسة ولفهم جوانبها حددنا مجال دراستنا فيما يلي:

- حدود مكانية: اقتصر المجال المكاني في هذه الدراسة على المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية -تبسة.
- حدود زمانية: طبقت هذه الدراسة في توقيت زمني محدد مع المؤسسة خلال شهر ماي سنة 2023، حيث خصصت هذه الفترة للدراسة الاستطلاعية وتوزيع استمارة الاستبانة على موظفي المؤسسة.

7_ منهج الدراسة :

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي في الجزء النظري والمنهج التحليلي في الجزء التطبيقي نظرا لمناسبة هذان المنهجين مع طبيعة وأهداف الدراسة، حيث تم استخدام مجموعة من الأدوات كالاستبيان من اجل الحصول على معلومات وكذلك برنامج SPSS في المعالجة الإحصائية.

8_ هيكل الدراسة:

للإحاطة بموضوعنا وللإجابة على الإشكالية قمنا بتقسيم بحثنا إلى فصلين:

الفصل الأول هو نظري سنعرض فيه ثلاث مباحث، الأول سيكون حول إدارة المعرفة من نشأة ومفهوم وأهمية وأهداف وكذلك مراحلها وعملياتها وما تحتويه من مبادئ ومتطلبات، أما في المبحث الثاني فهو الإطار النظري للإبداع يشتمل على مفهومه وأهميته وأهدافه وكذلك أنواعه واستراتيجياته، أما بالنسبة للمبحث الثالث سوف نتطرق إلى أهم الدراسات السابقة للمتغيرين بالإضافة إلى المقارنة بين دراستنا ودراسات السابقة وكذلك ما يميز دراستنا على دراسات السابقة.

والفصل الثاني هو فصل تطبيقي مبحثه الأول مخصص للمؤسسة محل الدراسة من نشأة وتعريف وأهداف والهيكلة التنظيمي للمؤسسة والمهام التي تقوم عليه المؤسسة، والمبحث الثاني سنتعرض فيه إلى مجتمع وعينة الدراسة وكذلك منهج الدراسة وجمع البيانات بالإضافة إلى صدق وثبات أداة الدراسة أما المبحث الثالث مخصص لعرض ومناقشة نتائج الدراسة واختبار الفرضيات.

9_ صعوبات الدراسة:

- انعدام التفاعل والاهتمام بنا وتقديم معلومات شبه منعدمة في شركة جودي للمشروبات الغازية ولاية تبسة.
- الإجابة على الاستبانة بشكل اعتباطي مع ضياع معظم الاستبيانات من طرف شركة جودي للمشروبات الغازية ولاية تبسة.

الفصل الأول

الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة
والإبداع

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

تمهيد

تعد إدارة المعرفة والإبداع من المفاهيم المهمة في عالم الأعمال والمؤسسات، حيث تلعب دورا حيويا في تعزيز الابتكار والتطوير وزيادة القدرة التنافسية، ومن خلال هذا الفصل سنحاول استكشاف دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع وتحليل أهم الاستراتيجيات والأدوات التي يمكن استخدامها في تطوير الإبداع داخل المؤسسات.

يتكون هذا الفصل من ثلاثة مباحث، حيث سيتم في المبحث الأول الحديث عن إدارة المعرفة من شتى الجوانب مع تقسيم ذلك في ثلاث مطالب تشمل كل من أهمية وأهداف ومراحل ومبادئ وكذا تناولنا في المبحث الثاني الإبداع وقسم إلى ثلاث مطالب شملت تعريف الإبداع وأهميته وأهدافه بالإضافة إلى أنواعه واستراتيجياته، وفي المبحث الثالث سيتم استعراض الدراسات السابقة المحلية والأجنبية المتعلقة بالمتغيرين هما إدارة المعرفة والإبداع، وتحليل نتائجها وتوصياتها.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لإدارة المعرفة

تمهيد:

تعد إدارة المعرفة من أحدث المفاهيم الإدارية التي شهدت تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة باعتبارها عاملا مهما من عوامل النجاح لكل المؤسسات في القطاعين العام والخاص، ومن خلال ما سبق تم تقسيم المبحث إلى ثلاثة مطالب وهي:

- **المطلب الأول:** مدخل إلى إدارة المعرفة.
- **المطلب الثاني:** أهمية إدارة المعرفة وأهدافها.
- **المطلب الثالث:** سياسات وآليات إدارة المعرفة.

المطلب الأول: مدخل لإدارة المعرفة

قبل التعرف على إدارة المعرفة يجب اللجوء أولا لتعريف المعرفة؛

1- ماهية المعرفة:

لقد عرف مجال إدارة الأعمال في الآونة الأخيرة مفهوم جديد يعتبر من أحدث المتغيرات وأكثرها تعقيدا أولا وهو مفهوم المعرفة.

1-1- تعريف المعرفة:

أ- عرفت المعرفة بأنها: " البيانات والمعلومات والإرشاد والأفكار أو مجمل البنى الرمزية التي يحملها الإنسان أو يمتلكها المجتمع في سياق دلالي تاريخي محدد، وتوجه السلوك البشري فرديا ومؤسسي في مجالات النشاط الإنساني كافة في إنتاج السلع والخدمات، وفي نشاط المجتمع المدني والسياسي وفي الحياة الخاصة".¹

ب- كما نجد في قاموس راندوم هاوس يعرف المعرفة بأنها: " رأسمال اقتصادي، ومصدر إستراتيجي وعامل استقرار المؤسسة وتلعب دور أساسي في تحقيق ميزة تنافسية حاسمة".²

ومن خلال التعاريف السابقة نلاحظ أن المعرفة هي: "مجموعة البيانات والمعلومات والحقائق والمهارات المخزنة في عقول الأفراد".

1-2- خصائص المعرفة:

للمعرفة خصائص تميزها عن الأنشطة الأخرى، وقد تنوعت خصائصها تبعا لاختلاف وجهات النظر التي يحملها المهتمون والباحثون في هذا المجال حيث يشير هوسيل وبيل (hausel and bell) إلى مجموعة خصائص أساسية للمعرفة تمثلت فيما يلي:³

¹ محمد عواد الزيادات، الاتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 18.

² الأمين حلموس، دور إدارة المعرفة التسويقية باعتماد استراتيجية العلاقة مع الزبون في تحقيق الميزة التنافسية، أطروحة دكتوراه في علوم التسويق، طيب داودي كلية العلوم الاقتصادية، قسم علوم التسويق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ص 29.

³ محمد عواد الزيادات، مرجع سبق ذكره، ص 24-25.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

أ- المعارف يمكن أن تولد: إن بعض الشركات لديها خصوبة ذهنية مما يجعلها قادرة على توليد المعرفة الجديدة، وهذا ما يمثله الأفراد المبتكرون في الشركة الذين يتم التعويل عليهم في عملية استدامة الابتكار وتوليد المعرفة؛

ب- المعرفة يمكن أن تموت: وكما تولد المعرفة فإنها تموت أيضا، فبعض المعارف تموت بموت الشخص والبعض الآخر يموت بإحلال معارف جديدة محل القديمة لتتقاعد عن الاستخدام؛

ج- المعرفة يمكن أن تمتلك: بفعل معدلات التعليم العالي فإن أغلب المعارف ذات القيمة من أجل زيادة ثروة الشركات يتم الإمساك بها، والشركات تمارس دورا كبيرا في تحويل المعرفة التي تمتلكها إلى براءات الاختراع أو أسرار تجارية تتمتع بالحماية القانونية شأنها الملكية المادية؛

د- المعرفة متجذرة في الأفراد: ليس كل المعرفة في الشركة هي صريحة ومنظورة، فالكثير من المعرفة التنظيمية يحتفظ بها شكل خلاق في رؤوس الأفراد، فهناك معرفة فطرية متجذرة نحن مزودون بها، كإمكانيات ذهنية وهي قابلة للتحويل إلى المعرفة صريحة ومنظورة؛ هـ- المعرفة يمكن أن تخزن: إن المزيد من المعرفة يتم تخزينه خارجيا وإن ما تم تخزينه خلال العشرين سنة الماضية هو أكثر مما استطاعت البشرية من خلال تاريخها السابق أن تقوم بخزنه، وهذا الخزن كان في الورق، الأقلام، الأنشطة والآلات وسائر الخزن الإلكترونية في وقت أصبح ما يقرب من 11 ألف موقع (web)، جديد في الأسبوع يضاف على الإنترنت؛

و- المعرفة يمكن أن تصنف: فإلى جانب المعرفة المتجذرة (الضمنية) والمعرفة خارجية (الصريحة) هناك أنماط أخرى من تصنيفات المعرفة كما هو الحال في المعرفة الأدلة والمعرفة العلمية (knowledge process)

تتعلق بكيفية عمل الأشياء ومعرفة المهارة والمعرفة كيفية عمل الأشياء بالطريقة ذات قيمة للشركة، ومعرفة الأفراد وهي كل المعرفة المتعلقة بالرؤية، حدس العلاقات التي تستخدم في العمل؛

ن- المعرفة قابلة للتطبيق: أي أن المعرفة يمكن أن تجسد صاحبها في أعمالها؛¹

ي- قابلية المعرفة للاستنساخ: أي أن المؤسسة إذا ما استطاعت تخزين المعارف التي يتوفر عليها عاملوها، فإنها بذلك تستطيع أن تجعل منها عدة نسخ وبتكاليف منخفضة.

1-3- أهمية المعرفة:

تتمثل أهمية المعرفة فيما يلي:²

- الزيادة المستمرة والسريعة في استخدام مضامين المعرفة؛
- تمثل المعرفة العلمية الأساس المهم في تحقيق الابتكارات والاكتشافات والاختراعات التكنولوجية؛
- الزيادات المستمرة في الاستثمارات ذات الصلة المباشرة في المعرفة؛
- الزيادات المستمرة في المؤسسات والمشروعات التي تعمل في مجال المعرفة؛
- الزيادات المستمرة في إعداد العاملين في مجالات المعرفة؛
- تعتبر موردا اقتصاديا هام وعنصر أساسي من عناصر الإنتاج.

¹ حسين عجالات حسن، استراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال، دار النشر والتوزيع، المكتبة الجامعية، عمان، الأردن، 2008، ص 30.

² بن دجوبة حميد، دوح بلقاسم، إدارة المعرفة لتحسين أداء المنظمات، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد (311)، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، ص 128.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

1-4- مصادر المعرفة:

لابد من الإشارة إلى أهم مصادر المعرفة والتي تنقسم إلى قسمين:

أ - **المصادر الداخلية:** وهي تلك 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 أمثلها "المكتبات، الانترنت، والقطاع التي تعمل فيه المنظمة والمنافسون لها والموردون والزبائن والجامعات ومراكز البحث العلمي، حيث تعمل الأفراد على مختلف مستوياتهم التنظيمية ومن خلال أحد أو المدركات الحسية (السمعية، البصرية، اللمس، الذوق، الشم) على اكتشاف البيانات وحوادث من البيئة ومن خلال قدراتهم الإدراكية والفهمية مثل (التأمل، الفهم، حكم) يستطيعون معالجة هذه البيانات وتحويلها إلى تفسير هذه المعلومات ووضعها في معنى لتتحول إلى المعرفة، والاختلافات في مستوى هذه المعرفة يتوقف على اختلاف في الوسائل¹

ب- **المصادر الداخلية:** حيث تعد المعرفة الضمنية أحد أهم المصادر الداخلية لاكتساب المعرفة التي يعتبر الأفراد مصدرها الأساسي باعتبارهم صناع المعرفة وذلك من خلال (خبراتهم، معتقداتهم، افتراضاتهم، ذكرتهم ومذكراتهم) وفي أغلب الأحيان يكون هذا النوع الصعب نقله وشرحه في الوقت نفسه لذلك قد يكون لهذا النوع منافع كثيرة لصالح المنظمة.²

1-5- تصنيفات المعرفة:

يتم تصنيف المعرفة إلى نوعين رئيسيين وهما:³

أ- **المعرفة الصريحة:** الخبرات والتجارب المحفوظة في كتب والوثائق أو أية وسيلة أخرى سواء كانت مطبوعة أو إلكترونية وهذا النوع من المعرفة من السهل الحصول عليها والتلفظ به بوضوح ونشره؛

ب: **المعرفة الضمنية:** المعرفة الموجودة في عقول الأفراد والمكتبة من خلال تراكم خبرات سابقة، وغالبا ما تكون ذات طابع شخصي مما يصعب الحصول عليها على الرغم من قيمتها البالغة لكونها مخزنة داخل عقل صاحب المعرفة.

أولا: نشأة إدارة المعرفة:⁴

تعتبر إدارة المعرفة قديمة وجديدة في الوقت نفسه، فقد درج الفلاسفة على الكتابة في هذا الموضوع منذ آلاف السنين، وذلك الاهتمام بعلاقة المعرفة ببيكلية أماكن العمل هي جديدة نسبيا. ومن المؤكد أن الكثير قد كتب عن هذه العلاقة، ولكن معظمه كان خلال السنوات القلائل الماضية ومنذ مطلع التسعينات في القرن المنصرم في عام 1980. وفي المؤتمر الأمريكي الأول للذكاء الاصطناعي. أشار أدوارد فراينبوم (Edward fraynbom) إلى عبارته الشهيرة "المعرفة قوة" ومنذ ذلك الوقت ولد حقل معرفي جديد أطلق عليه "هندسة المعرفة". ومع ولادته استحدثت سيرة وظيفية جديدة هي مهندس المعرفة، وفي عام 1997 ظهر حقل جديد آخر نتيجة لإدراك تطور التغيير في عناوين الدوريات المتعلقة بالموضوع من بينها كمثال، تغيير عنوان مجلة، تغيير وإعادة هندسة إدارة ومعالجة المعرفة. وفي النصف الأخير من التسعينات أصبح موضوع إدارة المعرفة من المواضيع المهمة والأكثر ديناميكية في الإنتاج الفكري في الإدارة.

¹ محمد عواد الزيادات، مرجع سبق ذكره، ص 45.

² الأمين حلموس، مرجع سبق ذكره، ص 42.

³ مسلم عبد الله حسن، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، دار المعتر لنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص 22.

⁴ ربحي مصطفى عليان، إدارة المعرفة، كلية التخطيط والإدارة، جامعة البلقاء التطبيقية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

ثانياً: مفهوم إدارة المعرفة:

1- تعريف إدارة المعرفة:

هناك عدة تعاريف لإدارة المعرفة منها ما يلي:¹

- وفق موسوعة الإدارة " **Encyclopedia of Management** ": إن إدارة المعرفة تشير إلى جهود المنظمة

الإستراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية وذلك باستغلال أصولها الفكرية التي يحملها العاملين والزبائن والاستفادة من الدروس؛

- وفق كوينغ "Koeing": إن إدارة المعرفة اشتقت من رأس المال الفكري وتوسعت عنه وركزت على الاكتساب والمشاركة

بالمعرفة وتوسع المفهوم ليشمل إمكانيات رأس المال الفكري والتمكين من إعادة استعماله والحفاظة عليه وهيكله المعرفة وتطوير رأس المال الفكري؛

- إدارة المعرفة هي إدارة المنظمة تجاه التجديد المستمر لقواعد المعرفة لدى المنظمة وهذا يشير إلى ضرورة إيجاد الهيكل التنظيمي

المساعد على ذلك الذي يقدم التسهيلات لأعضاء المنظمة؛

- إدارة المعرفة عبارة عن عملية تعمل على تعزيز بناء مدخل متكامل لتحديد وانتزاع موجودات المعلومات لمشروع ما والتشارك

فيها وتقييمها

-إدارة المعرفة هي استخدام المعرفة والكفاءات والخبرات المجمعمة المتاحة داخليا وخارجيا أمام المنظمة كلما تطلب الأمر فهي

تتضمن توليد المعرفة وانتزاعها ونقلها بشكل نظمي بالإضافة إلى التعلم من أجل استخدام المعرفة وتحقيق الفائدة للمنظمة؛

-إدارة المعرفة هي فئة تحويل الموجودات الفكرية إلى قيمة الأعمال.

- وتم تعريفها أيضا: على أنها نهج تعاوني ومتكامل لإنشاء الأصول الفكرية للمؤسسة والتقاطها وتنظيمها والوصول إليها

باستخدامها، من أجل توفير تدفق مستمر للمعرفة إلى أشخاص مناسبين في الوقت المناسب.²

نلاحظ من خلال التعاريف السابقة أن إدارة المعرفة هي عبارة عن دمج بين نظم المعلومات وخبرات العمل التي بدورها تساعد

المنظمة على تنظيم وتحليل وابتكار المعلومات بصورة أفضل.

¹ عبد الرحمان الجاموس، إدارة المعرفة في منظمات الأعمال، قسم إدارة الأعمال، جامعة حلب، دار وائل للنشر والتوزيع، سورية، 2013، ص 208.

² Elsevier Butterworth-Heinemann, **Knowledge management in the theory and practice**, KIMIZ DALKIR, McGill university, Amsterdam, 2005, p 04.

2- خصائص إدارة المعرفة:

تتميز إدارة المعرفة بالعديد من الخصائص نذكر منها ما يلي:¹

أ- الاهتمام بمصادر المعرفة الداخلية: والتي تتمثل في الأفراد ذوي الاختصاصات والقدرات التي يوظفونها في أنواع متميزة من الأنشطة؛

ب- دراسة وتحليل مصادر المعرفة الخارجية: يمكن للإدارة الاستفادة من رصيد الفكر والمعرفة المتاحة لها في القدرة على تفهم الظروف المحيطة والكشف عن سبل تطويرها وابتكار الأفضل من الأدوات والآليات لاستثمار الفرص المتاحة؛

ج- المعرفة في تطور مستمر: إن ما يتحقق للإدارة من معرفة ينبغي أن ينعكس على المنظمة فيعيد تشكيلها وترتيب أوضاعها لتناسب مع معطيات العصر وبالتالي تصل الإدارة إلى اكتشاف حقيقة أهم وهي التعلم التنظيمي؛

د- المعرفة أساس تكوين المزايا التنافسية للمنظمات؛

هـ- المعرفة مبنية على الخبرة وقابلة للتخزين في شكل ملفات مكتوبة؛

و- المعرفة قابلة للانتقال، للتوليد، للزوال والامتلاك.

المطلب الثاني: أهمية إدارة المعرفة

من خلال هذا العنصر سوف نتطرق إلى أهمية إدارة المعرفة وأهدافها.

أولاً: أهمية إدارة المعرفة

يمكن إجمال أهمية إدارة المعرفة في النقاط التالية:²

أ- تبسيط العمليات وخفض التكاليف عن طريق التخلص من الإجراءات المطلوبة أو غير ضرورية، كما تعمل على تحسين خدمات العملاء عن طريق تخفيض الزمن المتفرق في تقديم خدمات مطلوبة؛

ب- زيادة العائد المادي عن طريق تسويق المنتجات وخدمات بفاعلية أكثر بتطبيق المعرفة المتاحة، واستخدامها في التحسين المستمر وابتكار منتجات وخدمات جديدة؛

ج- تبني فكرة الإبداع عن طريق تشجيع مبدأ تدفق الأفكار بالحرية، فالإدارة المعرفة أداة تحفيز المنظمات على تشجيع القدرات الإبداعية لمواردها البشرية لخلق معرفة جيدة والكشف المسبق عن العلاقات غير المعروفة والفجوات في توقعاتهم؛

د- تنسيق أنشطة المنظمة المختلفة في اتجاه تحقيق أهدافها؛

¹ زينة بن وسعد، هاجر بوزيان الرحمان، إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة العلوم الإدارية والمالية، المجلد 02، العدد 01، جامعة بلحاج بوشعيب تيموشنت، الجزائر، 2018/06/30، ص 396.

² مسلم عبد الله حسن، مرجع سبق ذكره، ص 28-29.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

ك- أداة الاستثمار رأس المال الفكري للمنظمة، ومن خلال جعل الوصول إلى المعرفة المتولدة عنها بالنسبة للأشخاص الآخرين المحتاجين إليها عملية سهلة وممكنة؛

هـ- تحديد المعرفة المطلوبة وتوثيق المتوافر منها وتطويرها والمشاركة فيها وتطبيقها وتقييمها؛

ن- تعزيز قدرة المنظمة للاحتفاظ بالأداء المنظم المعتمد هي الخبرة والمعرفة وتحسينه؛

و- تحفيز المنظمات على تجديد ذاتها ومواجهة التغييرات البيئية غير المستقرة؛

ي- إتاحة فرصة للحصول على ميزة تنافسية دائمة للمنظمات غير مساهمتها في تمكين هذه المنظمات من تبني المزيد من الإبداعات المتمثلة في طرح سلع وخدمات جديدة.

ثانياً: أهداف إدارة المعرفة

تتمثل أبرز الأهداف لإدارة المعرفة فيما يلي:¹

- تساعد على تحقيق الكفاءة الإنتاجية؛
- توليد المعرفة اللازمة لتحويل المعرفة وتحقيق عمليات التعلم؛
- نشر المعرفة وتوزيعها على الجهات ذات علاقة سحب الحاجة؛
- تجديد وتطوير المعرفة بشكل مستمر؛
- حفظ المعرفة وتخزينها؛
- تغيير السلوك تجاه الأفضل؛
- فتح فرصة للمؤسسات للتحويل من الاقتصاد التقليدي للاقتصاد العالمي الجديد؛

يشير (Holsapple & Singh) الأهداف التالية:²

- السعي لإيجاد القيادة القادرة على البناء المعرفي، ويتولى عملية إدارة النشاطات كافة ذات العلاقة بإدارة المعرفة؛
- تعتبر إدارة المعرفة دليل العمل الجيد؛
- تحقيق الأهداف الاقتصادية للمؤسسة؛
- تسهيل عملية تقاسم المعرفة؛
- تساعد على بناء ما يسمى بمختصي المعرفة وهم الأشخاص الذين لديهم معلومات حول موضوع أو تخصص ما؛
- إيجاد فاعلية لتجميع وتوثيق ونقل الخبرات التراكمية المكتسبة من أثناء الممارسة اليومية؛
- تكوين مصدر موحد للمعرفة.

¹ بن دجوبة حميد، دواح بلقاسم، مرجع سبق ذكره، ص 130.

² ربحي مصطفى عليان، مرجع سبق ذكره، ص 158.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

المطلب الثالث: سياسات وآليات إدارة المعرفة

تعتبر إدارة المعرفة مرآة عاكسة للعمل الجيد في المؤسسة وعن طريقها يتم تحقيق مختلف أهداف المؤسسة لذلك وجب إتباع مجموعة من السياسات والآليات والارتكاز على مجموعة من المبادئ وإتباع عدة مراحل للوصول إلى مبتغى المؤسسة.

أولاً: مراحل إدارة المعرفة وعملياتها

1- مراحل إدارة المعرفة:

تتجلى مراحل إدارة المعرفة فيما يلي:¹

أ- مرحلة المبادأة: وفي هذه المرحلة تدرك المنظمة أهمية إدارة المعرفة التنظيمية والإعداد لجهود إدارتها، وتشجيع الضغوط البيئية مثل العوامل الاجتماعية الاقتصادية المتغيرة والفنية والتنافس العالمي وحاجات العملاء المرتكزة على المعرفة في تطبيق إدارة المعرفة وتكمن القضية الرئيسية في إدارة هذه المرحلة في كيفية إعداد المنظمة، وتعتبر إدارة المعرفة نشاطاً اجتماعياً يتطلب مشاركة كل الأفراد فيه ويتم تسهيل عملية تدعيم الالتزام والمشاركة عندما يتفق جميع الأفراد حول نفس الهدف والرؤية، وبالتالي ينبغي على المنظمة تحديد الأهداف والرؤى المشتركة لإدارة المعرفة وبثها عبر قنوات الاتصال المفتوحة حتى يستطيع جميع الأفراد العاملين إدراكها وتحتاج المنظمة إلى وضع خطة طويلة المدى للتغيير التنظيمي من خلال إدارة المعرفة التنظيمية بطريقة إستراتيجية ونظامية، ويعتبر بناء فرق عمل في هذه المرحلة أمراً ضرورياً حتى يتم الاستفادة من قوى العمل الموجودة في أنجاز الأعمال؛

ب- مرحلة الانتشار: وتحاول المنظمة في هذه المرحلة البدء في استثمار وضع البنية الأساسية للمعرفة بهدف تسهيل وتحفيز أنشطة المعرفة وتحتوي البنية على استخدام تكنولوجيا المعلومات وخصوصاً الاتصال وتكنولوجيا قاعدة البيانات لتسهيل وتدعيم أنشطة إدارة المعرفة ويمثل تطبيق نظام المعرفة ونظم التخزين لتنظيم وترتيب موارد المعرفة أكثر المداخل شيوعاً؛

ج- مرحلة التكامل: ويتم في هذه المرحلة النظر إلى أنشطة المعرفة على أنها أنشطة يومية لدى المنظمة، وتركز الإدارة على تكامل المعرفة التنظيمية وعلى أنشطتها مما ينعكس على مستواها ومدى تراكمها، وينصب الاهتمام الرئيسي للمديرين في هذه المرحلة على كيفية إحداث نوع من التكامل بين المعرفة الموزعة وتجميعها في منتجات معرفية وخدمات وعمليات خاصة بالمعرفة وينبغي على المنظمة أن تراقب المعرفة والأنشطة المرتبطة بها بصورة مستمرة طالما أن كلا من بيئتها ومنتجاتها تتفق مع متطلبات السوق؛

د- مرحلة التداخل: وتعتبر هذه المرحلة آخر مراحل إدارة المعرفة التي تمثل التكامل الخارجي، حيث تحاول المنظمة أن تتكامل مع بعض المنظمات والأفراد الخارجيين عنها مثل الموردين والعملاء والمؤسسات البحثية والجامعات الأخرى، وفي هذه الحالة توفر المنظمة الموارد والوقت والأنشطة لتحسين الأداء للوصول إلى المستوى العالمي بما يتناسب مع المنافسة بين التنظيمات المختلفة، وكذلك تركز على المعرفة الرئيسية ومحاولة إدخال معارف جديدة من المنظمات الأخرى.

¹ ربحي مصطفى عليان، مرجع سبق ذكره، ص، 173-175.

2- عمليات إدارة المعرفة:

تتم عمليات إدارة المعرفة وفق ما يلي:¹

أ- تشخيص المعرفة: ويقصد فيها تحديد نوعية المعرفة المطلوبة التي تسعى المؤسسة لتحقيقها وتحديد مصادرها وطرق الحصول عليها، أي تحديد الأشخاص الحاملين لها ومواقعهم ومكان هذه المعرفة في قواعد البيانات والمعلومات وكذلك تحديد المعرفة الملائمة لوضع الحلول للمشكلة التي تواجهها المؤسسة؛

ب- توليد المعرفة: وتعني إبداع المعرفة من خلال مشاركة الأفراد وفرق العمل وجماعات العمل الداعمة لتوليد رأس مال معرفي ضمن مناخ من الممارسات الإيجابية التي تساهم في تعريف المشكلات وإيجاد الحلول الجديدة بأسلوب ابتكاري لضمان التفوق في الانجاز؛

ج- خزن المعرفة: هي العمليات التي تتضمن الاحتفاظ والإدامة والبحث والوصول والاسترجاع والمكان، والمؤسسات قد تواجه خطر فقدان المعرفة نتيجة مغادرة الأفراد وهذا يتطلب المحافظة على المعرفة التراكمية خاصة في المؤسسات التي فيها معدلات لدوران العمل؛

د- توزيع المعرفة: تنمو المعرفة نتيجة الاستخدام والمشاركة، وازدياد الأفكار والخبرات والمهارات بين الأفراد تصبح معرفة تشاركية وتشمل عملية توزيع المعرفة عمليات التوزيع والنشر والمشاركة والتدفق والنقل والتحرك؛

هـ- تطبيق المعرفة: ويقصد بها استثمار المعرفة، أي تحويل المعرفة إلى حالة تنفيذية فالمعرفة التي لا تتحول للتنفيذ هي مجرد تكلفة، والفجوة بين ما تعرفه وبين ما تنفذه هو أحد أهم معايير التقييم المجال الإداري؛

ن- اكتساب المعرفة: تشير هذه العملية إلى عملية اكتساب المعرفة سواء مت خلال إجراء المزيد من الدراسات أو من خلال التدريب خارج العمل، وهذا أمر بالغ الأهمية لبقاء كل منظمة، فالمنظمة التي لا تحدث نفسها من حيث تنمية المهارات ستتجه نحو الإخفاق، وأحياناً يمكن أن تواجه منظمة مشكلة خطيرة تتطلب الاهتمام من متخصص، دون أن يكون لديه فكرة أن بإمكان أحد الموظفين يمكنه التعامل مع مثل هذه المشاكل، وعليه يمكن حل المشكلة من قبل هذا الموظف، وتصبح معرفة جديدة ينبغي أن يكتسبها الجميع للتعامل مع الحالات المشابهة التي قد تحصل مستقبلاً؛

ي- مشاركة المعرفة وتبادلها: ويعني أن أصحاب المصلحة التنظيمية يمكن نشر المعرفة المكتسبة من خلال التدريب أو من خلال خبرتهم الخاصة إلى الموظفين الآخرين لاستخدامها لحل المشكلة، ويرى تايلور أن تبادل المعرفة ينشأ من جهود الفرد لنقل المعرفة إلى الآخرين داخل المنظمة، بالاعتماد على التدريب والخبرة ولا يمكن أن تكون المعرفة غير متوفرة النقل، ولكن ما هو متاح منها يمكن نقله أو مشاركته مع الزملاء.

¹ فلحة بركات سالم أبو تايه، عمليات إدارة المعرفة وعلاقتها بالولاء التنظيمي لدى معلمي مدارس البادية م وجهة نظرهم، رسالة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التربية، تخصص الإدارة والقيادة التربوية، قسم الإدارة والمناهج، كلية العلوم التربوية، جامعة الشرق الأوسط، كانون الثاني 2022، ص، 13-14.

ثانياً: مبادئ إدارة المعرفة ومتطلباتها

ومن خلال هذا العنصر سوف نتطرق إلى التعرف إلى مبادئ إدارة المعرفة ومتطلباتها.

1- مبادئ إدارة المعرفة: هناك عدة مبادئ لإدارة المعرفة نذكر منها ما يلي:¹

- إن إدارة المعرفة مكلفة بتعدد المصادر التي يكوها؛
- تتطلب إدارة المعرفة الفعالة حلولاً ناجمة عن تفاعل مشترك من قبل الأفراد والاستخدام التكنولوجي؛
- تتطلب إدارة المعرفة مديريين مدركين وواعين لأهمية المعرفة؛
- تستفيد إدارة المعرفة بدرجة أكبر من المعلومات المأخوذة من الأسواق أكثر مما تكتسبه من التدرج الوظيفي داخل المنظمة؛
- تعني إدارة المعرفة تحسين عمليات الإدارة، العمل؛
- يعتبر الوصول إلى المعرفة بداية الطريق فقط حيث إن إدارة المعرفة مستمرة ومتنامية؛
- تعتبر المعرفة قوة كاملة؛
- إن المعرفة تنظم نفسها بنفسها تلقائياً؛
- إدارة المعرفة تسعى للاستمرارية، فالمعرفة تريد أن تكون وتدوم كاستمرارية الحياة؛
- إن المعرفة تنتقل من خلال اللغة، فاللغة وسيلة لو من الخبرة ولا يمكننا بدونها إيصال ما نعرفه، ومن انتشار واتساع المعرفة التنظيمية أنه يجب علينا تطوير اللغات التي نستخدمها لوصف خبرة أعمالنا التي نقوم بتأديتها؛
- إن مسؤولية تطور المعرفة لا تقع على أحد بشكل فردي، فالمعرفة عملية اجتماعية ويعني ذلك أنه لا يستطيع أي شخص تحمل المسؤولية للمعرفة الجماعية؛
- إن الكيفية التي تعرف بها المعرفة تحدد الطريقة التي تدار بها، حيث إن مسألة المعرفة يمكن أن تمثل نفسها بالعديد من الطرق، فعلى سبيل المثال إن الاهتمام حول ملكية المعرفة لامتلاك معرفة تحميها براءة الاختراع وحقوق التأليف؛
- لا يستطيع أحد فرض الأحكام والقواعد والنظم، فإذا كانت المعرفة حقاً تنظم نفسها ذاتياً، فإن الطريقة الأكثر أهمية لتقدمها هي إزالة الحواجز التي تقف أمام التنظيم الذاتي. وفي بيئة مساندة، فإن المعرفة سوف تهتم بنفسها
- لا توجد وصفة سحرية لتحقيق المعرفة، فلا يوجد نهج فريد أو أسلوب مثلى لتطوير المعرفة، بل يجب دعمها وتعزيزها على مستويات متعددة وباستخدام العديد من الأساليب المتنوعة؛
- يوجد حل واحد للأمور المعرفية، فالمعرفة تتغير بشكل مستمر دائماً، حيث إن الأسلوب الأفضل لإدارتها في الوقت الحاضر هو ذلك الأسلوب الذي يترك الأمور تسير بينما تبقى الخيارات قائمة؛
- إن المعرفة لا تنمو إلى ما لا نهاية، ففي آخر الأمر تضع بعض المعرفة أو تفنى، تماماً كما تفنى الأشياء في الطبيعة، فعدم التعلم والاهمال فيه، واستمرارية استخدام الطرق القديمة للتفكير يؤديان إلى تراجع مجموعة المعرفة الكاملة التي تساهم في القدرة على إنماء وتطور المعرفة.

¹ أسهمان ماجد الطاهر، إدارة المعرفة، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 40-42.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

2_ متطلبات تطبيق إدارة المعرفة :

فيما يلي متطلبات تطبيق إدارة المعرفة:¹

أ- تكنولوجيا المعلومات: هي جميع من يستخدم من أجهزة الكمبيوتر والبرامج الحاسوبية التي تساعد في ضمان أمن كافة الإحصاءات المعلوماتية وتخزينها ووضعها في استعمال من قبل المستويات الإدارية والتي تمكنهم من تبادل المعلومات والتواصل مع بعضهم البعض من أجل الوصول إلى أعلى مستوى من الكفاءة الإنتاجية فلا يمكن التعامل اليوم مع الكم الهائل من المعلومات، فالأمر يحتاج إلى نظام إلكتروني متكامل للمعلومات يتيح للمستخدم إمكانية الوصول إلى معلومات في الوقت المناسب؛

ب- توفير الموارد البشرية اللازمة: لتحقيق إدارة المعرفة بشكل فعال، يجب توفير الموارد البشرية الملائمة، وتشمل هذه الموارد البشرية الفرق الإبداعية قادرة على إنتاج المعرفة ومشاركتها مع الآخرين، وخاصةً في سياق استخدام فرق العمل لتحقيق مهام تنظيمية فعالة، ينبغي لأفراد المؤسسة في مجال المعرفة أن يمتلكوا القدرة على تحديد المعلومات المطلوبة بدقة واستخدامها بشكل صحيح وفهم نتائج استخدامها. ونظرًا لأن التغيير في محتوى العمل يتطلب تطورًا في الموارد البشرية لمواكبة التطورات البيئية، فإن عملية خلق المعرفة تعتمد على نوع العلاقات بين أفراد المؤسسة وقيادتها. وبالتالي، فإنها تتطلب بيئة اجتماعية تشجع الإبداع والابتكار.

ج- الهيكل التنظيمي: يعتبر أحد العوامل الأساسية لتحقيق النجاح في أي مؤسسة، حيث يتضمن عناصر تعزز حرية العمل وتسمح بظهور الإبداع لدى الموظفين. يجب أن يتميز هذا الهيكل بالمرونة، مما يتيح لأفراد المؤسسة في مجال المعرفة أن يحرروا إبداعهم ويعملوا بجد لاكتشاف وتوليد المعرفة. يحكم الهيكل التنظيمي طرق الحصول على المعرفة والسيطرة عليها وإدارتها وتخزينها وتعزيزها وإعادة استخدامها. كما ينطوي على تحديد وتجديد الإجراءات وتوفير التسهيلات والوسائل المساعدة والعمليات اللازمة لإدارة المعرفة بطريقة فعالة وكفاءة، بهدف تحقيق القيمة الاقتصادية المجدية.

د- الثقافة التنظيمية: هي الهوية الفريدة للمؤسسة التي تعكس شخصيتها وتوجهها في المجتمع. تلعب هذه الثقافة دورًا حاسمًا في إبراز التميز والتفرد بالنسبة للموظفين والعملاء. فهي تقدم صورة شاملة تعكس القيم والمعتقدات التي تحدد مكانة المؤسسة حاليًا وتوجهها المستقبلي. يعتمد نجاح نظام إدارة المعرفة بشكل كبير على وجود ثقافة تنظيمية تدعم جهود وأنشطة الموظفين في المؤسسة. فعندما يتم تشكيل وتعزيز الثقافة التنظيمية بشكل صحيح، فإنها تساهم في توليد وتوزيع المعرفة وتعزيز التعاون بين الأفراد. كما تشجع على تخصيص بعض الوقت للتعلم وتكافئ الأساليب الإيجابية.

¹ ندى صارم، دور إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع الإداري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، إدارة أعمال التخصصي، معاذ الصباغ، الجامعة الافتراضية السورية، 2019، ص 31-32.

المبحث الثاني: مفاهيم نظرية حول الإبداع

تمهيد:

يعد الإبداع من السمات الرئيسية ومن أهم الركائز الأساسية التي تعتمد عليها مختلف المؤسسات لمواجهة التحديات وتحقيق الأسبقية والسهر على ضمان البقاء، النمو والاستمرارية، وفي هذا المبحث سيتم التطرق للمطالب التالية:

- **المطلب الأول:** ماهية الإبداع.
- **المطلب الثاني:** أهمية الإبداع وأهدافه.
- **المطلب الثالث:** أنواع الإبداع واستراتيجياته.

المطلب الأول: ماهية الإبداع

للإبداع أهمية كبيرة في المؤسسات حيث عادة ما يستعمل مصطلح الإبداع للدلالة على كل شيء جديد وقد تعددت التعاريف التي أوردها الباحثون لتحديد معنى الإبداع سيتم التطرق إليه فيما يلي:

أولاً: تعريف الإبداع¹

1- لغة: أبدعت الشيء: اخترعته على شكل ليس مكرر أو متشابه لما قبله.

- والإبداع في اللغة هو الاختراع والابتكار على غير مثال السابق وبصورة أوضح هو إنتاج شيء جديد لم يكن موجوداً من قبل على هذه الصورة (إن الإنتاج الذي يتصف بالإبداع تتوفر في صياغته الأخيرة صفات الجودة والطرافة وإن كانت عناصره الأولية موجودة من قبل)؛

- وقد عرفت الموسوعة البريطانية الإبداع على أنه القدرة على إيجاد حلول للمشكلة، أو أداة جديدة، أو أثر فني، أو أسلوب جديد؛

كما أنه لا يمكننا إلا أن نبرز التعريفات المشهورة للإبداع وذلك حسب تعريف العالم **gowan**:

- 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؛

- كما أن العالم تورانس **torrance** قد عرف الإبداع فقال: " الإبداع هو عملية وعي بمواطن الضعف وعدم الانسجام والنقص بالمعلومات والتنبؤ بالمشكلات والبحث عن حلول، وإضافة فرضيات واختبارها وصياغتها وتعديلها باستخدام المعطيات الجديدة للوصول إلى نتائج جيدة لتتقدم الآخرين؛

¹ جمال أنيس خير الله، الإبداع الإداري، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 16-17.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

- ألكسندر روشكا: (الإبداع عبارة عن الوحدة المتكاملة لمجموعة العوامل الذاتية والموضوعية التي تقود إلى تحقيق إنتاج جديد وأصيل ذو قيمة من الفرد والجماعة، والإبداع بمعناه الواسع يعني إيجاد الحلول الجديدة للأفكار والمشكلات والمناهج...).
- سمبسون: (إن الإبداع هو المبادرة التي يديها الشخص بقدرته على الانشقاق من التسلسل العادي في التفكير إلى مخالفة كلية)؛

- هافل: (الإبداع هو القدرة على تكوين تركيبات أو تنظيمات جديدة).

كما أن هنالك العديد من التعريفات نذكر منها:

- الإبداع تعبير عن الابتكار والتجديد، ويقف على العكس من الإلتباع والتقليد؛
- الإبداع نتاج العقل البشري المتفوق وسمة أصحاب العقول المستنيرة والنفوس المطمئنة؛
- الإبداع عملية تثمر ناتجا جديدا وغير عادي يتقبله المجتمع لفائدته؛
- الإبداع هو التميز في العمل أو الانجاز بصورة تشكل إضافة إلى الموجود بطريقة تعطي قيمة أو فائدة إضافية.

ثانيا: خصائص الإبداع

يتميز الإبداع بمجموعة من العوامل أو الخصائص التالية:¹

- القدرة على اكتشاف علاقات جديدة؛
- القدرة على استنتاج تلك العلاقات والإفصاح عنها؛
- توظيف العلاقات الجديدة لتحقيق أهداف معينة؛
- الربط بين العلاقات الجديدة وبين العلاقات القديمة التي سبق لغيره اكتشافها؛
- الإحجام عن الأخذ عن الآخرين إلا بالقدر الذي يخدم ويحقق الإبداعية لديه؛
- يعتمد الإبداع على التفكير (الإحاطي) الذي له أكثر من حل؛
- حساس للمشكلات أي قادر على إيجاد حلول مختلفة لها؛
- قابل للانتقال والتطبيق؛
- المبدع لا يفكر في حل جديد فحسب، بل يدرك مشكلات جديدة وينظر إلى مألوف والشائع خلال منظور جديد.

¹ جمال أنيس خير الله، مرجع سبق ذكره، 18-19.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

المطلب الثاني: أهمية الإبداع وأهدافه

من خلال هذا العنصر سوف نتطرق إلى التعرف على أهمية الإبداع وإبراز أهدافه.¹

أولاً: أهمية الإبداع

يتصف الإبداع بأهمية كبيرة وهذا يرجع إلى الإمكانية التي يمكن تحقيقها وفيما يلي أهمية الإبداع تتمثل فيما يلي:

- الإبداع يعمل على تحقيق ودعم التنمية الاقتصادية من خلال إيجاد تقنيات والأساليب التكنولوجية الملائمة المدعومة للتنمية؛
- يقود الإبداع إلى التجديد والتطوير المستمر مما يساعد منظمات الأعمال على مواكبة التطورات والتغيرات وقيادتها؛
- أصبحت المنافسة اليوم مبنية على أساس القدرة على الإبداع المستمر، فمنظمات الأعمال التي لها القدرة على تحقيق ذلك هي التي تستطيع البقاء والتنافس في السوق؛
- الإبداع هو أثر المجالات أهمية لتعزيز علاقة التفاعل بين منظمات الأعمال وبيئتها؛
- يعمل الإبداع على إيجاد الحلول للمشكلات الداخلية والخارجية التي تواجهها منظمات الأعمال؛
- يساهم الإبداع في تنمية وتطوير مهارات العاملين والتأثير على اتجاهاتهم وسلوكياتهم.

ثانياً: أهداف الإبداع

تتجلى أهداف الإبداع فيما يلي:²

- الإبداع يرفع قيمة المجتمع الثقافية عما يبدع الشخص، فإنه يرفع من قيمة مجتمعه الثقافية لأنه يضع شيء من ذاته فيما يقوم به فيكون فنه أو مهاراته انعكاساً لذاته، وستظل أعماله، حتى لو كان يقلد فيها شخص آخر فريدة بطريقة ما؛
- الإبداع يخلق فرص عمل جديدة يساعد الإبداع في إفساح المجال للرغبة في تعلم بعض الأشياء الجديدة بسبب المتعة التي نشعر بها عند القيام بأشياء مبدعة، وتزيد الرغبة في تحسين الأسلوب والنمو في العمل والمهنة وهذا يساعد في خلق فرص عمل جديدة؛
- الإبداع يعزز الخبرات والكفاءات تتمثل أهمية الإبداع في تطوير أفكار جديدة مما يساعد على تعزيز الخبرة والكفاءة عند الشخص المبدع فبدون المبدعين وأفكارهم المختلفة وخبراتهم لما وجدت أي من الفنون المختلفة والكتب والتكنولوجيا الموجودة حالياً؛
- الإبداع يرفع اقتصاد الدولة، الإبداع يساعد في توفير المال مما يرفع اقتصاد الدولة فمن خلال تعلم الناس لكيفية صنع الأشياء بأنفسهم يقلل احتياجاتهم في إنفاق المال على عملية الشراء، وهذا يساعد في رفع اقتصاد الدولة مما يؤثر إيجاباً على المجتمع؛
- يعد الإبداع أمراً مهماً لارتقاء المجتمع وتطوره سواء من حيث رفع اقتصاد الدول من خلال توفير المال أو من خلال فرص

¹ أحمد طرطار، سارة حلبي، أثر تطبيق إدارة المعرفة على وظيفة الإبداع في منظمات الأعمال، ملتقى دولي حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، الشلف، يومي 1314 ديسمبر 2011، ص 09.

² الموقع الإلكتروني: <https://mufahras.com> تاريخ الاطلاع، 2023/02/12، على الساعة، 16:00.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

عمل جديدة وتعزيز التواصل بين الناس وزيادة الخبرات والكفاءات.

المطلب الثالث: أنواع الإبداع واستراتيجياته

هناك العديد من أنواع الإبداع فلا إبداع لا حدود له في شتى المجالات التي لا يمكن حصرها مع هذا التقدم في العالم، بالإضافة إلى إستراتيجيات التي تمثل الاتجاه العام المستقبلي للإبداع.

أولاً: أنواع الإبداع

هناك العديد من أنواع الإبداع نوجز منها ما يلي:¹

أ- الإبداع التعبيري: ويقصد به الطريقة التقليدية التي يتميز بها الشخص عن الآخر في إتقانه لعمل شيء معين، أو ممارسة، أو احتراف مهني، أو فن معين؛

ب- الإبداع الفني: هو الذي يمثل الجانب الجمالي الذي يطرأ أو يضاف إلى منتجات أو خدمات كمظهر عام وزينة التي توضع على المنتج أو إضافة تصميم أو ديكور مختلف يتميز به المكان الذي يقدم خدمة ما؛

ج- الإبداع المركب: هو الذي يعتمد على مجتمع غير عادي بين الأشياء مثل أن يتم تجميع لأفكار مختلفة ويتم وضعها ودمجها في قالب واحد من أجل أن يتم التوصل والإتيان بمعلومة جديدة؛

د- الاختراع: هو الذي يتم من خلاله استحداث شيء جديد لأول مرة، ولكن تكون عناصره والأجزاء المكونة منه موجودة من قبل، ولكن تتم إضافة وإدخال بعض التعديلات عليها من أجل أن تعطي مظهراً جديداً وتقوم بأداء مهمة مميزة مثل اختراع الكمبيوتر؛

هـ- الإبداع الاستحدثي: ويتمثل هذا النوع من الإبداع في عملية استخدام لشيء موجود على أرض الواقع، ولكن يتم تطبيقه في مجالات جديدة مثل أن تتم عملية تطوير وتحسين على النظريات أو مبادئ أو أسس وضعها العلماء السابقون؛

بينما رأى (Jones, 2004, p, 425) بأن الإبداع يصنف إلى نوعين هما:

أ- الإبداع الجذري: والذي يتمثل في التوصل إلى العملية أو المنتج الجديد الذي يختلف بشكل كلي وكامل عما سبقها من إبداعات بحيث تعمل على تحقيق ميزة تنافسية وفرة نوعية في السوق، وتتميز من حيث اختلافها الكلي عما جاء به السابقون؛

ب- الإبداع التدريجي: هو التوصل إلى المنتج الجديد بشكل جزئي وتدريجي عن طريق التحسينات والإضافات الكثيرة والصغيرة المتتالية التي يتم إدخالها على المنتجات المتداولة والتي بالتالي تؤدي إلى تحقيق الإبداع الجذري؛

في حين صنف (Brack man & Morgan) الإبداع إلى صنفين:

¹ أسامة محمد خيري، إدارة الإبداع والابتكارات، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص: 54-56.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

أ- **الإبداع التقني**: ويتمثل هذا النوع من الإبداع في عملية إحداث وتطوير منتجات أو خدمات جديدة وإجراء تغييرات وتقنيات التي تستخدمها المنظمة وتغييرات في أساليب الإنتاج وإدخال تكنولوجيات حاسوبية في العمل؛

ب- **الإبداع التنظيمي**: وهو الإبداع الذي يتمثل في عملية إحداث التغييرات في الهيكل التنظيمي وتصميم الأعمال والوظائف وعمليات المنظمة وسياساتها وإستراتيجياتها ونظمها الرقابية ونشاطاتها الأساسية.

ثانيا: استراتيجيات الإبداع

يتم تصنيف استراتيجيات الإبداع إلى ثلاث أنواع تتمثل في:¹

أ- إستراتيجية الإبداع الهجومية:

تستعمل المنظمات هذه الإستراتيجية بهدف تحقيق الريادة في السوق عن طريق تكثيف البحث والتطوير واستعمال مختلف تقنيات الإبداع الممكنة لأجل تطوير المنتجات والعمليات الإنتاجية، وهذا بالاعتماد على الإبداعات الجذرية خصوصا وهذه الإستراتيجية تتطلب إمكانيات وقدرات هامة؛

ب- إستراتيجية الإبداع الدفاعية:

لا تهدف المنظمات من وراء هذه الإستراتيجية إلى تحقيق الريادة، بل تبحث عن التقليل من المخاطر التي تواجهها من ناحية الإبداع، وذلك بتتبع ودراسة خطوات المنافسين في السوق لتجنب الأخطاء التي ارتكبوها، وتتطلب هذه الإستراتيجية قدرة ضئيلة في مجال البحث الأساسي، إلا أنها تستلزم قدرة تطويره وهندسية كبيرة لوسائل الإنتاج وهذا للمحافظة على موقعها في السوق والصمود أمام المنافسة القوية؛

ج- إستراتيجية الإبداع التقليدية:

تستهدف المنظمات هنا استدراك التأخر المعرفي والتكنولوجي الكبير عن طريق المتابعة الدائمة، ويبرز هذا الاختيار عن طريق محاولة خلق أو تطوير منتج جديد انطلاقا من منتج قديم حيث يتم إدخال تعديلات وإضافات جديدة على هذا الأخير، هذه الإستراتيجية تستلزم مستوى عالي من هندسة الإنتاج.

¹ أحمد طرطار، سارة حليمي، مرجع سبق ذكره، ص 11-12.

تمهيد:

إن إدارة المعرفة والإبداع من المواضيع ذات أهمية كبيرة في الاختيار خاصة هذين الموضوعين مرتبطان ويؤثران على أداء الأعمال، ومن هنا تم تقسيم هذا المبحث على ثلاث مطالب أساسية تتمثل فيما يلي:

- **المطلب الأول:** الدراسات السابقة المتعلقة بإدارة المعرفة والإبداع.
- **المطلب الثاني:** مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة.
- **المطلب الثالث:** ما يميز دراستنا على الدراسات السابقة.

المطلب الأول: الدراسات السابقة المتعلقة بإدارة المعرفة والإبداع

أولاً: الدراسات المتعلقة بإدارة المعرفة باللغتين العربية والانجليزية

1- الدراسات السابقة باللغة العربية:

أ- دراسة الباحثة بوقفة روميصة والباحثة بوعلاق إكرام 2021:¹

مذكرة بعنوان " اثر إدارة المعرفة على تنمية الكفاءات البشرية " دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير تبسة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال - جامعة العربي التبسي تبسة، تمثلت الإشكالية في: " ما مدى تأثير إدارة المعرفة على تنمية الكفاءات البشرية "، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم إعداد استبيان وزع على الكلية وكان عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل 40 استبيان وتم تحليل البيانات الواردة في الاستبيانات عن طريق استخدام **SPSS**، تم اختيار عينة قدرت ب 45 عامل، توصلت الباحثة إلى نتائج مفادها:

- وجود علاقة ارتباط ضعيفة بين إدارة المعرفة وتنمية الكفاءات البشرية الكلية.

ب- دراسة بوزيداوي محمد 2014:²

مذكرة بعنوان " إدارة المعرفة كأساس لتحقيق أداء مستدام ومتميز "، دراسة حالة جامعة زيان عاشور بالجلفة، حيث تناولت هذه الدراسة فصل بكامله على إدارة المعرفة بطريقة متسلسلة وبسيطة من اجل توضيح مدى أهمية إدارة المعرفة وفيما يخص الفصل التطبيقي اعتمدوا على المنهج الوصفي التحليلي وذلك بناء على طبيعة الدراسة والأهداف التي يسعون إلى تحقيقها واستخدمت أساليب إحصائية عديدة كالوسط الحسابي والانحراف المعياري والتكرارات والنسب المئوية وغيرها وتم إعداد استبيان وزع على 110 أستاذ وكان

¹ بوقفة روميصة، بوعلاق إكرام، أثر إدارة المعرفة على تنمية الكفاءات البشرية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الشيخ العربي تبسي، تبسة، 2021-2022.

² بوزيداوي محمد، إدارة المعرفة كأساس لتحقيق أداء مستدام ومتميز، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، قسم علوم التسيير، تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة الجزائر 3، 20132014.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل 66 استبياناً عن طريق استخدام الحزم الإحصائي SPSS، تم اختيار عينة الدراسة بلغ حجمها 60%، توصل الباحث إلى نتائج مفادها:

- التركيز على متطلبات إدارة المعرفة من قيادة رشيدة منفتحة على مختلف الأفكار وتسمح بالمشاركة في اتخاذ القرار وتتخذ التمكين فلسفة لها؛
- أنها تقود مبادرات إدارة المعرفة وتفعّلها وترعاها، وقوى بشرية نشطة كفؤة تتعلم باستمرار وتبنين منهج التحسين المستمر.

2- الدراسات السابقة باللغة الأجنبية:

أ- دراسة (Karami, A. & Ahtnadloo, A.) 2019.¹

بعنوان: **The impact of knowledge management on organizational**

creativity: A case study of industrial sector، تهدف هذه الدراسة إلى استعراض الأدبيات الحالية حول

العلاقة بين ممارسات إدارة المعرفة والأداء في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهذه الدراسة هي استعراض نظامي للأبحاث السابقة حول الموضوع، حدد الباحثون 44 دراسة ذات صلة نشرت بين عامي 2000 و2019 وقاموا بتحليلها باستخدام منهج تحليل محتوى، واستخدمت في هذه الدراسة أدبيات سابقة حول الموضوع كما أشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن ممارسات إدارة المعرفة مثل اكتساب المعرفة ونشرها واستخدامها لها تأثير إيجابي على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما وجد الباحثون أن تنفيذ ممارسات إدارة المعرفة يتأثر بعوامل مثل الثقافة التنظيمية والقيادة والتكنولوجيا، وتوصلت الدراسة إلى نتائج مفادها:

- إدارة المعرفة تلعب دوراً هاماً في تحسين أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يقترح الباحثون أن تركز هذه المؤسسات على تنفيذ ممارسات إدارة المعرفة التي تناسب احتياجاتها وأهدافها الخاصة، كما يوصون بأن تستكشف الأبحاث المستقبلية دور ممارسات إدارة المعرفة في سياقات تنظيمية مختلفة.

ب- دراسة (Emil Hajric 2018):²

بعنوان **knowledge Management (إدارة المعرفة)**: هي دراسة نظرية شاملة عن إدارة المعرفة من خلال دراسة أهدافها

ونطاقها واستراتيجياتها وأفضلها الممارسات وأدوات إدارة المعرفة وما إلى ذلك.

¹ Karami, A. & Ahtnadloo, A. (2019), **the impact of knowledge management on organizational creativity: A case study of industrial sector**. journal of business research, Tehran university, 96, 115–136.

² Emil hajric, **Knowledge Management**, system and practices, a theoretical and practical guide for knowledge management in your organization, 2018.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

ثانياً: الدراسات المتعلقة بالإبداع باللغتين العربية والأجنبية

1- الدراسات السابقة باللغة العربية:

أ- دراسة الباحثة جدي حياة، بويزري وردية 2017:¹

" دور الإبداع في تحقيق الميزة التنافسية "، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر، وحدة البويرة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال، جامعة محمد أولحاج، البويرة، 2017-2018، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإبداع في تحقيق الميزة التنافسية حيث طبقت الحالة على مؤسسة اتصالات الجزائر وحدة البويرة، باعتبار أن الإبداع أصبح ضرورة حتمية داخل المنظمة، حيث تعتبر حافز مهم يعمل على إبقائها واستمرارها وحياتها على ميزة تنافسية في ظل المنافسة الشرسة فتعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر من بين المؤسسات العامة في قطاع جد مهم تبذل مجهودات من أجل الإبداع لتحسين أكثر، ولتحقيق أهداف الدراسة تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي بالنسبة للجانب النظري أما في الجانب التطبيقي تم الاعتماد على أسلوب دراسة الحالة من خلال دراسة وتحليل: "دور الإبداع في تحقيق الميزة التنافسية في مديرية الاتصال -وحدة البويرة، بعينة 50 عامل كعينة عشوائية من عمال مؤسسة اتصالات الجزائر -وحدة البويرة. ولخصت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها:

- مساهمة الإبداع في تدنيت تكلفة الخدمة؛
- مواقع الإبداع في مؤسسات الخدمة الوطنية؛
- آليات الإبداع في مختلف المؤسسات؛
- دور الإبداع في تنمية القدرات التنافسية؛
- تأثير المورد البشري بعملية الإبداع ودوره في إبراز الإبداعات الجديدة.

ب- دراسة عذاري سعود الهاجري 2011:²

مذكرة بعنوان: "أثر التمكين والإبداع في تحسين أداء العاملين «»، دراسة حالة الهيئة العامة للصناعة في دولة الكويت، حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الإبداع وبيان مستوى الإبداع بالهيئة العامة للصناعة في دولة الكويت وبيان أثر الإبداع على تحسين أداء العاملين بالهيئة العامة للصناعة، اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وتم توزيع 242 استبانة باستخدام طريقة الحزام الإحصائية SPSS وكان عدد الاستبانة الصالحة للتحليل 205: تم اختيار عينة الدراسة بلغ حجمها 84.71%، توصل الباحث إلى نتائج مفادها:

- يشير الإبداع إلى القدرة على تقديم إجابات فريدة لمشكلات مطروحة واستغلال الفرص المتاحة؛

¹ جدي حياة، بويزري وردية، دور الإبداع في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، إدارة أعمال، جامعة محمد أولحاج، البويرة، 2017-2018.

² عذاري سعود الهاجري، أثر التمكين والإبداع في تحسين أداء العاملين، رسالة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2011.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

— يعتبر الإبداع ظاهرة إنسانية عامة وليست ظاهرة خاصة بأحد، ولكنها تختلف من شخص إلى آخر حسب الفطرة والظروف التي يعيش وسطها ويتعامل معها.

2- الدراسات السابقة باللغة الأجنبية:

أ- دراسة (S, Rosen, y & Arzy, 2017):¹

بعنوان: **The act of training in expansive thinking on creativity**، تهدف هذه الدراسة إلى فحص فعالية تدريب التفكير التوسعي في تعزيز التفكير الإبداعي، هذه الدراسة هي تحليل تكاملي لـ 73 دراسة سابقة حول الموضوع، قام الباحثون لتحليل نتائج هذه الدراسات لتحديد الأثر العام لتدريب التفكير المتعدد الاتجاهات على التفكير الإبداعي. تم استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات والمقاييس المختلفة لتقييم التفكير الإبداعي قبل وبعد التدريب، مثل اختيار تسابه جمعي واختيارات لإنتاج الأفكار ومقاييس لقدرة التصور وتحليل الأنماط، تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن تدريب التفكير التوسعي لديه تأثير كبير إيجابي على التفكير الإبداعي، وجد الباحثون أن حجم التأثير لتدريب التفكير التوسعي كان أكبر لدى الأطفال والمراهقين ومنه لدى البالغين. توصلت الدراسة إلى أن:

— تدريب التفكير التوسعي هو طريقة فعالة لتعزيز التفكير الإبداعي، ويقترح الباحثون على المعلمين والدرسين التركيز على تطوير برامج تدريب تستهدف جوانب محددة من التفكير التوسعي، مثل الشراء والمرونة والأصالة كما يوصون بان تستكشف الأبحاث المستقبلية آثار تدريب التفكير التوسعي على المدى الطويل على التفكير الإبداعي.

ب- دراسة (2019 MiSS Rim Bougherara):²

بعنوان: **Creativity in Teaching: between Theory and practice**، هي دراسة نظرية ركزت على الاهتمام بالإبداع في مجال التعليم وغيره من المجالات ويجب التطوير منه، كما توصلت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية الإبداع وتطبيقه ودعمه والعمل به.

¹ Rosen, y & Arzy, S, (2017), **the act of training in expansive thinking on creativity**, creativity research journal, 20(2), 113-121.

² Miss Rim Bougherara, **Creativity in Teaching: between Theory and practice**, Algiers 2 university, department of foreign languages, revue des lettres et des langues, volumes n: 24 :26 juin 2019, date de réception: 16/12/2019, date d'acceptation: 21/05/2019, date de publication: 02/06/2019.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

المطلب الثاني: مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة

تمهيد:

من خلال هذا المطلب سيتم التطرق إلى أهم نقاط التشابه ونقاط الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية والتي تتمثل في الآتي:

الفرع الأول: مقارنة الدراسات العربية

- الدراسات السابقة باللغة العربية:

الدراسات السابقة	النتائج الحالية	نتائج الدراسة
	أوجه التشابه	أوجه الاختلاف
بوقفة رميسة، بوعلاق إكرام، أثر إدارة المعرفة على تنمية الكفاءات البشرية	. المنهج الوصفي التحليلي، استبيان	- كلية محل الدراسة تهتم بمهارات العاملين لديها عن طريق توفير مختلف متطلبات اللازمة لكن بنسبة ضعيفة. - بيئة العمل من سبة لإظهار معارف الكفاءات البشرية في الكلية محل الدراسة.
بوزيداوي محمد، إدارة المعرفة كأساس لتحقيق أداء مستدام وتميز	المنهج الوصفي التحليلي	- تمثل إدارة المعرفة مجمل جهود التي تبذلها المؤسسة لتشخيص واكتساب والنقاط وآسر وتوليد وتوزيع ونشر وتقاسم وتخزين المعرفة وتطبيقها. - يعبر الأداء عن سلوك الذي ينتهجه الأفراد داخل المؤسسة والنتيجة التي تتحصل جراء هذا السلوك، ويعكس الأداء مكونين هامين هما الفعالية التي تمثل القدرة على تحقيق الاهداف والكفاءات التي تتمثل في الاستغلال الأمثل للموارد، كما يتضمن إضافة للبعد الاقتصادي، وتنافسي، واستراتيجي.
-جدي حياة، بوزيري وردية، دور الإبداع في تحقيق الميزة التنافسية.	المنهج الوصفي، التحليلي	_موقعات الإبداع في مؤسسات الخدمة الوطنية _مساهمة الإبداع في تدنية تكلفة الخدمة.
أثر التمكين والابداع في تحسين أداء العاملين	منهج الوصفي تحليلي	- يشير الابداع الى القدرة على تقديم اجابات فريدة لمشكلات مطروحة واستغلال الفرص المتاحة - يشير التمكين العاملين الى القوى التي يكتسبها الأفراد من خلالها القدرة وزيادة ثقتهم وارتفاع مستوى انتمائهم وولائهم لتحمل المسؤولية من اجل اشباع المتطلبات الاساسية للعملاء في مجالات مختلفة

المصدر: من إعداد الطالبتين.

نتائج الدراسة	النتائج الحالية	الدراسات السابقة
	أوجه التشابه	
<p>ممارسات إدارة المعرفة، مثل اكتساب المعرفة ونشرها واستخدامها، لها تأثير إيجابي على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.</p> <p>كما وجد الباحثون أن تنفيذ ممارسات إدارة المعرفة يتأثر بعوامل مثل الثقافة التنظيمية والقيادة والتكنولوجيا</p>	وصفي تحليلي	<p>Karami, A., & Ahmadloo, The impact of knowledge management on organizational creativity.</p>
<p>-تتعلق ادارة المعرفة أساس بإيصال المعرفة الصحيحة إلى الشخص المناسب في الوقت المناسب.</p> <p>_ الاهداف من ادارة المعرفة خلق القيمة والاستفادة من الأصول المعرفية للشركة وصلها لتلبية الاهداف التنظيمية</p>	اسلوب المناقشة	<p>Emil Hajric, Knowledge Management A Theoretical and Practical Guide for Knowledge Management in Your Organization.</p>
<p>_ الابداع احد اهم العوامل التي تؤثر على عملية التدريب،</p> <p>_ الابداع يجلب التغيير،</p> <p>_ الابداع أحد أكثر الاتجاهات ابتكار في التدريب.</p>	المنهج الانتقائي	<p>RimBOUGHERARA, Creativity in Teaching: between Theory and Practice.</p>
<p>_ تدريب التفكير التوسعي لديه تأثير إيجابي كبير على التفكير الإبداعي .</p> <p>وجد الباحثون أن حجم التأثير لتدريب التفكير التوسعي كان أكبر لدى الأطفال والمراهقين منه لدى البالغين.</p>	اعتماد المنهج التحليلي	<p>Rosen, Y., & Arzy, S. The 2 effect of training in expansive thinking on creativity.</p>

المصدر: من إعداد الطالبتين

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

المطلب الثالث: مايميز دراستنا عن الدراسات السابقة.

سوف يتم التطرق الي معرفت اهم مايميز دراستنا على دراسات السابقة

1 / مايميز دراستنا عن الدراسات السابقة من حيث فترة الدراسة:

تم الاعتماد أدوات وبيانات حديثة، كما كانت المعلومات الخاصة بالعينة حديثة جدا مدة قدرت بالشهر.

2/ مايميز دراستنا عن الدراسات السابقة من حيث الطريقة:

اعتماد بيانات ونماذج حديثه من أجل توضيح العلاقة بين ادارة المعرفة والابداع، حيث اعتمدت باقي

الدراسات السابقة على المنهج التقليدي.

3/ مايميز دراستنا عن الدراسات السابقة من حيث النتائج:

__الهدف الاساسي كان يحول حول معرفة امكانية تطبيق ادارة المعرفة والابداع والعلاقة الرابطة بينهم.

__ساعدت في اعطاء صورة واضحة عن إجراءات الدراسة من حيث المنهج المعتمد، وادوات الدراسة

المستخدمة ومجتمع العينة.

__المساعدة في خلق فكرة شاملة ومكتملة عن المعلومات والبيانات التي يجب ان يعتمد عليها ويحتويها

الاستبيان لكل من الابداع وادارة المعرفة.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية لإدارة المعرفة والإبداع

خلاصة الفصل الأول:

من خلال هذا الفصل تم التعرف على الأدبيات النظرية للدراسة التي تم فيها التعرف على إدارة المعرفة والإبداع، واللذين يُعتبران من أهم الموارد في الشركات في الوقت الحالي، فإدارة المعرفة تسعى إلى توليد الإبداع، ويعمل الإبداع بدوره على تحقيق الميزة التنافسية داخل المؤسسة وتحقيق أهدافها. إن المعرفة تعتبر أساسًا للإبداع، حيث يتكامل هذان العنصران كجزء مكمل لبعضهما البعض. حيث أن المعرفة تعمل كمصدر للمعرفة من خلال اكتسابها وتوليدها وتخزينها ونشرها وتطبيقها، ومن أهم جوانب الإبداع هو تنمية القدرات الإبداعية لتحديد وكسب المعرفة بنوعيتها الصريحة والضمنية داخل المؤسسة.

الفصل الثاني

دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية - تبسة

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

تمهيد:

بناء على ما تم التطرق اليه في الجانب النظري من مفاهيم شاملة بموضوع دور ادارة المعرفة في تعزيز الابداع في المؤسسة الإنتاجية، سنحاول من خلال هذا الفصل أن نسقط ما تم عرضه في الإطار النظري على واقع شركة جودي للمشروبات الغازية محل الدراسة الميدانية.

وتم التطرق في هذا الفصل الى ثلاثة مباحث، سوف يتم التطرق في المبحث الأول الى تقديم عام لشركة جودي للمشروبات الغازية-تبسة، حيث تم تقسيمها إلى مطالبين، شملت كل من نشأة الشركة وتعريفها وتحديد تخصصها، وتعرف على هيكلها التنظيمي، وكذا تناولنا في المبحث الثاني على منهجية الدراسة التطبيقية والأدوات المستعملة تم تعرض فيه على ثلاث مطالب شملت كل مجتمع وعينة الدراسة ومنهج الدراسة وطرق وأدوات جمع البيانات وأدوات احصائية مستخدمة وتناول كذلك صدق وثبات اداة الدراسة، ومبحث ثالث تم فيه عرض ومناقشة نتائج الدراسة صدفنا فيه تحليل العينة وSPSS و اختبار الفرضيات.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

المبحث الأول: تقديم عام لشركة جودي للمشروبات الغازية

تمهيد:

بعد استعراض الأسس النظرية لكل من إدارة المعرفة والإبداع ارتأينا إلى استقراء الجانب التطبيقي للموضوع بدراسة حالة حول المؤسسة الإنتاجية "شركة جودي للمشروبات الغازية" -تبسة- بحيث نقوم في هذا المبحث على تقديم عام لشركة جودي للمشروبات الغازية -تبسة- من خلال النشأة والتعريف ومن ثم هيكلها التنظيمي ومن ثم مهامها أو نشاطها التي تقوم عليه.

بناءً على ما تم ذكره تم تقسيم المبحث الأول إلى المطالب التالية:

- **المطلب الأول:** لمحة عن شركة جودي للمشروبات الغازية
- **المطلب الثاني:** الهيكل التنظيمي للشركة

المطلب الأول: لمحة عن شركة جودي للمشروبات الغازية

من خلال هذا المطلب سوف نتعرف على تاريخ نشأة الشركة وتعريفها والمهام او التخصص الذي تقوم عليه الشركة.

أولاً: نشأة الشركة

أنشأت المؤسسة في 2015/08/04 مقرها طريق قسنطينة بولاية تبسة، برأس مال قدره 14.180.000.000 دج، وهي مسجلة في السجل التجاري تحت رقم: 15 ب 12/00-0584400، ملكية المحل التجاري: أيت جودي اوفلة عبد القادر، سنة 2020 باشرت المؤسسة عملها في مجال إنتاج وبيع المشروبات الغازية غير الكحولية والعصائر، وهو مجال النشاط الذي تشتهر به وهي تقوم بتوزيع منتجاتها إلى الأسواق الجزائرية ككل.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

ثانياً: التعريف بالشركة

مؤسسة جودي أو فلافورس درينكس كومباني، مؤسسة لإنتاج وتوزيع المشروبات الغازية غير الكحولية والعصائر، تقع في المنطقة الصناعية ولاية تبسة، وهي مؤسسة ذات مسؤولية محدودة تطمح الى تحقيق أهدافها المسطرة والسمو بإنتاجها إلى المراتب العليا.

أهداف الشركة

للمؤسسة جملة من الأهداف تسعى إلى تحقيقها منها:

- استعمال الآلات العالية التقنية في عملية الإنتاجية؛
- إيصال المنتج للمستهلك بأعلى جودة وقل تكلفة؛
- كسب رضا ووفاء العملاء؛
- رفع القدرة الإنتاجية للاستجابة إلى حجم الطلب المتزايد؛
- التحسين المستمر لجودة المنتجات؛
- الرفع من ربحية المؤسسة عن طريق تخفيض السعر وتحسين الجودة.

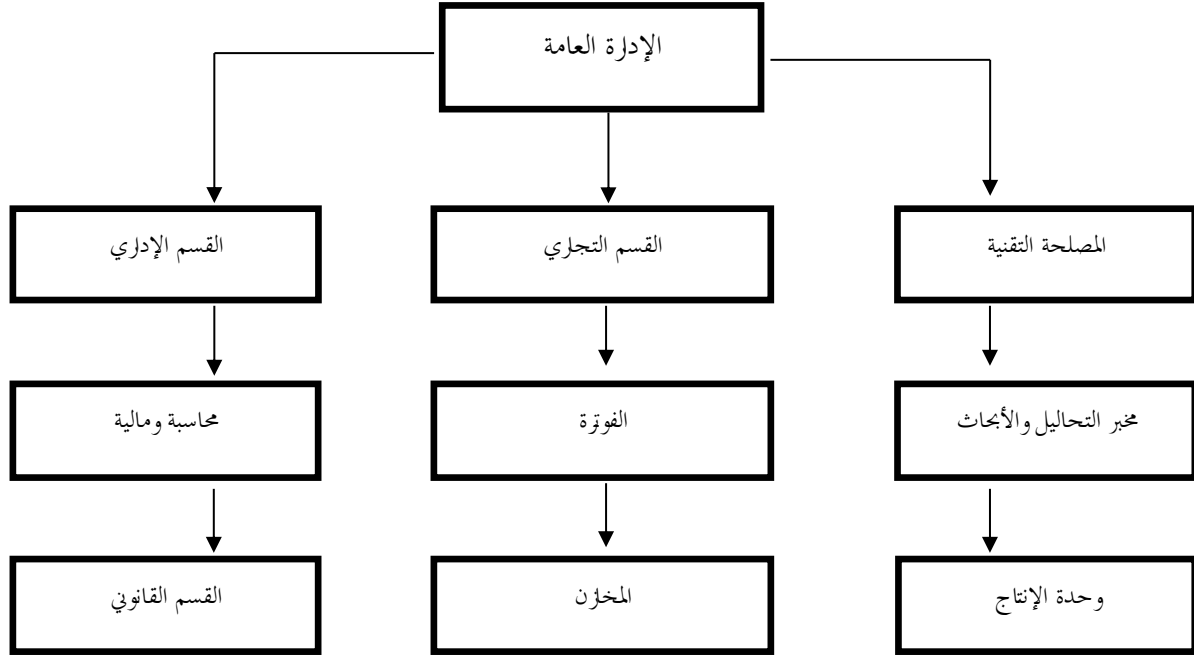
الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للشركة ومهامها

أولاً: الهيكل التنظيمي للشركة

يتمثل في الإطار التنظيمي الذي يساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها ويوضح تقسيم العمل لمختلف مصالح المؤسسة ووحداتها. والشكل الآتي يوضح الهيكل التنظيمي لشركة جودي للمشروبات الغازية-تبسة.

الشكل رقم 1: الهيكل التنظيمي للشركة محل الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معلومات مقدمة من شركة جودي للمشروبات الغازية - تبسة -

1- الإدارة العامة: هي مجموعة الوظائف والعمليات الإدارية المتعددة والمتفاعلة التي تهتم بتخطيط وتنظيم وتوجيه الأعمال والأنشطة التي تمارسها منظمات الدولة وأجهزتها الحكومية المختلفة بهدف تحقيق المصالح العامة في المجتمع، مع الأخذ بالاعتبار عوامل ومتغيرات الظروف البيئية الداخلية والخارجية.

2- المصلحة التقنية: تعتبر الخيط الناظم لجل الأعمال ذات الطابع التقني والعملية والتي تدخل في إطار تجسيد المخططات التنموية، يشرف عليها تقني يساعده في مهامه عدد من الأطر التقنية المختصة وتضم 43 موظف.

3- القسم التجاري: ينظر القسم التجاري في المنازعات التجارية، ويمكن تحديد المنازعات التجارية بأنها مجموع النزاعات التي تنشأ بين التجار أو بسبب المعاملات التجارية المنظمة في القانون التجاري وبه 3 موظفين.

4- القسم الإداري: أحد أقسام الشركة وبه 5 موظفين ويتألف من شعبتين هما: "شعبة الموارد البشرية، شعبة الخدمات الإدارية"، ويضم عدد من الموظفين الأكفاء من ذوي الخبرة والاختصاص في مجال إدارة الموارد البشرية ومن أهم الأعمال الموكلة للقسم ما يلي:

- إرسال واستلام وتنظيم البريد الرسمي للشركة

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

- إصدار الأوامر الإدارية والتعميم
 - تنظيم الإجازات الاعتيادية والمرضية والزمنية للموظفين
 - توفير كافة الخدمات الإدارية في الشركة مثل (الاستعلامات، الحراسة، الصيانة، الضيافة، التنظيف ... الخ).
- 5- مخبر التحليل والأبحاث:** هي الأماكن المجهزة بأجهزة ذات مستوى تقني عالي لإجراء وتنفيذ اختبارات دقيقة حيث يتم فيه الكشف إذا ما كانت المنتجات مطابقة للواصفات والقياسات الموضوعية ويضم 3 موظفين.
- 6- قسم الفواتير:** يقوم باستلام الطلبات من الزبائن وتحرير الفواتير.
- 7- المحاسبة والمالية:** لهذه المصلحة ارتباط وثيق بمختلف دوائر المؤسسة وتتلخص أبرز مهامها فيما يلي:
- القيام بمختلف العمليات الحسابية والمالية.
 - تسيير وسائل الإنتاج وذلك بتوفير المنتجات للموزعين، إدارة وتسيير الملفات المتعلقة بطلبات الترخيص للموزعين.
 - ضمان التسيير الجيد للأموال والاستثمارات وكل الوسائل المرتبطة بالخرينة.
 - إعداد الميزانيات العامة للوحدات.
 - العمل على تحقيق الأهداف المالية المحددة من طرف المؤسسة كرقم الأعمال.
 - توفير الوثائق اللازمة للموزعين مع ضمان المعلومات.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

8- وحدة الإنتاج: تضم 40 موظف وتصنف كأهم مصلحة على مستوى المؤسسة فهي الضامن الوحيد لبقاء المؤسسة ومواجهة

المنافسة وتضم ثلاثة فروع وهي:

8-1- فرع الإنتاج: المسؤول عن العمليات الإنتاجية (تحويل المدخلات إلى مخرجات).

8-2- فرع الصيانة: هو المسؤول عن صيانة وإصلاح آلات الإنتاج والمراقبة عليها.

ومن المهام التي تسهر عليها وحدة الإنتاج ما يلي:

— السهر على تحقيق الأهداف الموضوعية من طرف إدارة المؤسسة.

— تحديد كل المتطلبات الجديدة من المواد الأولية.

— ضمان السير الحسن للإنتاج.

— السهر على أن يكون المنتج في أحسن نوعية وموافقة للنظم المطلوبة منه.

— احترام برنامج الإنتاج الخاص بالمؤسسة وإعداد التقديرات عن النشاطات التي تشرف عليها.

9- القسم القانوني: يهدف القسم القانوني إلى أن تصاغ كافة عقود شركة بطريقة نظامية صحيحة وبما يحقق الهدف من إبرامها

والثمرة المرجوة منها، وبما يحفظ شركة حقوقها كاملة غير منقوصة.

ثانيا: تخصص الشركة

— إنتاج المشروبات الغازية غير الكحولية والعصائر؛

— توزيع الإنتاج (داخل وخارج الولاية)؛

— البيع والمتاجرة؛

— التعبئة والتغليف.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

المبحث الثاني: منهجية الدراسة التطبيقية والادوات المستخدمة

بعد أخذ فكرة شاملة عن مؤسسة جودي للمشروبات الغازية- تبسة - واستكمالاً لدراسة الميدانية لابد من التعرف على منهجية الدراسة التطبيقية والادوات المستخدمة ومعرفة اراء عينة الدراسة (الموظفين) حول موضوع الدراسة.

المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

أولاً: تعريف مجتمع وعينة الدراسة

يعرف مجتمع الدراسة على أنه مجموعة من الوحدات الاحصائية المعرفة بالصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على البيانات.¹ وتعرف العينة على أنها: "جزء من المجتمع الاحصائي تمثله تمثيلاً صحيحاً بحيث كل فرد من أفراد المجتمع الإحصائي عنده نفس الفرصة بأن يكون ممثلاً في العينة."²

حيث استهدفت الدراسة مجموعة من موظفي شركة جودي للمشروبات الغازية ولاية-تبسة-، حيث تم اختيار عينة قدرها 30 من موظفي شركة ، حيث تم توزيع 30 استمارة، استردت منها 30، والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم 1: عينة الدراسة

عدد أفراد العينة	عدد الاستبيانات الموزعة	عدد الاستبيانات المسترجعة	نسبة الاسترجاع
30	30	30	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

¹ رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، طبعة الاولى، عمان، دار دجلة، 2007، ص، 161.

² كامل سالم أبو ضاهر، العينات الاحصائية، الجامعة الاسلامية، غزة، 2017، ص، 02.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

ثانياً: طريقة جمع البيانات

فيما يخص طريقة جمع البيانات المطلوبة لهذه الدراسة تم الاعتماد على الاستمارة حيث تم إرسال استبيانات ورقية الى عينة الدراسة ثم تم استرجاع 30 استبانة صحيحة.

المطلب الثاني: منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

أولاً: منهج الدراسة المتبع

لاحتواء عدد كبير من المعطيات والحقائق في هذه الدراسة، تم الاعتماد على المنهج "الوصفي التحليلي"، كمنهج معتمد للدراسة. حيث يعتبر المنهج الوصفي هو المنهج المتبع اساساً في الدراسة من اجل وضعها في اطارها الصحيح، حيث يساعده المنهج التحليلي من اجل إجلاء الغموض عن الظواهر، وإيجاد حلول الناجحة لها، وبالتالي نجاح العملية البحثية. حيث تم اللجوء الى هذا المنهج لإدراك دور ادارة المعرفة في تعزيز الابداع في المؤسسة الإنتاجية، بهدف وصف وتحليل البيانات الحاصل عليها.

ثانياً: أدوات جمع البيانات

قد تم الاعتماد على مجموعة من الأدوات، للحصول على بيانات علمية وموضوعية تتمثل في أدوات جمع البيانات.

1. الوثائق والسجلات: لضمان الحصول البحث على المصدقية ودعم أكبر تم الاعتماد على مجموعة من وثائق وملفات خاصة بالشركة جودي للمشروبات الغازية ولاية تبسة والتي لها علاقة بالموضوع الدراسة وتمثلت في:
 - بيانات خاصة بتأسيس شركة جودي للمشروبات الغازية ولاية تبسة والتعريف بها ومجال تخصصها.
 - بيانات خاصة بالهيكل التنظيمي لشركة جودي للمشروبات الغازية ولاية تبسة.
2. الاستبانة: تعتبر الاستبانة هي الأداة الأساسية التي تم الاعتماد عليها في جمع البيانات والمعلومات حول موضوع الدراسة، حيث تسمح بطرح أسئلة معدة سابقاً من قبل الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها بحثه، حيث تخضع استبانة لتحكيم من قبل الاستاذ المؤطر وإعطائنا أهم ملاحظاته، وقد يتم أيضاً تحكيمها من قبل أساتذة متمرسين في نفس الميدان، حيث أصبح لنا شكل النهائي لهذه الاستبانة من بلوغ إلى نتائج مقنعة وترسل الاستبانة بالبريد أو بأي طريقة أخرى إلى مجموعة من الأفراد أو المؤسسات التي اختارها الباحث لبحثه لكي يتم تعبئتها ثم إعادتها للباحث والمجيب عليها يضع إشارة أمام يوافق رأيه.

حيث تم دمج 31 سؤال يهم موضوع الدراسة، حيث قسمت الاستبانة الى 3 محاور.

- محور الأول: بيانات المراقبة: تتمثل في (جنس، الخبرة العمر، مستوى التعليمي، نمط التوظيف، المركز الوظيفي) حيث إنها طرحت 6 أسئلة.
- محور الثاني: حيث شملت عمليات (أبعاد) إدارة المعرفة والمكونة من 15 سؤال مرقمة من (1-15) عبارة وتمثلت فيما يلي:

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

تشخيص المعرفة: شملت ثلاثة أسئلة (من عبارة 1 إلى عبارة 3).

اكتساب المعرفة: شملت ثلاثة أسئلة (من العبارات 04 إلى 6).

توليد المعرفة: شملت ثلاثة أسئلة (العبارات 7 إلى 9).

تخزين المعرفة: شملت ثلاثة أسئلة (من العبارات 10 إلى 12).

تطبيق المعرفة: شملت ثلاثة أسئلة (من العبارة 13 إلى عبارة 15).

— **المحور الثالث:** جاء تحت عنوان "الابداع" ضم 10 عبارات متعاقبة من 1 إلى 10 أسئلة.

تم صياغة الاستبانة وفقا لسلم ريكارد الخماسي المكون من:

— موافق بشدة؛

— موافق؛

— محايد؛

— غير موافق؛

— غير موافق بشدة.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

ثالثا: متغيرات الدراسة والنموذج النظري للدراسة

1. المتغير المستقل: إدارة المعرفة.

وقد تم ذكر أبعاده سبق والتي تمثلت في الآتي:

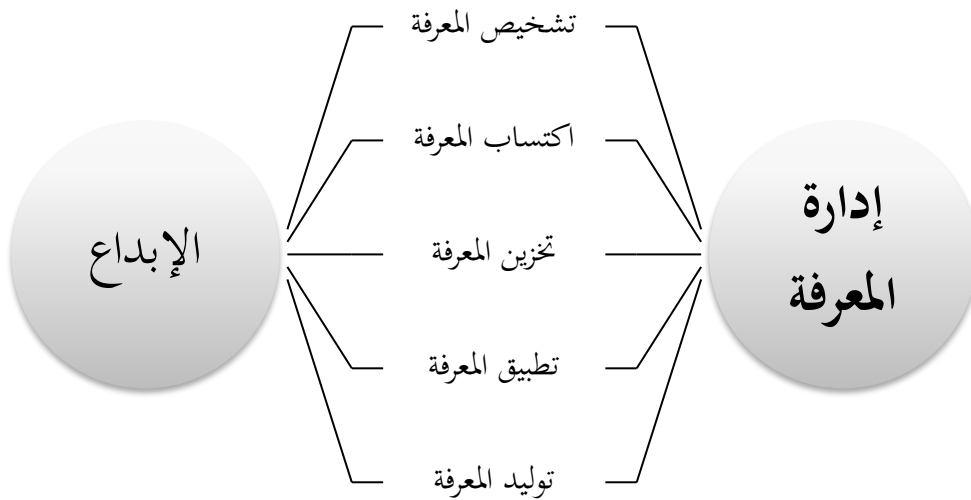
- تشخيص المعرفة.
- اكتساب المعرفة.
- تخزين المعرفة.
- تطبيق المعرفة.
- توليد المعرفة.

2. المتغير التابع: الابداع.

3. النموذج النظري للدراسة

هو مخطط يعرض لنا متغيرات الدراسة ويعبر أيضا على العلاقة التأثرية بين المتغير المستقل (إدارة المعرفة) والمتغير التابع (الابداع).

الشكل رقم 2: نموذج الدراسة المقترح



الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

رابعاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل المعطيات

لتوضيح العلاقة بين متغيرين أو أكثر يتم الاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية SPSS حيث يتم وصف وتحديد المتغيرات وتوضيح نوعية العلاقة بينها. وتضمنت المعالجة الإحصائية ما يلي:

1. التكرار والنسب المئوية

استخدمت في إعطاء وصف خصائص عينة الدراسة وتحديد الاستجابة تجاه المحاور في الاستبانة وتحسب بالقانون الآتي:

$$\text{النسب المئوية} = \frac{\text{تكرار المجموعة} \times 100}{\text{المجموع الكلي للتكرار}}$$

2. معامل ألفا كرونباخ

يعد ألفا كرونباخ معامل ثبات من أشهر مقياس الثبات الداخلي لاستبيان، ويعتمد على حساب الاختلافات الداخلية بين إجابات الأسئلة في إستبانة.¹ ويعبر عنه بالعلاقة التالية:

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum \sigma_i}{\sigma_t} \right]$$

3. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري

أ. المتوسط الحسابي: هو مجموعة القيم مقسوم على عددها، ويعبر عنه بالعلاقة التالية:

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i}{n}$$

ب. الانحراف المعياري: هو عبارة عن مؤشر يقيس مدى التشتت في البيانات.² ويعبر عنه بالعلاقة التالية:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{N}}$$

4. معامل الارتباط بيرسون

يقيس قوة واتجاه العلاقة الخطية فقط بين المتغيرين الكميين.³ ويعبر عنه بالعلاقة التالية:

$$r = \frac{[n(\sum xy) - \sum x \sum y]}{\text{Square root of } \sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2] [n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

¹ رامي صلاح جبريل، تحليل البيانات خطوة بخطوة في SPSS، 2022، ص، 220.

² محمد حسين محمد رشيد، الإحصاء الوصفي والتطبيقي والحيوي، الطبعة الأولى، عمان، دار الصفاء، 2007، ص، 199، 67.

³ نبيل جمعة صالح النجار، الإحصاء التحليلي مع تطبيقات برمجية SPSS، دار الحامد للنشر والتوزيع، ص، 34.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

5. اختيار التوزيع الطبيعي:

يستخدم لمعرفة نوع البيانات هل تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، لأن إجراء بعض الاختبارات الإحصائية يتطلب أن يكون توزيع البيانات طبيعياً ويعبر عنه بالعلاقة التالية:

$$p(x) = e^{-(x - \mu)^2 / 2\sigma^2} / \sigma \sqrt{2\pi}$$

6. اختبار t-test

هو اختبار إحصائي لمعرفة الفرق بين عينتين أو عينة ومجتمع أو العينة مع نفسها وهل هما متطابقتان من وجهة نظر الدراسة الحالية أم لا ويعبر عنه بالعلاقة التالية:

$$t = (\bar{x} - \mu) / (s / \sqrt{n})$$

7. تحليل التباين الأحادي One-Way ANOVA

هو أسلوب إحصائي يستخدم لاختبار الفروق بين عدد من المجموعات المستقلة في متغير تابع واحد.

التعريف الإجرائي: هو الأسلوب الإحصائي المستخدم في مقارنة الفروق في درجات الحاسب باختلاف التخصص.¹ ويعبر عنه بالعلاقة التالية:

$$F = MST / MSE$$

8. الانحدار خطي البسيط:

هو البحث في العلاقة بين المتغيرين فقط وهما المتغير التابع Y والمتغير المستقل X، يستعمل هذا الاختبار لتوضيح الفروق ذات دلالة إحصائية بني المتوسطات المستقلة ويتم حسابه على مستوى برنامج SPSS.² ويعبر عنه بالعلاقة التالية:

$$y = a + bx$$

¹ محمد موسى محمد الشمري، مشكلات استخدام تحليل التباين الأحادي والمقارنات البعدية وطرق علاجها، بحث مقدم إلى قسم علم النفس بكلية التربية بجامعة أم القرى بمكة المكرمة كمتطلب تكميلي لنيل درجة الماجستير في علم النفس فتخصص إحصاء وبحوث، تحت إشراف الأستاذ الدكتور ربيع سعيد طه، 2000، ص، 08.

² نبيل جمعة صالح النجار، مرجع سابق، ص، 35.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

9. طول خلايا مقياس ليكارت الخماسي

تم الاعتماد على مقياس درجة الموافقة التالي:

الجدول رقم 2: مقياس درجة الموافقة

درجة الموافقة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
عدد النقاط	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبتين.

المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة

أولاً: اختبار اعتدالية التوزيع الطبيعي

تم اختبار مدى اعتدالية التوزيع، حيث إن العينة المدروسة من المجتمع تتبع التوزيع الطبيعي، وذلك قبل اختبار نموذج البحث ودراسة العلاقة بين متغيراته، بهدف التعرف أولاً على طبيعة الاختبارات التي ستطبق في الدراسة. فبالنسبة لتوزيع البيانات كما هو موضح بالجدول أسفله، فهي موزعة توزيعاً طبيعياً، بحيث أن معامل الالتواء Skewness محصور بين -3 و3، وهذا مقبول، وكذلك معامل التفلطح Kurtosis أقل من 7، وهذا استناداً إلى دراسة¹ (Cao, Dowlatshahi, 2004, P 545) في تحديد المجال المسموح به للالتواء والتفلطح لاعتبار البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم 3: نتائج اختبار Skewness & Kurtosis

المحور	Skewness	Kurtosis
إدارة المعرفة	-0.580	2.466
الإبداع	0.201	0.093

المصدر: بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه، يمكن القول أن متغيري الدراسة يتبعان التوزيع الطبيعي، حيث أن قيم معامل الالتواء Skewness لهما محصورة بين -3 و3، وأن قيم معامل التفلطح Kurtosis لهما أقل من 7.

ثانياً: صدق أداة الدراسة

يقصد بثبات أداة الدراسة أنها تعطي نفس النتيجة في حالة إعادة توزيعها أكثر من مرة في نفس الظروف والشروط.

1 Qing Cao, Shad Dowlatshahi, **The impact of alignment between virtual enterprise and information technology on business performance in an agile manufacturing environment**, Journal of Operations Management 23 (2005) 531–550.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

1. **الصدق الظاهري:** تم التأكد من الصدق الظاهري لأداء الدراسة بعرض استمارة الاستبانة على مجموعة من الأساتذة لتحكيمها، وإبداء آرائهم حول مدى وضوح عباراتها ومدى ملائمة كل عبارة للبعد الذي تنتمي إليه والمحور ككل، ومدى تغطية العبارات لكل محور من محاور متغيرات الدراسة، واقتراح ما يروونه ضروريا في تعديل، حذف وإضافة عبارات أخرى.
2. **الاتساق الداخلي لأداة الدراسة:** يتم التعرف على درجة الاتساق الداخلي من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية الاستبانة. حيث يمكن القول إن الاستبانة يتمتع بدرجة عالية من الصدق إذا كان معامل الارتباط قويا ودالاً معنويا ويمكن تجزئته كما يلي:

$0 \leq r < 0.3$	علاقة ضعيفة
$0.3 \leq r < 0.7$	علاقة متوسطة
$0.7 \leq r < 1$	علاقة قوية

الجدول رقم 4: معاملات الارتباط بين محاور الدراسة

المحاور	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الإبداع	.745**	0.000
إدارة المعرفة	.731**	0.000
**دال عند مستوى 2-tailed 0.01		

المصدر: بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS.

تبين معاملات الارتباط بالجدول أعلاه أن العلاقة بين معاملات محور الإبداع ومحور إدارة المعرفة مع المحور الإجمالي لفقرات استبانة الدراسة هي علاقة طردية قوية، لأن معاملاتهما قدرت بالقيمتين 0.745 و 0.731 على الترتيب وهي قريبة جدا من الواحد 1، كما أنها دالة إحصائيا عند 0.01؛ وبالتالي يمكن القول إن أداة الدراسة تتمتع بالصدق والاتساق الداخلي وكذا الصدق الظاهري.

ثالثا: ثبات أداة الدراسة

للتأكد من ثبات أداة الدراسة كان من الضروري إجراء اختبار **Cronbach's Alpha**، كما هو ممثل في الجدول التالي:

الجدول رقم 5: نتيجة اختبار Cronbach's Alpha

معامل الصدق	معامل الثبات	عدد العبارات	الاستبانة ككل
0.846	0.716	25	

المصدر: بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه يتضح أن قيمة α للاستبيان بلغت 0.716 أي بنسبة 71.6% تقريبا وهي أعلى من 60% وهذا يعكس ثبات الاستبانة، وبلغت قيمة معامل الصدق 0.846 وهي قيمة مرتفعة وقريبة من الواحد 1، وبالتالي نكون

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

قد تأكدنا من صدق وثبات الاستبانة. وعليه فإن هذا المقياس ثابت بالنسبة للمبحوثين، أي أنهم يفهمون بنوده بنفس الطريقة وكما قصدتها الطالبتين، ومنه يمكن اعتماده لكون نسبة تحقيق نفس النتائج لو أعيد تطبيقه مرة أخرى تقدر بـ: 71.6%.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

المبحث الثالث: عرض ومناقشة نتائج الدراسة

المطلب الأول: وصف الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة

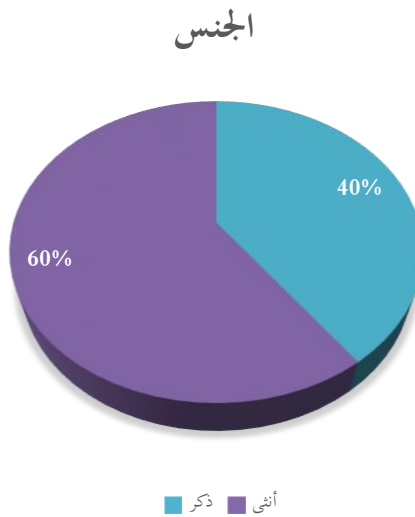
1. الجنس:

الجدول رقم 6: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
40.0%	12	ذكر
60.0%	18	أنثى
100%	30	المجموع

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

الشكل رقم 3: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس



يظهر من البيانات الموجودة في الجدول والشكل أعلاه أن نسبة الإناث في العينة تبلغ 60%، أكبر من نسبة الذكور 40% من

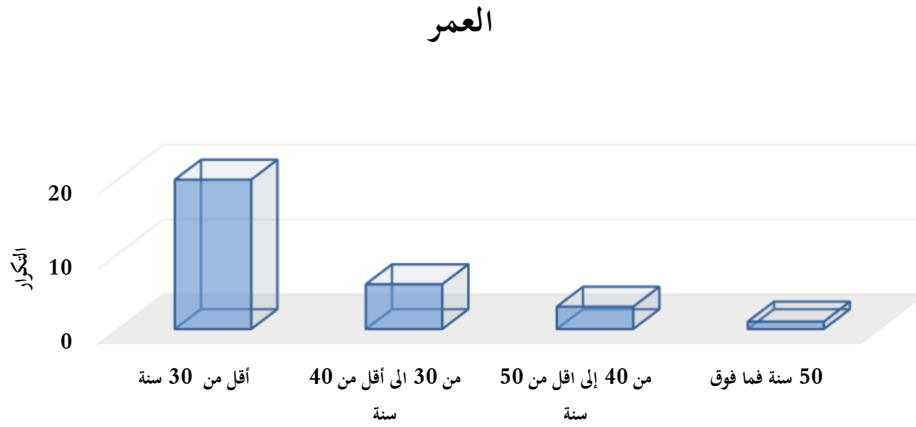
مجموع أفراد العينة.

الجدول رقم 7: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة
أقل من 30 سنة	20	66.7%
من 30 إلى أقل من 40 سنة	6	20.0%
من 40 إلى أقل من 50 سنة	3	10.0%
50 سنة فما فوق	1	3.3%
المجموع	30	100%

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

الشكل رقم 4: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر



يبين الجدول والشكل أعلاه توزيع أعمار أفراد العينة، حيث تشكل الفئة العمرية التي تقل عن 30 سنة 66.7% من العينة، وتشكل الفئة العمرية من 30 إلى 40 سنة 20% من العينة، في حين تشكل الفئة العمرية من 40 إلى أقل من 50 سنة 10% من العينة، وتشكل الفئة العمرية التي تبلغ 50 سنة فما فوق 3.3% من العينة.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

3. المستوى التعليمي:

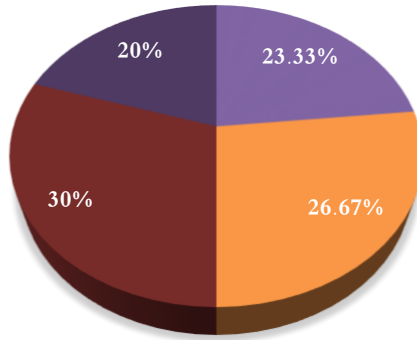
الجدول رقم 8: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
23.3%	7	ثانوي
26.7%	8	ليسانس
30.0%	9	دراسات عليا
20.0%	6	مستويات أخرى
100%	30	المجموع

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

الشكل رقم 5: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي



مستويات أخرى ثانوي ليسانس دراسات عليا

يظهر من البيانات الموجودة في الجدول والشكل أعلاه توزيع أفراد العينة حسب مستوى التعليم، حيث يملك 23.3% منهم

مستوى تعليما ثانويا، ويملك 26.7% منهم مستوى ليسانس، في حين يملك 30% منهم مستوى جامعيًا، وتشكل نسبة 20% منهم

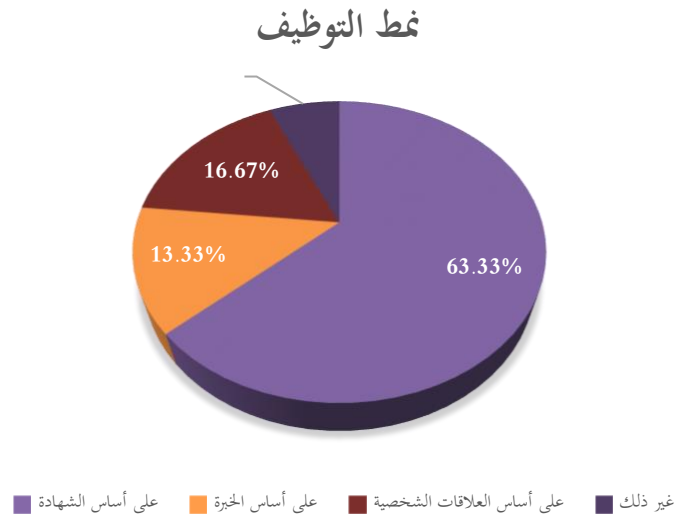
أصحاب مستويات أخرى.

الجدول رقم 9: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نمط التوظيف

نمط التوظيف	التكرار	النسبة
على أساس الشهادة	19	63.3%
على أساس الخبرة	4	13.3%
على أساس العلاقات الشخصية	5	16.7%
غير ذلك	2	6.7%
المجموع	30	100%

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

الشكل رقم 6: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نمط التوظيف



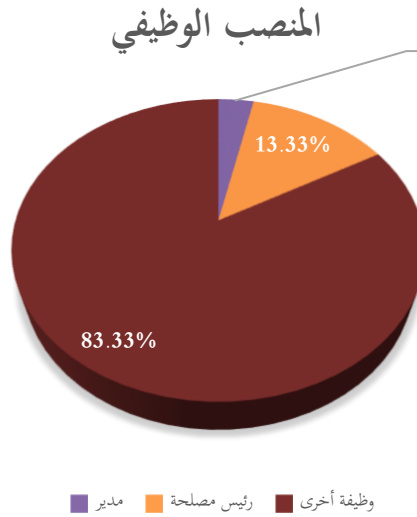
يظهر من البيانات الموجودة في الجدول والشكل أعلاه توزيع أفراد العينة حسب نمط التوظيف، حيث توظف 63.3% منهم على أساس الشهادة، وتم توظيف 13.3% منهم على أساس الخبرة، في حين توظف 16.7% على أساس العلاقات الشخصية، وتم توظيف نسبة 6.7% منهم على أساس أنماط أخرى.

الجدول رقم 10: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المنصب الوظيفي

المنصب الوظيفي	التكرار	النسبة
مدير	1	3.3%
رئيس مصلحة	4	13.3%
وظيفة أخرى	25	83.3%
المجموع	30	100%

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

الشكل رقم 7: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المنصب الوظيفي



يظهر من البيانات الموجودة في الجدول والشكل أعلاه توزيع أفراد العينة حسب منصبهم الوظيفي، حيث يشغل 3.3% منهم

منصب مدير، ويملك 13.3% منهم منصب رئيس مصلحة، في حين يشغل 83.3% منهم وظائف أخرى.

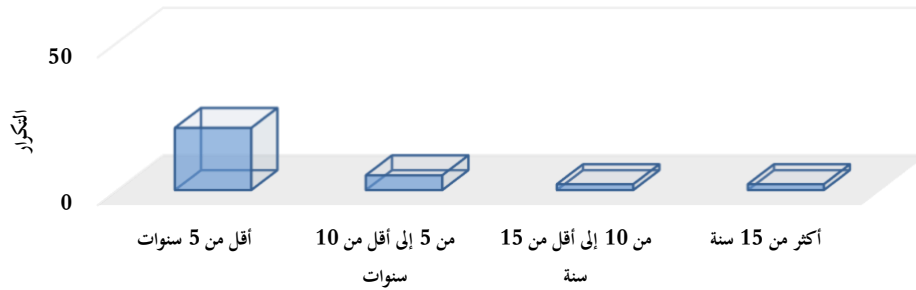
الجدول رقم 11: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة
أقل من 5 سنوات	21	70.0%
من 5 إلى أقل من 10 سنوات	5	16.7%
من 10 إلى أقل من 15 سنة	2	6.7%
أكثر من 15 سنة	2	6.7%
المجموع	30	100%

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

الشكل رقم 8: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية

الخبرة المهنية



يوضح الجدول والشكل أعلاه توزيع أفراد العينة حسب خبرتهم المهنية، حيث يملك 70% منهم خبرة أقل من 5 سنوات، ويملك

16.7% منهم خبرة من 5 إلى أقل من 10 سنوات، في حين يملك 6.7% منهم خبرة من 10 إلى أقل من 15 سنة، وتشكل نفس

النسبة 6.7% أفراد العينة الذين يملكون خبرة أكثر من 15 سنة.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

المطلب الثاني: دراسة وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة

أولاً: تحليل البيانات المتعلقة بتقييم محور إدارة المعرفة

الجدول رقم 12 : تقييم إجابات أفراد العينة حول محور إدارة المعرفة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى التقييم
1. تساعد عملية تشخيص المعرفة على التعرف إلى المعرفة داخل وخارج المنظمة وتحديد مكانها.	4.23	0.568	1	مرتفع
2. تعمل عملية تشخيص المعرفة على وضع حلول ملائمة لحل المشكلات القائمة.	4.20	0.610	3	مرتفع
3. تقوم عملية تشخيص المعرفة على تحديد الفجوات المعرفية داخل المؤسسة.	4.23	0.568	1	مرتفع
تشخيص المعرفة	4.22	0.404	/	مرتفع
4. تقوم المؤسسة بالحصول على المعرفة من مصادر مختلفة	3.20	1.215	3	متوسط
5. تقوم المؤسسة باكتساب المعرفة من خلال العلاقة مع منظمات أخرى.	3.93	0.740	1	مرتفع
6. تعتمد المؤسسة على توظيف خبراء من خارج المؤسسة.	3.43	1.278	2	متوسط
اكتساب المعرفة	3.52	0.878	/	متوسط
7. تقوم المؤسسة بالاستعانة بعمليات البحث والتطوير من أجل توليد المعرفة.	3.97	0.999	1	مرتفع
8. تستخدم المؤسسة أساليب لاستخراج المعارف الموجودة لدى العاملين.	3.80	0.887	2	مرتفع
9. تشجيع التنوع الفكري داخل المؤسسات المعرفية.	3.43	1.194	3	متوسط
توليد المعرفة	3.73	0.686	/	مرتفع
10. تقوم المؤسسة بتخزين المعرفة في عقول الأفراد العاملين لديها.	3.80	1.031	3	مرتفع
11. تعتمد المؤسسة على تخزين معرفتها في أنظمة حواسيب وملفات عادية.	4.07	0.583	1	مرتفع
12. تعتمد المؤسسة على قواعد معرفية خاصة بها لوضع جميع خبراتها.	4.03	0.809	2	مرتفع
تخزين المعرفة	3.97	0.498	/	مرتفع
13. تتم عملية تطبيق المعرفة داخل المؤسسة من أجل تحسين جودة منتجاتها.	4.40	0.814	1	مرتفع
14. تساهم عملية تطبيق المعرفة في تحسين الأداء الوظيفي للمؤسسة.	4.10	0.662	2	مرتفع
15. يعمل تطبيق المعرفة على دعم عملية الابتكار.	3.77	0.774	3	مرتفع
تطبيق المعرفة	4.09	0.487		مرتفع
إدارة المعرفة	3.91	0.413	/	مرتفع

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

وفقاً للجدول أعلاه، يظهر أن المتوسط الحسابي لإجابات عينة الدراسة في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة بخصوص بعد تشخيص المعرفة هو 4.22 مع انحراف معياري قدره 0.404. يشير إلى أن تقييم هذا المستوى مرتفع وأن معظم الإجابات على عبارات البعد كانت قريبة من المتوسط الحسابي. وجاءت العبارتان رقم (1) و(3) في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

وفقًا لنفس الجدول، يظهر أن المتوسط الحسابي لإجابات عينة الدراسة في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة بخصوص بعد اكتساب المعرفة هو 3.52 مع انحراف معياري قدره 0.878. يشير إلى أن التقييم هذا المستوى متوسط وأن معظم الإجابات على عبارات البعد كانت قريبة من المتوسط الحسابي. وجاءت العبارة رقم (5) في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي.

كما وظهر من الجدول، أن المتوسط الحسابي لإجابات عينة الدراسة في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة بخصوص بعد توليد المعرفة هو 3.73 مع انحراف معياري قدره 0.686. يشير إلى أن تقييم هذا المستوى متوسط وأن معظم الإجابات على عبارات البعد كانت قريبة من المتوسط الحسابي. وجاءت العبارة رقم (7) في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي.

وحسب نفس الجدول أيضا، يظهر أن المتوسط الحسابي لإجابات عينة الدراسة في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة بخصوص محور إدارة المعرفة هو 3.49 مع انحراف معياري قدره 0.496. يشير إلى أن تقييم هذا المستوى متوسط وأن معظم الإجابات على عبارات المحور كانت قريبة من المتوسط الحسابي.

ووفقًا للجدول أعلاه، يظهر أن المتوسط الحسابي لإجابات عينة الدراسة في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة بخصوص بعد تخزين المعرفة هو 3.97 مع انحراف معياري قدره 0.498. يشير إلى أن تقييم هذا المستوى مرتفع وأن معظم الإجابات على عبارات البعد كانت قريبة من المتوسط الحسابي. وجاءت العبارة رقم (11) في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي.

أيضا وبالنسبة لبعد تطبيق المعرفة؛ يظهر من نفس الجدول أن المتوسط الحسابي لإجابات عينة الدراسة في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة هو 4.09 مع انحراف معياري قدره 0.487. يشير إلى أن تقييم هذا المستوى مرتفع وأن معظم الإجابات على عبارات البعد كانت قريبة من المتوسط الحسابي. وجاءت العبارة رقم (13) في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي.

وكتقييم كلي للمحور الأول (إدارة المعرفة)؛ يظهر من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي الكلي لإجابات عينة الدراسة في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة هو 3.91 مع انحراف معياري قدره 0.431. يشير إلى أن التقييم الكلي لهذا المستوى مرتفع وأن معظم الإجابات على عبارات البعد كانت قريبة من المتوسط الحسابي.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

ثانياً: تحليل البيانات المتعلقة بتقييم محور الإبداع للمؤسسة

الجدول رقم 13: تقييم إجابات أفراد العينة حول محور الإبداع للمؤسسة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى التقييم
16. تعتمد المؤسسة على طرق إبداعية لحل المشكلات.	4.40	0.675	2	مرتفع
17. تعمل المؤسسة على حماية أصحاب الأفكار الإبداعية.	3.97	1.129	7	مرتفع
18. تشجع المؤسسة مختلف الأفكار الإبداعية.	3.67	1.155	9	متوسط
19. تعتمد المؤسسة على أسلوب تفكير إبداعي للتوصل إلى أفكار تستخدم بطريقة مبتكرة لإيجاد حلول بشكل جماعي.	3.53	1.167	10	متوسط
20. تشجع المؤسسة على تجريب الأشياء الجديدة لتحقيق أهدافها.	4.20	0.664	5	مرتفع
21. توسيع المنافسة داخل المؤسسة من أجل إبداع أشياء جديدة.	3.93	0.944	8	مرتفع
22. يعمل الإبداع على تحسين إنتاجية المؤسسة.	4.30	0.702	3	مرتفع
23. يسعى الإبداع لإيجاد فرص جديدة للمنظمة لزيادة مبيعاتها وأرباحها.	4.27	0.583	4	مرتفع
24. يسعى الإبداع لتحسين صورة المؤسسة وجعلها محل ثقة للزبائن.	4.20	0.664	5	مرتفع
25. يقوم الإبداع بتطوير قدرات المؤسسة من أجل تحقيق أهدافها.	4.43	0.568	1	مرتفع
الإبداع	4.09	0.422	/	مرتفع

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

كتقييم كلي للمحور الثاني (الإبداع)؛ يظهر من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي الكلي لإجابات عينة الدراسة في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة هو 4.09 مع انحراف معياري قدره 0.422. يشير إلى أن تقييم الكلي لهذا المستوى مرتفع وأن معظم الإجابات على عبارات البعد كانت قريبة من المتوسط الحسابي، وجاءت العبارة رقم (25) في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات

أولاً: اختبار التعددية الخطية

قبل إجراء اختبار الفرضيات لابد من التأكد من ملائمة البيانات لتحليل الانحدار، ويتم ذلك من خلال اختبار التعددية الخطية بين المتغيرات الفرعية المستقلة، حيث يجب أن يكون معامل تضخم التباين VIF أقل من 3، وقيمة التباين المسموح به أكبر من 0.05، والجدول أدناه يوضح ذلك:

الجدول رقم 14: جدول يوضح نتائج اختبار التعددية الخطية

المتغيرات المستقلة	التباين المسموح Tolerance	معامل تضخم التباين VIF
تشخيص المعرفة	.633	1.581
اكتساب المعرفة	.846	1.182
توليد المعرفة	.652	1.534
تخزين المعرفة	.620	1.613
تطبيق المعرفة	.593	1.685
المتغير التابع: الابداع		

المصدر: بالاعتماد على نتائج SPSS.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قيمة معامل تضخم التباين لجميع المتغيرات المستقلة أقل من 3 وتتراوح قيمته بين (1.534-1.685)، كما أن قيمة التباين المسموح كانت أكبر من 0.05 وتراوح بين (0.593-0.846)، ومنه نستنتج عدم وجود ارتباط عال بين المتغيرات المستقلة وأن البيانات ملائمة لاختبار الانحدار.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

ثانياً: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

تنص الفرضية الرئيسية الأولى على أنه:

H_0 - لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين إدارة المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 - توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين إدارة المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط وهو نموذج خطي إحصائي يقوم بتقدير العلاقة التي ترتبط بين متغير كمي واحد وهو المتغير التابع (الإبداع) مع متغير كمي آخر وهو المتغير المستقل (إدارة المعرفة)، وينتج عن هذا النموذج معادلة إحصائية خطية يمكن استخدامها لتفسير العلاقة بين المتغيرين أو تقدير قيمة المتغير التابع عند معرفة قيمة المتغير المستقل.

الجدول رقم 15: يوضح نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الرئيسية

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية DF	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	.041	1	.041	.226	.638
الخطأ	5.126	28	.183		
الإجمالي	5.167	29			
المتغير	β	الخطأ المعياري	معامل β	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الثابت	3.732	.756		4.936	.000
إدارة المعرفة	.092	.193	.089	.475	.638
معامل الارتباط: 0.089		معامل التحديد: 0.008		المتغير التابع: الإبداع	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يمكن القول من خلال الجدول أعلاه بأن النموذج لا يظهر علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين. قيمة F المحسوبة وبالذات 0.266 بقيمة احتمالية 0.638 وقيمة t المحسوبة 0.475 بقيمة احتمالية 0.638 كلاهما ذات دلالة غير إحصائية ($p > 0.05$)، مما يعني أن النموذج لا يفسر بشكل جيد التغيرات في المتغير المستقل (إدارة المعرفة). كما يشير معامل الارتباط الضعيف (0.089) ومعامل التحديد الصغير القيمة (0.008) إلى أن هناك علاقة ضعيفة جداً بين المتغيرين. هذه النتائج تشير إلى أنه لا يوجد دليل قوي على وجود علاقة بين المتغيرين في هذا النموذج.

وعليه، فإنه يتم قبول الفرض العدمي الذي ينص على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لتطبيق إدارة المعرفة على الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

ثالثاً: اختبارات الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الأولى

اختبار الفرضية الفرعية رقم 1.1

تنص الفرضية الفرعية رقم 1.1 على أنه:

H_0 - لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تشخيص المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية

- ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 - توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تشخيص المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية

- ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار الفرضية الفرعية رقم 1.1 تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط بين بعد جزئي من المتغير المستقل (تشخيص المعرفة) مع المتغير التابع (الإبداع).

الجدول رقم 16: نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الأولى

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية DF	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	.008	1	.008	.046	.832
الخطأ	5.159	28	.184		
الإجمالي	5.167	29			
المتغير	β	الخطأ المعياري	معامل β	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الثابت	3.912	.836		4.679	.000
تشخيص المعرفة	.042	.197	.040	.214	.832
معامل الارتباط: 0.040		معامل التحديد: 0.002		المتغير التابع: الإبداع	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يمكن القول من خلال الجدول أعلاه بأن النموذج لا يظهر علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين. قيمة F المحسوبة والبالغة 0.046 بقيمة احتمالية 0.832 وقيمة t المحسوبة 0.214 بقيمة احتمالية 0.832 كلاهما ذوات دلالة غير إحصائية ($p > 0.05$)، مما يعني أن النموذج لا يفسر بشكل جيد التغيرات في المتغير المستقل (تشخيص المعرفة). كما يشير معامل الارتباط الضعيف (0.040) ومعامل التحديد الصغير القيمة (0.002) إلى أن هناك علاقة ضعيفة جداً بين المتغيرين. هذه النتائج تشير إلى أنه لا يوجد دليل قوي على وجود علاقة بين المتغيرين في هذا النموذج.

وعليه، فإنه يتم قبول الفرض العدمي الذي ينص على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لتشخيص المعرفة على الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

اختبار الفرضية الفرعية رقم 2.1

تنص الفرضية الفرعية رقم 2.1 على أنه:

H_0 – لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين اكتساب المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية – ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 – توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين اكتساب المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية – ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار الفرضية الفرعية رقم 2.1 تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط بين بعد جزئي من المتغير المستقل (اكتساب المعرفة) مع المتغير التابع (الإبداع).

الجدول رقم 17: نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الثانية

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية DF	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	.001	1	.001	.006	.939
الخطأ	5.166	28	.184		
الإجمالي	5.167	29			
المتغير	β	الخطأ المعياري	معامل β	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الثابت	4.065	.329		12.345	.000
اكتساب المعرفة	.007	.091	.015	.077	.939
معامل الارتباط: 0.015		معامل التحديد: 0.000		المتغير التابع: الإبداع	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يمكن القول من خلال الجدول أعلاه بأن النموذج لا يظهر علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين. قيمة F المحسوبة والبالغة 0.006 بقيمة احتمالية 0.939 وقيمة t المحسوبة 0.077 بقيمة احتمالية 0.939 كلاهما ذات دلالة غير إحصائية ($p > 0.05$)، مما يعني أن النموذج لا يفسر بشكل جيد التغيرات في المتغير المستقل (اكتساب المعرفة). كما يشير معامل الارتباط الضعيف (0.015) ومعامل التحديد المنعدم القيمة تقريبا (0.000) إلى أن هناك علاقة ضعيفة جداً بين المتغيرين. هذه النتائج تشير إلى أنه لا يوجد دليل قوي على وجود علاقة بين المتغيرين في هذا النموذج.

وعليه، فإنه يتم قبول الفرض العدمي الذي ينص على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لاكتساب المعرفة على الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية – ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

اختبار الفرضية الفرعية رقم 3.1

تنص الفرضية الفرعية رقم 3.1 على أنه:

H_0 - لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين توليد المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية -

ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 - توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين توليد المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية -

ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار الفرضية الفرعية رقم 3.1 تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط بين بعد جزئي من المتغير المستقل (توليد المعرفة)

مع المتغير التابع (الإبداع).

الجدول رقم 18: نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الثالثة

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية DF	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	.058	1	.058	.316	.579
الخطأ	5.109	28	.182		
الإجمالي	5.167	29			
المتغير	β	الخطأ المعياري	معامل β	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الثابت	3.847	.439		8.769	.000
توليد المعرفة	.065	.116	.106	.562	.579
معامل الارتباط: 0.106		معامل التحديد: 0.011		المتغير التابع: الإبداع	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يمكن القول من خلال الجدول أعلاه بأن النموذج لا يظهر علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين. قيمة F المحسوبة والبالغة

0.316 بقيمة احتمالية 0.579 وقيمة t المحسوبة 0.562 بقيمة احتمالية 0.579 كلاهما ذات دلالة غير إحصائية ($p >$

0.05)، مما يعني أن النموذج لا يفسر بشكل جيد التغيرات في المتغير المستقل (توليد المعرفة). كما يشير معامل الارتباط الضعيف

(0.106) ومعامل التحديد الصغير القيمة (0.011) إلى أن هناك علاقة ضعيفة جدًا بين المتغيرين. هذه النتائج تشير إلى أنه لا يوجد

دليل قوي على وجود علاقة بين المتغيرين في هذا النموذج.

وعليه، فإنه يتم قبول الفرض العدمي الذي ينص على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لتوليد المعرفة على الإبداع في المؤسسة

الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

اختبار الفرضية الفرعية رقم 4.1

تنص الفرضية الفرعية رقم 4.1 على أنه:

H_0 - لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تخزين المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 - توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تخزين المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار الفرضية الفرعية رقم 4.1 تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط بين بعد جزئي من المتغير المستقل (تخزين المعرفة) مع المتغير التابع (الإبداع).

الجدول رقم 19: نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الرابعة

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية DF	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	.244	1	.244	1.385	.249
الخطأ	4.923	28	.176		
الإجمالي	5.167	29			
المتغير	β	الخطأ المعياري	معامل β	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الثابت	3.360	.625		5.375	.000
تخزين المعرفة	.184	.156	.217	1.177	.249

معامل الارتباط: 0.217 معامل التحديد: 0.047 المتغير التابع: الإبداع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يمكن القول من خلال الجدول أعلاه بأن النموذج لا يظهر علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين. قيمة F المحسوبة وبالعبارة 1.385 بقيمة احتمالية 0.249 وقيمة t المحسوبة 1.177 بقيمة احتمالية 0.249 كلاهما ذات دلالة غير إحصائية ($p > 0.05$)، مما يعني أن النموذج لا يفسر بشكل جيد التغيرات في المتغير المستقل (تخزين المعرفة). كما يشير معامل الارتباط الضعيف (0.217) ومعامل التحديد الصغير القيمة (0.047) إلى أن هناك علاقة ضعيفة جدًا بين المتغيرين. هذه النتائج تشير إلى أنه لا يوجد دليل قوي على وجود علاقة بين المتغيرين في هذا النموذج.

وعليه، فإنه يتم قبول الفرض العدمي الذي ينص على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لتخزين المعرفة على الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

اختبار الفرضية الفرعية رقم 5.1

تنص الفرضية الفرعية رقم 5.1 على أنه:

H_0 - لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تطبيق المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية

- ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 - توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تطبيق المعرفة والإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية -

ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار الفرضية الفرعية رقم 5.1 تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط بين بعد جزئي من المتغير المستقل (تطبيق المعرفة)

مع المتغير التابع (الإبداع).

الجدول رقم 20: نتائج نموذج الانحدار البسيط للفرضية الفرعية الخامسة

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية DF	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	.014	1	.014	.074	.787
الخطأ	5.153	28	.184		
الإجمالي	5.167	29			
المتغير	β	الخطأ المعياري	معامل β	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الثابت	4.272	.674		6.342	.000
تطبيق المعرفة	-.045	.164	-.051	-.273	.787
معامل الارتباط: -0.051		معامل التحديد: 0.003		المتغير التابع: الإبداع	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يمكن القول من خلال الجدول أعلاه بأن النموذج لا يظهر علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين. قيمة F المحسوبة والبالغة

0.074 بقيمة احتمالية 0.787 وقيمة t المحسوبة -0.273 بقيمة احتمالية 0.787 كلاهما ذوات دلالة غير إحصائية ($p > 0.05$).

مما يعني أن النموذج لا يفسر بشكل جيد التغيرات في المتغير المستقل (تطبيق المعرفة). كما يشير معامل الارتباط الضعيف (-

0.051) ومعامل التحديد الصغير القيمة (0.003) إلى أن هناك علاقة ضعيفة جداً بين المتغيرين. هذه النتائج تشير إلى أنه لا يوجد

دليل قوي على وجود علاقة بين المتغيرين في هذا النموذج.

وعليه، فإنه يتم قبول الفرض العدمي الذي ينص على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لتطبيق المعرفة على الإبداع في

المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

رابعاً: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

تنص الفرضية الرئيسية الثانية على أنه:

H_0 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة تعزى إلى العوامل الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، نمط التوظيف، المنصب الوظيفي والخبرة المهنية) عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة تعزى إلى العوامل الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، نمط التوظيف، المنصب الوظيفي والخبرة المهنية) عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار صحة الفرضية الرئيسية الثانية تم التحقق من الفرضيات الفرعية المندرجة تحتها كالتالي:

اختبار الفرضية الفرعية 1.2

تنص الفرضية 1.2 على أنه:

H_0 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة تعزى لمتغير الجنس، عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة تعزى لمتغير الجنس، عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار صحة الفرضية رقم 1.2 تم استعمال اختبار T-Test للفروق في إجابات العينة حسب متغير الجنس، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم 21: نتائج اختبار T-Test

المتغير	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة t	مستوى الدلالة Sig
إدارة المعرفة	ذكر	12	3.8778	-0.308	0.380
	أنثى	18	3.9259		
الإبداع	ذكر	12	4.2500	1.755	0.045
	أنثى	18	3.9833		

المصدر: بالاعتماد على نتائج SPSS.

يتضح من بيانات الجدول (21) أن متوسط إجابات أفراد العينة من الذكور حول إدارة المعرفة بلغ 3.87 وهو ما يقارب متوسط إجابات أفراد العينة من الإناث 3.92، كما جاءت نتيجة اختبار t بـ -0.308 وقيمة احتمالية 0.380 أكبر من مستوى الدلالة

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

$\alpha \leq 0.05$ ما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات إجابات أفراد العينة من الذكور والإناث حول إدارة المعرفة.

كما يتضح من بيانات نفس الجدول أن متوسط إجابات أفراد العينة من الذكور حول الإبداع بلغ 4.25 وهو أكبر من متوسط إجابات أفراد العينة من الإناث والذي بلغ 3.98، حيث جاءت نتيجة اختبار t بـ 1.755 وقيمة احتمالية 0.045 أقل من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ما يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ بين متوسطات إجابات أفراد العينة من الذكور والإناث حول الإبداع.

وبالتالي يتم رفض الفرض العدمي والذي ينص على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة على محوري إدارة المعرفة والإبداع تبعاً لمتغير الجنس عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

اختبار صحة الفرضية 2.2:

تنص الفرضية الفرعية 2.2 على أنه:

H_0 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة تعزى لمتغير العمر، عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة تعزى لمتغير العمر، عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار صحة الفرضية رقم 2.2 تم استعمال اختبار One way ANOVA للفروق في إجابات العينة حسب متغير العمر، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم 22: نتائج اختبار One way ANOVA للفرضية الفرعية 2.2

المتغير	العمر	المتوسط الحسابي	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
إدارة المعرفة	أقل من 30 سنة	3.8600	0.407	0.749
	من 30 الى أقل من 40 سنة	4.0778		
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	3.8889		
	50 سنة فما فوق	3.8667		
الإبداع	أقل من 30 سنة	4.0350	0.740	0.538
	من 30 الى أقل من 40 سنة	4.3167		
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	4.0667		
	50 سنة فما فوق	3.9000		

المصدر: بالاعتماد على نتائج SPSS

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

يتضح من الجدول أعلاه وبالنسبة لمتغير إدارة المعرفة أن قيمة F بلغت 0.407 وبقيمة احتمالية 0.749 وهي أكبر من $\alpha \leq 0.05$ وبالتالي غير دالة إحصائياً، مما يعني أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد العينة حول إدارة المعرفة بالنسبة لمتغير العمر.

كما ويتضح من الجدول نفسه بالنسبة لمتغير الإبداع أن قيمة F بلغت 0.740 وبقيمة احتمالية 0.538 وهي أكبر من $\alpha \leq 0.05$ وبالتالي غير دالة إحصائياً، مما يعني أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد العينة حول الإبداع بالنسبة لمتغير العمر.

وبما أن القيم الاحتمالية في المؤسسة محل الدراسة أكبر من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، فإن ذلك يعني تشابه إجابات كل أفراد العينة على اختلاف أعمارهم حول محوري إدارة المعرفة والإبداع.

وبالتالي يتم قبول الفرض العدمي والذي ينص على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة على محوري إدارة المعرفة والإبداع تبعاً لمتغير العمر عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

اختبار صحة الفرضية 3.2:

تنص الفرضية الفرعية 3.2 على أنه:

H_0 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة تعزى لمتغير المستوى التعليمي، عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة تعزى لمتغير المستوى التعليمي، عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار صحة الفرضية رقم 3.2 تم استعمال اختبار One way ANOVA للفروق في إجابات العينة حسب متغير المستوى التعليمي، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم 23: نتائج اختبار One way ANOVA للفرضية الفرعية 3.2

المتغير	المستوى التعليمي	المتوسط الحسابي	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
إدارة المعرفة	ثانوي	3.8476	0.643	0.594
	ليسانس	4.0833		
	دراسات عليا	3.8370		
	مستويات أخرى	3.8444		
الإبداع	ثانوي	4.4571	4.258	0.014
	ليسانس	4.1375		
	دراسات عليا	3.9778		
	مستويات أخرى	3.7667		

المصدر: بالاعتماد على نتائج SPSS

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

يتضح من الجدول أعلاه وبالنسبة لمتغير إدارة المعرفة أن قيمة F بلغت 0.643 وبقية احتمالية 0.594 وهي أكبر من $\alpha \leq 0.05$ وبالتالي غير دالة إحصائياً، مما يعني أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد العينة حول إدارة المعرفة بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي.

كما ويتضح من الجدول نفسه بالنسبة لمتغير الإبداع أن قيمة F بلغت 4.258 وبقية احتمالية 0.014 وهي أقل من $\alpha \leq 0.05$ وبالتالي دالة إحصائياً، مما يعني أنه توجد فروق في إجابات أفراد العينة حول الإبداع بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي، ونلاحظ أن هذه الفروق بين أصحاب من يملكون شهادة ثانوي وبين من يملكون شهادات أخرى.

وبالتالي يتم رفض الفرض العدمي والذي ينص على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة على محوري إدارة المعرفة والإبداع تبعاً لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

اختبار صحة الفرضية 4.2:

تنص الفرضية الفرعية 4.2 على أنه:

H_0 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة تعزى لمتغير نمط التوظيف، عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة تعزى لمتغير نمط التوظيف، عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار صحة الفرضية رقم 4.2 تم استعمال اختبار One way ANOVA للفروق في إجابات العينة حسب متغير نمط التوظيف، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم 24: نتائج اختبار One way ANOVA للفرضية الفرعية 4.2

المتغير	نمط التوظيف	المتوسط الحسابي	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
إدارة المعرفة	على أساس الشهادة	3.9474	1.040	0.391
	على أساس الخبرة	4.1000		
	على أساس العلاقات الشخصية	3.6667		
	غير ذلك	3.7333		
الإبداع	على أساس الشهادة	4.1105	0.091	0.964
	على أساس الخبرة	4.1250		
	على أساس العلاقات الشخصية	4.0200		
	غير ذلك	4.0000		

المصدر: بالاعتماد على نتائج SPSS

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

يتضح من الجدول أعلاه وبالنسبة لمتغير إدارة المعرفة أن قيمة F بلغت 1.040 وبقيمة احتمالية 0.391 وهي أكبر من $\alpha \leq 0.05$ وبالتالي غير دالة إحصائياً، مما يعني أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد العينة حول إدارة المعرفة بالنسبة لمتغير نمط التوظيف.

كما ويتضح من الجدول نفسه بالنسبة لمتغير الإبداع أن قيمة F بلغت 0.131 وبقيمة احتمالية 0.941 وهي أكبر من $\alpha \leq 0.05$ وبالتالي غير دالة إحصائياً، مما يعني أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد العينة حول الإبداع بالنسبة لمتغير نمط التوظيف.

وبما أن القيم الاحتمالية في المؤسسة محل الدراسة أكبر من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، فإن ذلك يعني تشابه إجابات كل أفراد العينة على اختلاف نمط توظيفهم حول محوري إدارة المعرفة والإبداع.

وبالتالي يتم قبول الفرض العدمي والذي ينص على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة على محوري إدارة المعرفة والإبداع تبعاً لمتغير نمط التوظيف عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

اختبار صحة الفرضية 5.2:

تنص الفرضية الفرعية 5.2 على أنه:

H_0 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة تعزى لمتغير المنصب الوظيفي، عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة تعزى لمتغير المنصب الوظيفي، عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار صحة الفرضية رقم 5.2 تم استعمال اختبار One way ANOVA للفروق في إجابات العينة حسب متغير المنصب الوظيفي، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم 25: نتائج اختبار One way ANOVA للفرضية الفرعية 5.2

المتغير	المنصب الوظيفي	المتوسط الحسابي	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
إدارة المعرفة	مدير	4.0000	0.042	0.959
	رئيس مصلحة	3.8667		
	وظيفة أخرى	3.9093		
	المجموع	3.9067		
الإبداع	مدير	3.7000	0.734	0.489
	رئيس مصلحة	3.9500		
	وظيفة أخرى	4.1280		
	المجموع	4.0900		

المصدر: بالاعتماد على نتائج SPSS

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

يتضح من الجدول أعلاه وبالنسبة لمتغير إدارة المعرفة أن قيمة F بلغت 0.042 وبقيمة احتمالية 0.959 وهي أكبر من $\alpha \leq 0.05$ وبالتالي غير دالة إحصائياً، مما يعني أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد العينة حول إدارة المعرفة بالنسبة لمتغير المنصب الوظيفي.

كما ويتضح من الجدول نفسه بالنسبة لمتغير الإبداع أن قيمة F بلغت 0.734 وبقيمة احتمالية 0.489 وهي أكبر من $\alpha \leq 0.05$ وبالتالي غير دالة إحصائياً، مما يعني أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد العينة حول الإبداع بالنسبة لمتغير المنصب الوظيفي.

وبما أن القيم الاحتمالية في المؤسسة محل الدراسة أكبر من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، فإن ذلك يعني تشابه إجابات كل أفراد العينة على اختلاف مناصبهم الوظيفي حول محوري إدارة المعرفة والإبداع.

وبالتالي يتم قبول الفرض العدمي والذي ينص على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة على محوري إدارة المعرفة والإبداع تبعاً لمتغير المنصب الوظيفي عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

اختبار صحة الفرضية 6.2:

تنص الفرضية الفرعية 6.2 على أنه:

H_0 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة تعزى لمتغير الخبرة المهنية، عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

H_1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة حول دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية - ولاية تبسة تعزى لمتغير الخبرة المهنية، عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

لاختبار صحة الفرضية رقم 6.2 تم استعمال اختبار One way ANOVA للفروق في إجابات العينة حسب متغير الخبرة المهنية، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم 26: نتائج اختبار One way ANOVA للفرضية الفرعية 6.2

المتغير	الخبرة المهنية	المتوسط الحسابي	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
إدارة المعرفة	أقل من 5 سنوات	3.8317	1.376	0.272
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	4.2400		
	من 10 إلى أقل من 15 سنة	3.8667		
	أكثر من 15 سنة	3.9000		
الإبداع	أقل من 5 سنوات	4.0905	0.054	0.983
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	4.1400		
	من 10 إلى أقل من 15 سنة	4.0000		
	أكثر من 15 سنة	4.0500		

المصدر: بالاعتماد على نتائج SPSS

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

يتضح من الجدول أعلاه وبالنسبة لمتغير إدارة المعرفة أن قيمة F بلغت 1.376 وبقيمة احتمالية 0.272 وهي أكبر من $\alpha \leq 0.05$ وبالتالي غير دالة إحصائياً، مما يعني أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد العينة حول إدارة المعرفة بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية.

كما ويتضح من الجدول نفسه بالنسبة لمتغير الإبداع أن قيمة F بلغت 0.054 وبقيمة احتمالية 0.983 وهي أكبر من $\alpha \leq 0.05$ وبالتالي غير دالة إحصائياً، مما يعني أنه لا توجد فروق في إجابات أفراد العينة حول الإبداع بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية.

وبما أن القيم الاحتمالية في المؤسسة محل الدراسة أكبر من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، فإن ذلك يعني تشابه إجابات كل أفراد العينة على اختلاف خبرتهم المهنية حول محوري إدارة المعرفة والإبداع.

وبالتالي يتم قبول الفرض العدمي والذي ينص على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة على محوري إدارة المعرفة والإبداع تبعاً لمتغير الخبرة المهنية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

من نتائج الفرضيات الفرعية السابقة – التابعة للفرضية الرئيسية الثانية – والتي مفادها بعدم وجود ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة على محوري إدارة المعرفة والإبداع تبعاً لكل المتغيرات الشخصية التي تم اعتمادها في الاستبانة (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، نمط التوظيف، المنصب الوظيفي والخبرة المهنية) عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ ، يمكن رفض الفرض العدمي الرئيسي الذي ينص على عدم وجود ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة على محوري إدارة المعرفة والإبداع تعزى للعوامل الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، نمط التوظيف، المنصب الوظيفي والخبرة المهنية) عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفصل الثاني: دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية

خلاصة الفصل الثاني:

تم من خلال هذا الفصل التعرف على نشأة شركة جودي للمشروبات الغازية، حيث قمنا بالتعريف بالشركة وتحديد تخصصها والاطلاع على هيكلها التنظيمي والتطرق الى الإطار المنهجي في طريقة اعداد استبانة التي تم توزيعها على موظفي الشركة محل الدراسة والذي تحتوي ثلاث محاور اساسية يمثل المحور الأول بيانات المراقبة، والمحور الثاني يضم ابعاد المعرفة، المحور الثالث الخاص بالإبداع، وبعد استرجاعها قمنا بتفريغها. ولتحصيل البيانات تم استخدام أساليب احصائية عديدة: نسب مئوية، انحراف معياري، ألفا كرونباخ، متوسط حسابي، تحليل التباين الاحادي، الانحدار الخطي البسيط، معامل ارتباط بيرسون، اختبار توزيع طبيعي.

تم قياس صدق وثبات اداة الدراسة حيث تم تحليل المعلومات المتحصل عليها من الاستبانة عن طريق برنامج التحليل الاحصائي SPSS ثم قمنا بعرض ومناقشة نتائج الدراسة واختبار الفرضيات الموضوعية.

الخاتمة

تركز المنظمات الإنتاجية في الوقت الحاضر على إدارة المعرفة والإبداع، وهما عنصران أساسيان يمنحان المنظمة ميزة تنافسية قوية تساعد على الاستمرار في ظل التطورات والتحديات المستمرة. حيث تتضمن دراستنا الحالية فصلاً نظرياً وفصلاً متعلقاً بالدراسة الميدانية، حيث أظهر الجانب النظري للدراسة أهمية إدارة المعرفة ومن ثم أبرزت أهمية تطوير القدرات الإبداعية من خلال آليات و استراتيجيات متعددة، بالاستناد إلى دراستنا الميدانية، حاولنا معرفت دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية شركة جودي للمشروبات الغازية في ولاية تبسة، حيث شملت الدراسة عينة مكونة من 30 موظفا يعملون في الشركة المحلية. وبعد تحليل بيانات الدراسة الميدانية باستخدام أساليب إحصائية متنوعة، توصلنا الى مجموعة من النتائج التالية

1. نتائج الدراسة:

ومن خلال هذه الدراسة التي هدفت إلى معرفة دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية -تبسة- توصلنا إلى مجموعة من النتائج كالتالي:

النتائج النظرية:

- تعمل إدارة المعرفة على تقديم خدمات معروفة بالتميز وتؤدي بدورها إلى إرضاء العملاء.
- تساعد عملية إدارة المعرفة على تحسين القدرة على اتخاذ القرارات الصحيحة في الشركة.
- تعمل عملية إدارة المعرفة على زيادة فاعلية وكفاءة العاملين في الشركة ، حيث تساعد على تقليل الوقت والجهد.
- لا تقتصر عملية الإبداع على طرح الأفكار الجديدة فقط ، بل تقوم على الاهتمام بجميع مراحل العملية ، من بداية تطوير الأفكار الى نهاية تنفيذها ومتابعتها وتقييمها.
- تسعى المؤسسة إلى تطوير ورفع مستوى الكفاءة بالاعتماد على إبداع منتجات جديدة تنال رضا الموظفين.

- النتائج تطبيقية:

- ادارة المعرفة في شركة جودي للمشروبات الغازية ولاية تبسة من خلال عملياتها (تشخيص المعرفة، اكتساب المعرفة، توليد المعرفة، تخزين المعرفة، تطبيق المعرفة) تمارس بالدرجة مرتفعة من طرف موظفي شركة جودي للمشروبات الغازية.
- هناك موافقة مرتفعة لدى موظفي (عينة الدراسة) في شركة جودي على ما جاء في عبارات محور الابداع.
- لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين ادارة المعرفة والابداع في شركة جودي للمشروبات الغازية - تبسة عند مستوى دلالة احصائية $\alpha \leq 0.05$

- تبين انه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في اجابات العينة حول محوري ادارة المعرفة والابداع في شركة جودي للمشروبات الغازية- تبسة حسب المتغيرات الشخصية عند مستوى دلالة احصائية $\alpha \leq 0.05$

2. التوصيات:

بعد قيامنا بالدراسة النظرية والتطبيقية لموضوع دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية، نقترح بعض التوصيات

كالتالي:

- من الضروري أن تسعى مؤسسة جودي للمشروبات الغازية للحفاظ وتعزيز مستوى إدارة المعرفة فيها من خلال التركيز على تحقيق متطلباته ودعائمه.
- ضرورة إعطاء اهتمام أكبر لعمليات إدارة المعرفة (تشخيص، اكتساب، توليد، تخزين، تطبيق) داخل المؤسسة من خلال وضع استراتيجيات لها.
- إتاحة فرص لتكوين موظفين جدد وعدم التركيز على فئة معينة والاهتمام بالتدريب والتحفيز من اجل تنمية الإبداع وتطبيق الأفكار الجديدة.
- تدعيم العمل الإبداعي المبتكر الذي يبحث المشكلة المطروحة من كل جوانبها ويواجهها بعدة حلول متكافئة.

3. أفاق الدراسة:

بعد دراستنا لموضوعنا وعدم القدرة على الإلمام بكل جوانب هذه الدراسة نقترح بعض الدراسات التي يمكن أن يكون لها :

- أثر إدارة المعرفة على الأداء الوظيفي.
- دور الابداع في تطوير منظمات الأعمال.
- أثر تطبيق عمليات إدارة المعرفة في تحسين جودة خدمات التعليم العالي.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

1: الكتب:

1. اسامة محمد خير، إدارة الإبداع والابتكارات، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
2. أسمهان ماجد الطاهر، إدارة المعرفة، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
3. جمال أنيس خير الله، الإبداع الإداري، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
4. حسين عجالات حسن، استراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال، دار النشر والتوزيع، المكتبة الجامعية، عمان، الأردن، 2008.
5. ربحي مصطفى عليان، إدارة المعرفة، كلية التخطيط والإدارة، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
6. رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، طبعة الأولى، عمان، دار دجلة، 2007.
7. عبد الرحمن الجاموس، إدارة المعرفة في منظمات الأعمال، قسم إدارة الأعمال، جامعة حلب، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، سورية، 2013.
8. محمد عواد الزيادات، الاتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
9. مسلم عبد الله حسن، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، دار المعتر لنشر والتوزيع، عمان، 2017.
10. نبيل جمعة صالح النجار، الإحصاء التحليلي مع تطبيقات برمجية SPSS، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015.
11. محمد حسين محمد رشيد، الإحصاء الوصفي والتطبيقي والحيوي، الطبعة الأولى، عمان، دار الصفاء، 2007.
12. رامي صلاح جريل، تحليل البيانات خطوة بخطوة في، 2022، Spss

2: الأطروحات والرسائل:

1. الأمين حلموس، دور إدارة المعرفة التسويقية باعتماد إستراتيجية العلاقة مع الزبون في تحقيق الميزة التنافسية، أطروحة دكتوراه في علوم التسويق، طيب داودي كلية العلوم الاقتصادية، قسم علوم التسويق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
2. بوزيداوي محمد، إدارة المعرفة كأساس لتحقيق أداء مستدام ومتميز، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم التسويق، تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة الجزائر 3، 2013-2014.
3. بوقفة روميصة، بوعلاق أكرام، أثر إدارة المعرفة على تنمية الكفاءات البشرية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر في علوم التسويق، تخصص إدارة أعمال، جامعة الشيخ العربي تسي، تبسة، 2021-2022.
4. جدي حياة، بوزيري وردية، دور الإبداع في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر في علوم التسويق، إدارة أعمال، جامعة محمد أولحاج، البويرة، 2017-2018.
5. عذاري سعود الهاجري، أثر التمكين والإبداع في تحسين أداء العاملين، رسالة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2011.

6. فلحة بركات سالم أبو تايه، عمليات إدارة المعرفة وعلاقتها بالولاء التنظيمي لدى معلمي مدارس البادية م وجهة نظرهم، رسالة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التربية، تخصص الإدارة والقيادة التربوية، قسم الإدارة والمناهج، كلية العلوم التربوية، جامعة الشرق الأوسط، كانون الثاني 2022.
7. محمد موسى محمد الشمراي، مشكلات استخدام تحليل التباين الأحادي والمقارنات البعدية وطرق علاجها، بحث مقدم إلى قسم علم النفس بكلية التربية بجامعة أم القرى بمكة المكرمة كمتطلب تكميلي لنيل درجة الماجستير في علم النفس فتخصص إحصاء وبحوث، تحت إشراف الأستاذ الدكتور ربيع سعيد طه، 2000.
8. ندى صارم، دور إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع الإداري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، إدارة أعمال التخصصي، معاذ الصباغ، الجامعة الافتراضية السورية، 2019.

3. المجالات ومُلْتَقِيَات:

1. بن دجوية حميد، دواح بلقاسم، إدارة المعرفة لتحسين أداء المنظمات، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد (311)، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر.
2. كامل سالم أبو ضاهر، العينات الاحصائية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية. مج. 28، العدد (7) 2020.
3. زينة بن وسعد، هاجر يوزيان الرحمان، إدارة المعرفة ودورها في تحقيق الإبداع في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة العلوم الإدارية والمالية، المجلد 02، العدد 01، جامعة بلحاج بوشعيب تيموشنت، الجزائر، 2018/06/30.
4. أحمد طرطار، سارة حليمي، أثر تطبيق إدارة المعرفة على وظيفة الإبداع في منظمات الأعمال، ملتقى دولي حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، الشلف، يومي 1314 ديسمبر 2011.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Elsevier Butterworth-Heinemann, **Knowledge management in theory and practice**, KIMIZ DALKIR, McGill university, Amsterdam, 2005.
2. Emil hajric, **Knowledge Management**, system and practices, a theoretical and practical guide for knowledge management in your organization, 2018.
3. Karami, A. & Ahtnadloo, A. (2019), **the impact of knowledge management on organizational creativity: A case study of industrial sector**. Journal of business research, Tehran university.
4. Miss Rim Bougherara, **Creativity in Teaching: between Theory and practice**, Algiers 2 university, department of foreign languages, revue des lettres et des langues, volumes n: 24 :26 juin 2019, date de réception: 16/12/2019, date d'acceptation: 21/05/2019, date de publication: 02/06/2019.
5. Rosen, y & Arzy, S, (2017), **the act of training in expansive thinking on creativity**, creativity research journal, 20(2), 113-121.
6. Qing Cao, Shad Dowlatsahi, **The impact of alignment between virtual enterprise and information** technology on business performance in an agile manufacturing environment, Journal of Operations Management 23 (2005) 531-550.

لمواقع الإلكترونية:

- الموقع الإلكتروني: <https://mufahras.com> تاريخ الاطلاع، 2023/02/12، على الساعة.

قائمة الملاحق

الملحق رقم 1: استمارة الاستبانة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة تبسة قسم: علوم التسيير تخصص: إدارة أعمال استمارة استبانة: دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية - دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية بولاية تبسة مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير تخصص: إدارة أعمال
--

إشراف الدكتور:	من إعداد الطالبين:
حناشي توفيق	صوالحية عبير لوصيف بثينة

إلى موظفي شركة جودي للمشروبات الغازية - تبسة - أخي الكريم أخي الكريمة في إطار التحضير لإعداد مذكرة تخرج ماستر على مستوى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال بجامعة العربي التبسي تبسة، نضع بين أيديكم هذه الاستبانة الذي يهدف إلى معرفة آراءكم حول موضوع: دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية، دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية بولاية تبسة. لذا نرجو من سيادتكم تقديم المساعدة في إتمام هذه الدراسة من خلال الإجابة على العبارات بوضع علامة (x) أمام العبارة المناسبة. وللأمانة العلمية فإن إجاباتكم ستعامل بشكل سري ولغايات البحث العلمي فقط، وفي الأخير تقبلوا منا فائق الشكر والاحترام والتقدير على تعاونكم.

1- بيانات المراقبة

يرجى وضع (x) أمام الإجابة المناسبة:

البيانات الشخصية:

1. الجنس:

- ذكر.
- أنثى.

2. العمر:

- أقل من 30 سنة.
- من 30 إلى أقل من 40 سنة.
- من 40 إلى أقل من 50 سنة.
- من 50 سنة فما فوق.

3. المستوى التعليمي:

- ثانوي.
- ليسانس.
- دراسات عليا.
- مستويات أخرى.

4. نمط التوظيف:

- على أساس الشهادة.
- على أساس الخبرة.
- على أساس العلاقات الشخصية.
- غير ذلك.

5. المركز الوظيفي:

- مدير.
- رئيس مصلحة.
- وظيفة أخرى.

6. الخبرة المهنية:

- أقل من 5 سنوات.
- من 5 إلى أقل من 10 سنوات.
- من 10 إلى أقل من 15 سنة.
- أكثر من 15 سنة.

العبارات الخاصة بالدراسة

أولاً: محور إدارة المعرفة:

إدارة المعرفة من العمليات التي تساعد المؤسسات الإنتاجية أو الاقتصادية على كسب وتوليد وتخزين وتطبيق المعرفة والاستفادة من المعلومات المهمة في اتخاذ القرارات الصحيحة وحل المشكلات داخل المؤسسة.

- الرجاء وضع إشارة (x) في خانة واحدة فقط من الخانات أمام الإجابة الأكثر تعبيراً عن رأيك.

الرقم	البيانات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
	تشخيص المعرفة					
1	تساعد عملية تشخيص المعرفة على التعرف إلى المعرفة داخل وخارج المنظمة وتحديد مكانها.					
2	تعمل عملية تشخيص المعرفة على وضع حلول ملائمة لحل المشكلات القائمة.					
3	تقوم عملية تشخيص المعرفة على تحديد الفجوات المعرفية داخل المؤسسة.					
	اكتساب المعرفة					
4	تقوم المؤسسة بالحصول على المعرفة من مصادر مختلفة.					
5	تقوم المؤسسة باكتساب المعرفة من خلال العلاقة مع منظمات أخرى.					
6	تعتمد المؤسسة على توظيف خبراء من خارج المؤسسة.					
	توليد المعرفة					
7	تقوم المؤسسة بالاستعانة بعمليات البحث والتطوير من أجل توليد المعرفة.					
8	تستخدم المؤسسة أساليب لاستخراج المعارف الموجودة لدى العاملين.					
9	تشجيع التنوع الفكري داخل المؤسسات المعرفية.					
	تخزين المعرفة					
10	تقوم المؤسسة بتخزين المعرفة في عقول الأفراد العاملين لديها.					
11	تعتمد المؤسسة على تخزين معرفتها في أنظمة حواسيب وملفات عادية.					
12	تعتمد المؤسسة على قواعد معرفية خاصة بها لوضع جميع خبراتها.					
	تطبيق المعرفة					
13	تتم عملية تطبيق المعرفة داخل المؤسسة من أجل تحسين جودة منتجاتها.					
14	تساهم عملية تطبيق المعرفة في تحسين الأداء الوظيفي للمؤسسة.					
15	يعمل تطبيق المعرفة على دعم عملية الابتكار.					

ثانيا: الإبداع

الإبداع هو كل ما هو جديد ومختلف يميز المؤسسة عن الآخرين ويمنحها دعما في المركز التنافسي وتحسين الأداء.

الرجاء وضع إشارة (x) في خانة واحدة فقط من الخانات أمام الإجابة الأكثر تعبيرا عن رأيك.

الرقم	البيانات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
16	تعتمد المؤسسة على طرق إبداعية لحل المشكلات.					
17	تعمل المؤسسة على حماية أصحاب الأفكار الإبداعية.					
18	تشجع المؤسسة مختلف الأفكار الإبداعية.					
19	تعتمد المؤسسة على أسلوب تفكير إبداعي للتوصل إلى أفكار تستخدم بطريقة مبتكرة لإيجاد حلول بشكل جماعي.					
20	تشجع المؤسسة على تجريب الأشياء الجديدة لتحقيق أهدافها.					
21	توسيع المنافسة داخل المؤسسة من اجل إبداع أشياء جديدة.					
22	يعمل الإبداع على تحسين إنتاجية المؤسسة.					
23	يسعى الإبداع لإيجاد فرص جديدة للمنظمة لزيادة مبيعاتها وأرباحها.					
24	يسعى الإبداع لتحسين صورة المؤسسة وجعلها محل ثقة للزبائن.					
25	يقوم الإبداع بتطوير قدرات المؤسسة من اجل تحقيق أهدافها.					

الملحق رقم 2: مخرجات SPSS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	25

Descriptive Statistics

	N	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
إدارة المعرفة	30	-.580	.427	2.466	.833
الإبداع	30	.201	.427	.093	.833
Valid N (listwise)	30				

Correlations

		إدارة المعرفة	الإبداع	الاستبانة
إدارة المعرفة	Pearson Correlation	1	.089	.731**
	Sig. (2-tailed)		.638	.000
	N	30	30	30
الإبداع	Pearson Correlation	.089	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.638		.000
	N	30	30	30
الاستبانة	Pearson Correlation	.731**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables		Method
		Removed		
1	إدارة المعرفة ^b	.		Enter

a. Dependent Variable: الإبداع

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.089 ^a	.008	-.027	.42785

a. Predictors: (Constant), إدارة المعرفة

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.041	1	.041	.226	.638 ^b
	Residual	5.126	28	.183		
	Total	5.167	29			

a. Dependent Variable: الإبداع

b. Predictors: (Constant), إدارة المعرفة

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.732	.756		4.936	.000
	إدارة المعرفة	.092	.193	.089	.475	.638

a. Dependent Variable: الإبداع

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	تشخيص المعرفة ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الإبداع

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.040 ^a	.002	-.034	.42923

a. Predictors: (Constant), تشخيص المعرفة

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.008	1	.008	.046	.832 ^b
	Residual	5.159	28	.184		
	Total	5.167	29			

a. Dependent Variable: الإبداع

b. Predictors: (Constant), تشخيص المعرفة

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.912	.836		4.679	.000
	تشخيص المعرفة	.042	.197	.040	.214	.832

a. Dependent Variable: الإبداع

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	إكتساب المعرفة ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الإبداع

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.015 ^a	.000	-.035	.42953

a. Predictors: (Constant), إكتساب المعرفة

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.001	1	.001	.006	.939 ^b
	Residual	5.166	28	.184		
	Total	5.167	29			

a. Dependent Variable: الإبداع

b. Predictors: (Constant), إكتساب المعرفة

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.065	.329		12.345	.000
	إكتساب المعرفة	.007	.091	.015	.077	.939

a. Dependent Variable: الإبداع

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	توليد المعرفة ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الإبداع

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.106 ^a	.011	-.024	.42717

a. Predictors: (Constant), توليد المعرفة

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.058	1	.058	.316	.579 ^b
	Residual	5.109	28	.182		
	Total	5.167	29			

a. Dependent Variable: الإبداع

b. Predictors: (Constant), توليد المعرفة

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.847	.439		8.769	.000
	توليد المعرفة	.065	.116	.106	.562	.579

a. Dependent Variable: الإبداع

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	تخزين المعرفة ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الإبداع

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.217 ^a	.047	.013	.41933

a. Predictors: (Constant), تخزين المعرفة

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.244	1	.244	1.385	.249 ^b
	Residual	4.923	28	.176		
	Total	5.167	29			

a. Dependent Variable: الإبداع

b. Predictors: (Constant), تخزين المعرفة

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.360	.625		5.375	.000
	تخزين المعرفة	.184	.156	.217	1.177	.249

a. Dependent Variable: الإبداع

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables		Method
		Removed		
1	تطبيق المعرفة ^b	.		Enter

a. Dependent Variable: الإبداع

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.051 ^a	.003	-.033	.42901

a. Predictors: (Constant), تطبيق المعرفة

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.014	1	.014	.074	.787 ^b
	Residual	5.153	28	.184		
	Total	5.167	29			

a. Dependent Variable: الإبداع

b. Predictors: (Constant), تطبيق المعرفة

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.272	.674		6.342	.000
	تطبيق المعرفة	-.045	.164	-.051	-.273	.787

a. Dependent Variable: الإبداع

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Significance		Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
						One-Sided p	Two-Sided p				
إدارة المعرفة	Equal variances assumed	1.075	.309	-.308	28	.380	.760	-.04815	.15625	-.36822	.27192
	Equal variances not assumed			-.281	16.633	.391	.782	-.04815	.17148	-.41054	.31424
الإبداع	Equal variances assumed	1.780	.193	1.755	28	.045	.090	.26667	.15195	-.04460	.57793
	Equal variances not assumed			1.687	20.505	.053	.107	.26667	.15809	-.06257	.59591

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
إدارة المعرفة	Between Groups	.222	3	.074	.407	.749
	Within Groups	4.717	26	.181		
	Total	4.939	29			
الإبداع	Between Groups	.407	3	.136	.740	.538
	Within Groups	4.761	26	.183		
	Total	5.167	29			

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
إدارة المعرفة	Between Groups	.341	3	.114	.643	.594
	Within Groups	4.598	26	.177		
	Total	4.939	29			
الإبداع	Between Groups	1.702	3	.567	4.258	.014
	Within Groups	3.465	26	.133		
	Total	5.167	29			

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
إدارة المعرفة	Between Groups	.529	3	.176	1.040	.391
	Within Groups	4.410	26	.170		
	Total	4.939	29			
الإبداع	Between Groups	.054	3	.018	.091	.964
	Within Groups	5.113	26	.197		
	Total	5.167	29			

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
إدارة المعرفة	Between Groups	.015	2	.008	.042	.959
	Within Groups	4.923	27	.182		
	Total	4.939	29			
الإبداع	Between Groups	.267	2	.133	.734	.489
	Within Groups	4.900	27	.181		
	Total	5.167	29			

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
إدارة المعرفة	Between Groups	.677	3	.226	1.376	.272
	Within Groups	4.262	26	.164		
	Total	4.939	29			
الإبداع	Between Groups	.032	3	.011	.054	.983
	Within Groups	5.135	26	.198		
	Total	5.167	29			

الملحق رقم 3: استمارة التحكيم

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
جامعة تبسة

تخصص: إدارة أعمال

قسم: علوم التسيير



استمارة تحكيم

إلى الأساتذة الذين تفضلوا بتحكيم الاستبانة الخاصة بمذكرة ماستر بعنوان :
دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في مؤسسة إنتاجية -دراسة حالة شركة جودي للمشروبات الغازية
تبسة .

الإمضاء	إسم و لقب الأستاذ المحكم
	امال مراد
	وداد بنشعرام
	بل مهي صبيح
	حناشي توفيق

الأستاذ المشرف .:

-حناشي توفيق

الطالبتين :

-صوالحية عبير

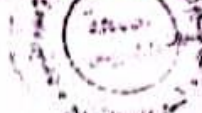
-لوصيف بثينة

الملحق رقم 4: اتفاقية التربص

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

الجامعة الجزائرية للعلوم الاقتصادية والتجارية



2023/2022



اتفاقية التربص

المادة الأولى:

هذه الاتفاقية تضبط علاقات جامعة العربي النسي تيسة ممثلة من طرف عميد كلية العلوم الاقتصادية ، والعلوم التجارية ، وعلوم النسيير

مع العوسة : فهم كة جودي الجيتوب جات النازية تيسة
عقرا في : صا لدا المشايخ تيسة
ممثلة من طرف :
الرتة :

هذه الاتفاقية تهدف إلى تنظيم تربص تطبيقي للطلبة الآتية أسماؤهم :

1- فيناك رصيف

2- صا الرجة عيدا

3-

4-

وذلك طبقا للمرسوم رقم : 88-90 المؤرخ في 03/05/1988 القرار الوزاري المؤرخ في ماي 1989.

المادة الثانية:

يهدف هذا التربص إلى ضمان تطبيق الدراسات المعطاة في القسم والمطابقة للبرنامج والمخططات التعليمية في تخصص الطلبة المعنيين.

التخصص: المسك الثانية ماستر ادارة أعمال

المادة الثالثة:

التربص التطبيقي يجري في مصلحة فهم كة جودي الجيتوب جات النازية تيسة
الفترة من : 09/04/2023 إلى : 09/05/2023

المادة الرابعة :

برنامج التبرص المعد من طرف الكلية مراقب عند تنفيذ من طرف جامعة بسة والمؤسسة المعنية.

المادة الخامسة:

وعلى غرار ذلك تكفل المؤسسة بتعيين عون أو أكثر يكلف متابعة تنفيذ التبرص التطبيقي هؤلاء الأشخاص مكلفون أيضا بالحصول على الصابغات الضرورية للتنفيذ الأمتل للبرنامج وكل غياب للتبرص ينبغي أن يكون على استمارة السيرة الذاتية المسلمة من طرف الكلية.

المادة السادسة:

خلال التبرص التطبيقي والمحدد بثلاثين يوما يتبع المتربص مجموع الموظفين في وحياته المحددة في النظام الداخلي وعليه بحسب على المؤسسة أن توضع للطلبة عند وصولهم لاماكن تربصهم مجموع التدابير المتعلقة بالنظام الداخلي في مجال الأمن والنظافة وتبين لم الأخطاء الممكنة.

المادة السابعة:

في حالة الإخلال بهذه القواعد فالمؤسسة لها الحق في إنهاء تربص الطالب بعد إعلام القسم عن طريق رسالة مسجلة ومؤتمنة الوصول.

المادة الثامنة:

تأخذ المؤسسة كل التدابير لحماية المتربص ضد مجموع مخاطر حوادث العمل وسهر بالخصوص على تنفيذ كل تدابير النظافة والأمن المتعلقة بمكان العمل المعين لتنفيذ التبرص.

المادة التاسعة :

في حالة حادث ما على المتربصين بمكان التوجيه يجب على المؤسسة أن تلجأ إلى العلاج الضروري كما يجب أن ترسل تقريرا مفصلا مباشرة إلى القسم.

المادة العاشرة:

تحمل المؤسسة التكفل بالطلبة في حدود إمكانياتها وحسب مجمل الاتفاقية الموقعة بين الطرفين عند الوجوب وإلا فإن الطلبة يتكفلون بأنفسهم من ناحية النقل ، المسكن ، المطعم.

2022 20
جزر بسة في
مكتب العلوم الاقتصادية والعلوم
التجارية وكلوم التسيير
مدير
2022 20

مكتب المؤسسة
FLAVIENS DRINKS COMPANY
ADMINISTRATIUN
Centre de Constantine, ALGERIE

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور إدارة المعرفة في تعزيز الإبداع في المؤسسة الإنتاجية مع دراسة حالة المؤسسة الإنتاجية جودي للمشروبات الغازية -تبسة- و ذلك من خلال معالجة الإشكالية الأساسية، فقد تم تقسيم الدراسة إلى فصلين، فصل نظري وفصل تطبيقي، فاتبعنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي في الجانب النظري أما في الجانب التطبيقي فتم الاعتماد على المنهج التحليلي، باستخدام الاستبيان وتوزيعه على الموظفين داخل المؤسسة، بالإضافة إلى برنامج الحزمة الإحصائية SPSS، وتم التوصل من هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج منها لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين ادارة المعرفة والابداع في المؤسسة الانتاجية جودي للمشروبات الغازية -تبسة- عند مستوى دلالة احصائية $\alpha \leq 0.05$ كذلك تم التوصل من خلال النتائج الى توصيات وآفاق.

الكلمات المفتاحية: المعرفة، ادارة المعرفة، الابداع، المؤسسة الانتاجية.

Abstract:

This study aimed to highlight the role of knowledge management in promoting creativity in the production enterprise with a case study of the production enterprise Judy Soft Drinks - Tébéssa - by addressing the basic problem, the study was divided into two chapters, a theoretical chapter and an applied chapter, so we followed in this study The descriptive approach on the theoretical side, and on the applied side, the analytical approach was relied upon, using the questionnaire and distributing it to the employees within the institution, in addition to the statistical package SPSS program. Knowledge management and creativity in the productive enterprise Judy soft drinks - Tébéssa - at the level of statistical significance $\alpha \leq 0.05$. Recommendations and prospects were also reached through the results.

Keywords: knowledge, knowledge management, creativity, productive organization.