

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

## دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع - دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

الأستاذة : فوزية قديد

### ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور إدارة المعرفة من خلال عملياتها ( إنشاء المعرفة و إكتسابها، ترميز و تخزين المعرفة، نشر المعرفة، تطبيق المعرفة) في تفعيل الإبداع على مستوى كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير بجامعة الجزائر3، موضحة درجة ممارسة وواقع عمليات إدارة المعرفة و الإبداع في الكلية،و قد توصلت إلى أن إدارة المعرفة تمارس بدرجة متوسطة و لها تأثير مقبول في الإبداع، رغم أن ثقافة الإبداع شبه معدومة في الكلية ، و لتفعيل الإبداع لابد من تطبيق إدارة المعرفة بشكل أوسع.

### Résumé :

Cette étude visait à détecter le rôle de gestion des connaissances à travers ses opérations (création et l'acquisition de connaissance, le codage et le stockage de connaissance, la diffusion de connaissance, l'application de connaissance) dans l'innovation au niveau de la faculté des sciences économiques et commerciales et de gestion à l'université d'alger<sup>3</sup>. Clarifier le degré de pratique et réalité des opérations de gestion des connaissances et l'innovation dans la faculté.

L'étude a conclu que la pratique de gestion des connaissances est moyenne, et a un effet significatif sur l'innovation, malgré que la culture de l'innovation presque inexistante en faculté, Pour l'activer devrait être appliquée plus largement la gestion de connaissance.

### مقدمة:

تواجه المنظمات العديد من التحديات و التغيرات في بيئتها، من بينها عدم التأكد ، المنافسة المفرطة، العولمة، و التحول نحو إقتصاد المعرفة، هذه التطورات و التغيرات أثرت بشكل كبير على إستراتيجياتها و خططها و سياساتها، مما دفع المنظمات بتبني الأدوات الكفيلة بتطوير أداءها و الحفاظ على مكانتها التنافسية، من بين هذه الأدوات إدارة المعرفة الذي يعتبر مفهوم إداري جديد و ركيزة أساسية لنجاح المنظمات، و من أهم صور الإدارة الحديثة لأي منظمة تريد التفوق و التميز، و ينبغي إعتماؤها من قبل المنظمات لكي تبذل و تحقق سبق التنافسي، و يعتبر الإبداع هدف النشاطات المتميزة لأغلب المنظمات التي تعمل على نشر المعرفة و الإستفادة منها، الأمر الذي يحتم الإهتمام بإدارة المعرفة للوصول إلى الإبداع الذي تنتشده هذه المنظمات.

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

تبرز أهمية الموضوع ضمن المجالات التالية:

- 1- الدعوة إلى الإهتمام بإدارة المعرفة في الجامعات حتى تتمكن من إمتلاك المعرفة و نشرها وتطبيقها بهدف الوصول إلى الإبداع في أداء وظائفها.
- 2- تعتبر إدارة المعرفة و الإبداع من المقاربات الحديثة في حقل الإدارة، و التي تحتاج لمزيد من الدراسة و المعالجة العلمية، و ذلك للإستفادة منها في إقرار السياسات، و تحديد البدائل.
- 3- إن تطبيق إدارة المعرفة بالمنظمات يساعد المنظمات على الإنتفاع الأمثل من المعرفة التي تمتلكها .
- 4- أهمية إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع لدى الأساتذة و إنعكاسها على المستوى التحصيلي على الطلبة.

من خلال القيام بهذه الدراسة أسعى إلى تحقيق جملة من الأهداف منها:

- 1- إبراز أهمية الإبداع و إدارة المعرفة و حاجة المنظمة إليهما.
- 2- التقدم بصيغة مقترحة لسبل تفعيل الإبداع من خلال إدارة المعرفة.
- 3- تشخيص واقع كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية بجامعة الجزائر3 فيما يتعلق بدور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع.

إن دراسة هذا الموضوع و اختياره كان نتيجة أسباب و دوافع أهمها:

- 1- الإعتقاد ان ضعف المنظمات الجزائرية يعود إلى سوء إدارتها لمعارفها، و عدم إدراكها لدورها في تفعيل الإبداع.

2- الإقتناع بأن تطبيق الإبداع في المنظمة يحتاج إلى إدارة ناجحة تطبق أحدث المفاهيم المستجدة. إن التحول الهائل و السريع في نظم الأعمال من المجتمع الزراعي إلى المجتمع الصناعي إلى مجتمع تكنولوجي إلى مجتمع المعرفة الذي يقوم فيه أداء المنظمة على مزيج من الإبداع و إدارة المعرفة، و هذا ما جعل الإبداع و إدارة المعرفة من الأنشطة الهامة التي تقوم بها المنظمات، و بالنظر إلى الدور المناط بالجامعة و المسؤولية الملقاة على عاتقها في سبيل تكوين أجيال قادرة على مواجهة التغيرات يجعل منها بيئات خصبة لتبني مفهوم إدارة المعرفة، و لذلك فالتساؤل الجوهرى لهذا الموضوع يكمن في تحديد العلاقة بين المتغير التابع (الإبداع) و المتغير المستقل (إدارة المعرفة) في كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية بجامعة الجزائر3 كمنظمة من المنظمات الجزائرية، و بالتالي تتبلور إشكالية البحث فيمايلي:

ما هو الدور الذي تلعبه إدارة المعرفة في كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير و العلوم

التجارية لتدعيم و تفعيل الإبداع في أداء وظائفها؟

و لمعالجة و تحليل هذه الإشكالية نقوم بطرح و الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

- 1- ما هي المعرفة، و ما هي أنواعها ؟
  - 2- ما هي إدارة المعرفة، عملياتها ؟
  - 3- ما هو الإبداع، ماهي مصادره، و ما الفرق بينه و بين الإختراع و الإبتكار؟
  - 4- ماهي طبيعة العلاقة بين إدارة المعرفة و الإبداع ؟
  - 5- ماهو واقع عمليات إدارة المعرفة في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير بجامعة الجزائر3؟
  - 6- ماهو واقع الإبداع في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير بجامعة الجزائر3؟
  - 7- هل هناك علاقة إرتباطية و ذات دلالة إحصائية بين مختلف عمليات إدارة المعرفة، و بين العمليات و الإبداع.
  - 8- هل تؤثر عمليات إدارة المعرفة (إنشاء المعرفة و إكتسابها ، ترميز المعرفة و خزنها ،نشر المعرفة، تطبيق المعرفة) على الإبداع.
- في ضوء أهداف البحث و الإشكالية المعروضة يمكن إختبار الفرضية الرئيسية التالية:هناك علاقة إيجابية و ذات دلالة بين إدارة المعرفة و تفعيل الإبداع في كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية بجامعة الجزائر3.
- و تنشق عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:
- \*الفرضية الأولى: توجد علاقة إرتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين مختلف عمليات إدارة المعرفة، و بين عمليات إدارة المعرفة و الإبداع..
- \*الفرضية الثانية: تؤثر عمليات إدارة المعرفة (إنشاء المعرفة و إكتسابها ، ترميز المعرفة و خزنها ،نشر المعرفة، تطبيق المعرفة) على الإبداع.
- يتألف مجتمع الدراسة من جميع الأساتذة بالكلية و البالغ عددهم(431)، و قد تم توزيع (210)إستمارة على عينة عشوائية شملت مختلف رتب هيئة أعضاء التدريس في الكلية، و تم إسترجاع 190 إستبانة، أي بنسبة إسترجاع بلغت 90.47% ، وقد تم إستبعاد 10 إستبانات و ذلك لوجود نقص في بياناتها، أي تمت معالجة 180 إستبانة.
- تم تصميم و إعتداد الإستبانة لأغراض الدراسة، و تم الإستفادة من الدراسات السابقة لبناء و تعزيز فقراتها، و قد قسمت إلى خمس مجالات (إنشاء المعرفة و إكتسابها، ترميز و تخزين المعرفة، نشر المعرفة، تطبيق المعرفة، الإبداع) وفق محورين: محور عمليات إدارة المعرفة، محور الإبداع، و بإستخدام التحليل الإحصائي الوصفي تم تحليل البيانات و إختبار الفرضيات.

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

لمناقشة الإشكالية و من أجل تحقيق أهداف البحث قمنا أولاً للتطرق لمفهوم إدارة المعرفة والإبداع، ثم تبيان العلاقة بينهما، ثم تعرضنا لدور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع في كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية و علوم التسيير بجامعة الجزائر3.

### أولاً: المفاهيم النظرية لمتغيرات الدراسة

#### 1- إدارة المعرفة

قبل التطرق لمفهوم إدارة المعرفة لابد لتعريف على مفهوم المعرفة، هذا المصطلح الذي يعتبر أهم جزء في حقل إدارة المعرفة، و أضحت السمة الغالبة في العصر الحالي و أهم مؤشرات التي يمكن من خلالها قياس مدى تقدم المجتمعات، مصطلح واسع المفهوم و شامل المعنى، و يرى Claire Beyou بأن "المعرفة تعبر عن قدرة معالجة و تحليل المعلومات من أجل تحويلها إلى فعل في حل المشكلات"<sup>1</sup>، أما بيتر دركر يرى بأن المعرفة ليست فقط كمورد من موارد المنظمة (كالأرض و رأس المال) بل أهمها على الإطلاق، باعتبارها القاعدة الجيدة للتنافس في مجتمعات مابعد الرأسمالية، و هو نفس ما ذهبت إليه الجمعية الأمريكية للتطوير و التدريب، إذ إعتبرت المعرفة إحدى أصول المنظمة الأكثر أهمية من الأصول المادية<sup>2</sup>، و من جهتهما Davenport & Prusak يعرفان المعرفة على أنها تدفق يمتزج فيه مختلف الخبرات، القيم، الحدس، المعلومات و الآراء الخبيرة في ظرف معين لتقديم إطار لتقييم و تقرير معلومات و خبرات جديدة بعد أن ترسخ في عقول العارفين<sup>3</sup>، و بناء على هذه التعريفات يمكن إعتبار المعرفة مزيج من الخبرات و الأفكار و القيم و التوجهات و الآراء التي يمتلكها الفرد أو المنظمة.

و المعرفة تبقى صحيحة و تنافسية في المرحلة الراهنة، لكن ليس بالضرورة تبقى كذلك في المرحلة القادمة، لان المعرفة متغيرة أو تراكمية يصيغ إضافة المعرفة الجديدة إلى المعرفة القديمة، كما أنها قابلة لأن تنقل لكل الناس في أي مكان، أي أنها اثيرية تتخطى المسافات و الحدود<sup>4</sup>.

من التعاريف السابقة للمعرفة التي أخذت أبعاداً مختلفة و هذا حسب المنهج المستخدم في تحديد مفهومها، نجد تصنيفات مختلفة للمعرفة، لكن التصنيف الأكثر شيوعاً و استخداماً من طرف الباحثين يقسم المعرفة إلى نوعين أساسيين هما:

<sup>1</sup>-Clair Beyou, **Manager les Connaissances**, (edition liaisons, paris, 2003), p30.

<sup>2</sup>-مالة أحمد صبري، العرب و المعرفة و المستقبل، المؤتمر العلمي السنوي الدولي الرابع حولك إدارة المعرفة في العالم العربي، جامعة الزيتونة، الأردن، 26-28/04/2004، ص7.

<sup>3</sup>-Guillermo Cortes Roblès, **Management de L'innovation Technologique et des Connaissances**, Thèse présentée pour obtenir le titre de docteur de l'institut national polytechnique de toulouse, France, 2006, p55.

<sup>4</sup>-محمد عواد الزيادات، إتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة، (دار صفاء، عمان، 2008)، ص21.

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

1- المعرفة الظاهرة: هي المعرفة الشائعة بين الأفراد و المعلوم مخزنها، و متاح الوصول إليها لكل من يعلم عنها أو يرغب في الحصول عليها، هذه المعارف تكون مخزنة في وسائل مادية مثل: المستندات، النماذج.... إلخ، و يصفها ( nonaka et takeuchi ) "بأنها هي البيانات النظامية و الرسمية و الصلبة التي تقرأ كميًا، و الطرق المرزمة و المبادئ العامة، هذه المعارف تكون و تحول بدون أي صعوبة بمختلف الوسائل و حسب رغبات و متطلبات الأفراد، بواسطة وسائل متعددة الأشكال توفرها تقنيات الاتصال و المعلومات"<sup>1</sup>.

2- المعرفة الضمنية: أو المعرفة الكامنة، هي معرفة شخصية ناتجة عن خبرات لفترات سابقة، ليست مهيكلة في لغة أو صورة، هي معرفة مخزنة في عقول أصحابها، غير معلومة و غير متاحة للآخرين، يمكن أن تظل حبيسة عقول الأفراد و لا تظهر أبداً، تنتقل بشكل كلي عبر الممارسة بين الأفراد.

و المنظمات الجامعية على إعتبار أنها مجتمعات قائمة على أساس المعرفة، أهم مهام رسالتها إثراء المعرفة و تمتيتها، علاوة على أنها زاخرة بكثير من الموارد الفكرية فإن التحدي الذي يواجهها اليوم هو كيفية التعرف على المعرفة الضمنية في رؤوس أفرادها (ممن يعدون ثروة ذات قيمة بالفعل)، و التي لا يعبر عنها أو يتم إستعراضها بسهولة و حفز أصحابها على التصريح بها و جعلها أكثر وضوحاً أو وصفها بأسلوب علمي و رسمي و منهجي منظم، و إحداث تكامل فيما بينها و بين المعرفة الصريحة للوصول إلى مستويات عالية في الأداء الجامعي<sup>2</sup>.

و نظراً لأهمية المعرفة و دورها في المنظمة، فلا بد أن تدار بكيفية جيدة، لكي تتمكن المنظمة من تحقيق أهدافها بكفاءة و فعالية، و إدارة المعرفة كتطور فكري كانت معروفة من الناحية النظرية منذ عقود، غير أن الجانب التطبيقي منها فقد كان وليد السنوات الأخيرة من القرن العشرين لتصبح من المفاهيم الإدارية الأكثر ديناميكية، و تشمل مختلف المجالات في الوقت الراهن بتعاضد أهميتها و تحويل العديد من المنظمات أعمالها إلى أعمال قائمة على المعرفة.

فيعرفها (I. Nonaka) " بأنها العملية المنهجية المنظمة للاستخدام الخلاق للمعرفة الجديدة باعتبارها مصدر للميزة التنافسية، و بالتالي تعد إدارة المعرفة مدخلاً لإضافة أو إنشاء قيمة من خلال المزج أو التركيب بين عناصر المعرفة بهدف إيجاد توليفات معرفية أفضل مما عليه،" أما (سعد غالب ياسين) فيرى " أنها إدارة كل أصول المعرفة و كل ما تملكه من موارد إنسانية و فكرية و من طاقات و قدرات

<sup>1</sup> - Ikujiro Nonaka, Hirotaka Takeuchi, *La Connaissance Créatrice*, traduction de Gérard koening, ( de Boeck université, paris, 1997), p5.

<sup>2</sup> - نهلة هاشم عبد القادر، إدارة المعرفة مدخل للإبداع التنظيمي في الجامعات المصرية، مجلة المسقبل

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

خلاقة، إنها ليست بالتأكيد إدارة للفراغ و للعدم، بل هي بالمطلق إدارة للمعنى و المعزى و للخبرات و التجارب لأصول المعرفة و لرأس المال الإنساني و لرأس المال الهيكلية<sup>1</sup>، و أما ( Alan fustec, et jacques fradin ) فيعرفان إدارة المعرفة بأنها" جميع الطرق و الوسائل التكنولوجية و التنظيمية التي تسمح باكتساب و إثراء و تخزين و تجديد و نشر المعلومة في المنظمة"<sup>2</sup>، و أما ( gilles balmisse ) فيرى أن " إدارة المعرفة هي أسلوب تسيير منهجي للمعارف و مهارات و كفاءات الشركات، الزبائن، ...، المساهمين بهدف مساعدة المنظمة على النمو"<sup>3</sup>، أما ( محمد عواد الزيادات ) فيرى أنها" عملية تحليل و تركيب و تقييم و تنفيذ التغيرات المتعلقة بالمعرفة لتحقيق الأهداف الموضوعية بشكل نظمي مقصود وهاهدف"<sup>4</sup>، و من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف إدارة المعرفة بأنها مختلف العمليات التي تسمح بإنشاء المعرفة و إكتسابها، ترميزها، تخزينها، و نشرها بين مختلف أفراد المنظمة ليتم تطبيقها و هذا من أجل تحقيق أهداف المنظمة، تكمن اهداف إدارة المعرفة في<sup>5</sup>:

\* جذب رأس مال فكري أكبر لوضع الحلول للمشكلات التي تواجه المنظمة.

\* خلق بيئة تنظيمية تشجع الفرد في المنظمة على المشاركة بالمعرفة لرفع مستوى الآخرين.

\* إعادة استخدام المعرفة و تعظيمها.

\* تحول المنظمات من الإقتصاد التقليدي إلى الإقتصاد العلمي الجديد ( إقتصاد المعرفة) و تعمل

كشبكة للأنشطة، حيث تسهم في التحويل نحو الشبكات الإقتصادية الواسعة و التجارية الإلكترونية.

\* خلق القيمة للأعمال من خلال التخطيط و إدارة و تطوير العاملين و إدارة الزبائن و تقييم الإنتاج.

تتضمن إدارة المعرفة مجموعة من العمليات التي تختلف أهميتها حسب المنظمة، لذلك نجد إختلاف في تحديد عدد و مسميات و ترتيب عمليات إدارة المعرفة من طرف الباحثين، و يمكن حصرها في الأربع عمليات الآتية:

1- إنشاء المعرفة و اكتسابها: إنشاء المعرفة هي قدرة المنظمة على توليد أفكار إبتكارية و تتم المعرفة

من خلال التغيير الثقافي و الاتجاه نحو تشجيع الاتصال و التبادل و التجديد و التعليم بالإضافة

إلى التشجيع على اكتساب و استنباط أفكار جديدة و كسر العوائق الفردية، و يتم اكتساب المعرفة

<sup>1</sup> - سعد غالب ياسين، إدارة المعرفة، ( دار المناهج، عمان، 2007)، ص 40.

<sup>2</sup> - Alan Fustec, Jacques Fradin, L'entreprise Neuronale, ( éditions d'organisation, paris, 2001), p20.

<sup>3</sup> - Gilles Balmisse, Guide des Outils de Knowledge Management , ( Vuibert, paris, 2005), p4.

<sup>4</sup> - محمد عواد الزيادات، مرجع سبق ذكره، ص 58.

<sup>5</sup> - نعيمة جبر رزوقي، رؤية مستقبلية لإختصاصي المعلومات في إدارة المعرفة، مجلة مكتبة الملك فهد، السعودية،

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

عن طرق التفاعل بين الأفراد داخل المنظمة أو الاحتكاك بالبيئة الخارجية عن طريق حضور اللقاءات و المؤتمرات.

2- ترميز و خزن المعرفة: تتمثل في التوثيق و التخزين و حفظ الأنشطة المنجزة بطريقة تسمح للمعرفة أن تكون متاحة للجميع، يستطيع من يريدتها الإطلاع عليها.

3- نشر المعرفة: هي قدرة المنظمة على توزيع المعرفة داخل المنظمة من أجل استغلالها لإعادة إنشاء و إبداع معارف جديدة و متطورة و هذه العملية تتم من خلال عدة أساليب منها ما هو رسمي و البعض الآخر غير رسمي.

4- تطبيق المعرفة: يعني استثمار المعرفة، و تحويلها إلى التنفيذ، و لكي تتجح أي منظمة في إدارة المعرفة فلا بد من نجاحها في تطبيق المعرفة.

إن إدارة المعرفة يعد نظاما إداريا يستجيب لأهداف الجامعات، فهي تساعد الجامعة على البقاء في مواجهة تهديدات المحيط الداخلي و الخارجي و الاستفادة من الفرص الموجودة فيها، و تكيف الجامعات مع مختلف التغيرات، و تحقيق أكبر درجة من التوافق و التكيف، فإدارة المعرفة لم يعد نشاط جزئي ضمن الأنشطة الأخرى، بل أصبحت تمثل نسق إداري بكامله، و قد أدى تبنيها في الجامعات ، التحول بشكل و سريع نحو الاندماج في الاقتصاد المبني على المعرفة.

## 2- الإبداع

أصبح يعرف الإبداع في وقتنا الحاضر أهمية بالغة يفرض على المنظمة إعتماده في كل فعل، نشاط، مشروع تقوم به، و يعتبر مطلب حيوي في ظل بيئة متسارعة الأحداث و كثيرة التغير من أجل تقديم الجديد و ضمان الإستمرار و البقاء و مواجهة المنافسة.

يترجم الإهتمام بالإبداع من خلال العديد من الدراسات التي تناولته، و لعل أول من إهتم به هو الإقتصادي الأمريكي النمساوي (Joseph Shumpeter) الذي عرفه بأنه " النتيجة الناجمة عن إنشاء طريقة أو أسلوب جديد للإنتاج و كذا التغيير في جميع مكونات المنتج أو في كيفية تصميمه"<sup>1</sup>، كما يعرف على أنه "عملية تناول أفكار جديدة فعالة لإشباع حاجات الزبائن و هو عملية تجديد مستمرة تشمل كل المنظمة، و هو جزء من إستراتيجية الأعمال و الممارسات اليومية و الإبداع هو أيضا الإنتاج و الإستثمار الناجح للأمور الجديدة غير مألوفة، بغرض إيجاد حلول جديدة للمشاكل مما يجعل بالإمكان تلبية إحتياجات الأفراد و المجتمع و النقيض من الإبداع هو إستخدام الأساليب القديمة و الروتين"<sup>2</sup>، و يعرف كذلك بأنه كل جديد على الإطلاق أو كل تحسين صغير أو كبير في المنتجات أو أساليب الصنع

<sup>1</sup> - Jean Lachman, *Le Financement des Stratégies de l'innovation*, (edition economica, paris,1993),p22.

<sup>2</sup>- رفعت عبد الحليم الفاعوري، إدارة الإبداع التنظيمي، (منشورات المنظمة العربية للتنمية، القاهرة، 2005)، صص 6،7.

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

الذي يحصل بمجهود فردي أو جماعي و الذي يثبت نجاحه من الناحية الفنية أو التكنولوجية و كذا من الناحية الإقتصادية<sup>1</sup>، و لقد تعددت تعاريف الإبداع و يمكن تصنيفها في أربعة إتجاهات<sup>2</sup>:

\*الإتجاه الأول: مفهوم الإبداع بناء على سمات الشخص المبدع، و ذكر جيلفورد أن المتعلم المبدع يتسم بسمات عقلية أهمها الطلاقة و المرونة و الأصالة.

\*الإتجاه الثاني: مفهوم الإبداع على أساس الإنتاج، و قدرة المتعلم على الإنتاج إنتاجا يتميز بأكبر قدرة من الطلاقة الفكرية و المرونة التلقائية و الأصالة بالتداعيات البعيدة و ذلك إستجابة لمشكلة او موقف مثير .

\*الإتجاه الثالث: مفهوم الإبداع على أنه عملية يصبح فيها المتعلم حساسا للمشكلات و بالتالي هو عملية إدراك الثغرات و الخلل في المعلومات و العناصر المفقودة، و عدم الإتساق بينها.

\*الإتجاه الرابع: مفهوم الإبداع بناء على الموقف الإبداعي أو البيئة المبدعة، و يقصد بالبيئة المبدعة المناخ بما يتضمن من ظروف و مواقف تيسر الإبداع أو تحول دون إطلاق طاقات المتعلم الإبداعية.

يتداخل و يرتبط مصطلح الإبداع بعدة مصطلحات يمكن قد تتشارك معه في المعرفة القائمة على الإدراك و الفهم و قد يرتبط معها في إعتماده على الذكاء و القدرات العملية للمبدع كما قد يرتبط بالبحث و التطوير العلمي و التكنولوجي، و قد تختلف معه في نقاط كثيرة تجعله ينفرد بمعناه، لذلك لا بد من التمييز ما بين الإبداع و الإختراع، الإبداع و الإبتكار.

يعرف الإختراع بأنه إنشاء و إكتشاف شيء جديد<sup>3</sup>، فالإختراع يشير إلى التوصل إلى فكرة أو شيء جديد يرتبط بالتكنولوجية لذلك العلاقة وثيقة بين الإبداع و الإختراع تتمثل هذه العلاقة في التجديد إلا أنهما يختلفان في:

\*الإختراع هو تحقيق مصدر جديد بالنسبة للمنظمة أما الإبداع فهو إدماج هذا المصدر في سلعة معروضة في السوق، معناه أن الإبداع هو تطبيق للإختراع.

\*الإختراع يعتمد على التكنولوجيا في توليد الفكرة الجديدة و يهمل الموارد الملموسة حيث تكون أقل أهمية في ضمان تحقيقه، أما الإبداع فيعتمد بدرجة كبيرة عليها و ذلك لنقل الفكرة إلى المنتج الجديد<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - محمد سعيد اوكيل، إقتصاد و تسيير الإبداع التكنولوجي، (ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994)، ص 33.

<sup>2</sup> - عبد الله العازمي، نبيل الفلاق، دور المعلم في تنمية الإبداع و التفكير الإبتكاري لدى طلبة المرحلة الثانوية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية بالرفيق، العدد 53، مصر، 2006، ص ص 164، 165.

<sup>3</sup> - Pascal Corbel, Technologie, Innovation, Stratégie: De L'innovation Technologique, L'innovation Stratégique, (édition Gualino Extension, paris, 2009), p17.

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

عادة ما يستخدم مصطلحي الإبداع و الابتكار للدلالة على مفهوم واحد، لكن في الحقيقة ان الابتكار هو نقطة الإنطلاق إلى الإبداع، حيث يعرف الابتكار بأنه عملية تتصف بأنها جديدة و مفيدة و متصلة بحل مشكلات معينة أو تجميع أو إعادة تركيب الأنماط المعروفة من المعرفة في أشكال فريدة، و تمر عملية الابتكار بأربع مراحل: الإعداد، الإختيار، و الإلهام أو الإستشراق و مرحلة التحقق<sup>1</sup>، إذن الابتكار هو عملية إنشاء و تقديم فكرة جديدة بهدف إحداث تغيرات و تطورات في السلعة أو الخدمة أو طريقة العمل، اما الإبداع فهو تطبيق هذه الفكرة في الواقع، فالإبداع هو المرحلة اللاحقة للإبتكار.

و قد أشار Peter Drucker إلى و جود سبعة مصادر أساسية للإبداع و هي<sup>2</sup>:

\*مصادر الفرص الإبداعية: تتنوع مصادر الفرص الإبداعية فقد تتعلق:

- بالحوادث الغير المنتظرة أو غير المتوقعة و تتمثل في حالات النجاح و الفشل أو الأحداث الفجائية، إذ يعتبر النجاح متطلب حقيقي للإبداع على المنظمة أن تأخذ بعين الإعتبار خاصة إذا كان فجائيا، فعلى المنظمة أن تناقشه و تحلله كما عليها أن تحدد جهة محددة لتقوم بتحليله و التفكير في كيفية الإستفادة منه، أما الفشل الذي قد تتعرض له المنظمة أو أحد منافسيها فغالبا ما يحجب التغير و الفرصة معه، فهو أيضا عبارة عن فرصة إبداعية هامة للمنظمة، فعليها البحث في أسبابه و إستغلاله من أجل التوجه نحو نجاحات مسطرة و مدروسة، أما الحدث الفجائي الخارجي فيتمثل في الأحداث التي لا تسجل ضمن المعلومات و المعطيات التي تواجه الإدارة في المنظمة.

- التناقضات: المفارقات مع السيرورة المنطقية أو المنظمة قد تكون مصدرا لإمكانية ظهور فرص للإبداع و حتى المفارقات بين الوقائع الإقتصادية.

- الحاجة إلى طريقة: الإبداع يكون على أساس الحاجة لمعالجة سلسلة من العمليات و الحاجة تنشأ على أساس العمل الذي سيتم القيام به و يكون إما تكملة لطريقة موجودة من قبل أو إعادة تصميم طريقة قديمة على أساس المعرفة المتوفرة حديثا، و المنظمة تواجه صعوبات كثيرة تولد حاجتها إلى حلها و منه تدفعها إلى البحث لتحويل هذه الحاجة إلى طريقة و منه الحاجة فرصة تدفع المنظمة إلى النجاح.

- التغيرات في بنية السوق و الصناعة: تتميز البيئة التي تعمل فيها المنظمة بالضعف، كما تعرف تغيرات تمس قواعد تسيير الصناعة يمكن أن تظهر في شكل سوق جديد في الصناعة، ظهور طرائق جديدة قد تحول التهديد لبعض المنظمات كما قد يستفيد منه منظمات أخرى التي تعتبره كفرصة لها.

<sup>1</sup> -رعد حسن الصرن، إدارة الإبداع والابتكار: الأسس التكنولوجية وطرائق التطبيق، (دار الرضا للنشر، سوريا،

(2000)، ص28.

<sup>2</sup> -بيتر دركر، ترجمة خالد العامري، إدارة الإبداع، (دار الفاروق للنشر، مصر، 2008)، ص 46.

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

- التغيرات الديمغرافية: يتميز زبائن المنظمة بمجموعة من الخصائص الديمغرافية التي تتغير مع تغير الزمن فهي غير ثابتة و إذا ما إستطاعت المنظمة توقعها فإنها ستعمل على إيجاد فرص لمواجهتها عن طريق إستغلالها و تحويلها إلى فرص إبداعية في شكل منتجات جديدة.

- المعرفة الجديدة: تضم المعارف الجديدة، الإختراعات، الإكتشافات، و النظريات العلمية كما تجلب معها فرصا تستغلها المنظمة لتقديم منتجات جديدة أو أساليب إنتاج جديدة أو إستعمالها لتغيير في أسلوب إنتاجها و حتى أسلوب تسويقها.

\*مصادر الأفكار الجديدة: للأفكار الجديدة أهمية بالغة للمنظمة فهي تعتبر نقطة الإنطلاق نحو الإبداعات، فكل المعلومات و المقترحات التي تستنبطها المنظمة من الإحتكاك بالمستهلكين والمستعملين، تولد أفكار تكون مصدرا لإبداع جديد تشبع حاجاتهم و رغباتهم.

الإبداع هو تجسيد للأفكار و المعارف الجديدة سواء في المنتج أو طريقة الإنتاج، أو في طرائق وأساليب التسيير، و إما في الممارسات التسويقية، فالإبداع هو تحويل هذه الأفكار إلى أفعال، هذه الأفكار لا تنشئ عشوائيا و إنما هي نتيجة لسيرورة مركبة و متكاملة من مجموعة من النشاطات البحث و التطوير، التسويق... إلخ و التي تعتمد على إمكانيات مادية و بشرية بالإضافة إلى ادوات و طرق للتحليل، فالإبداع ضرورة من ضرورات الإستمرار و البقاء للمنظمة يهدف إلى التجديد و التحسين الدائم.

### 3- إدارة المعرفة وعلاقتها بالإبداع

حاول العديد من الدارسين و الباحثين تبيين العلاقة ما بين إدارة المعرفة و الإبداع، الآثار والانعكاسات، لكن الموضوع بحاجة إلى دراسة أكثر، لأن موضوع إدارة المعرفة حديث رغم جذورها القديمة، و الإبداع مفهوم قديم.

حسب (Takeuchi, Nonaka) المعارف الصريحة يمكن تحويلها بنجاح لإبداعات عكس المعارف الضمنية التي هي نتيجة خبرات و مهارات فهي صعبة التحويل، و هذا ما يتطلب تنظيم تشجيع التبادل و اللقاءات الفجائية ما يؤدي إلى نقل المعرفة من فرد لآخر و ينتج بذلك إبداعات، و قد أطلق المؤلفان على نموذج التمييز بين المعرفة الصريحة و المعرفة الضمنية "دورة إبداع المعرفة" SECT ، و هي أربع

كلمات تشير إلى العمليات: Socialisation, externalisation, combinaison, internalisation.

أما ( عصام نور الدين<sup>1</sup>) فيعتبر الإبداع التنظيمي عنصر من العناصر الهامة في إدارة المعرفة، و حسب المعرفة تلعب دور هام و رئيسي في بناء قدرة المنظمة لتكون مبدعة و خلاقة، فمن دونها لا يمكن للمنظمة أن تكون تبداع و بالتالي فإن توفر المعرفة أمر ضروري للمنظمة، لذلك عليها كشفها و التقاطها من العمال و إستغلالها و إدارتها و المشاركة في استخدامها لتحقيق أهدافها.

<sup>1</sup> - عصام نور الدين، إدارة المعرفة و التكنولوجيا الحديثة، (دار أسامة، عمان، 2010)، ص40.

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

قد أكدت دراسة (Drucker) تحت عنوان " التنوع في الإبداع" على أن عمل الإبداعات عبر التاريخ كان معتمدا على المعرفة الجديدة، و على الرغم من أن تلك الإبداعات المعتمدة على المعرفة ليست كلها مهمة، لكنها كانت تختلف في معدلات الوقت الذي تأخذه و في معدلات الخسارة و في إمكان توقعها، و أكدت الدراسات أن الإبداعات المعتمدة على المعرفة لها عمر أطول و تفوق على الإبداعات الأخرى، و على الرغم من صعوبتها لكن يمكن إدارتها و تسويقها أكثر من الأنواع الأخرى من الإبداع، و أشارت الدراسة أن هناك فجوة بين توليد المعرفة و بين عكسها في الاستخدام لإنتاج منتجات جديدة، و شددت على أن تلك الإبداعات تحتاج إلى العديد من أنواع المعرفة كي تكون فعالة، و على ضرورة التجانس بين الأنواع المختلفة.

إن هدف إدارة المعرفة الأساسي هو الإبداع و تسهيله، و توفير الفرصة للحصول على الميزة التنافسية الدائمة للمنظمات، عبر مساهمتها في تمكين المنظمة من تبني المزيد من الإبداعات المتمثلة في طرح سلع و خدمات جديدة، و ذلك عن طريق تشجيع مبدأ تدفق الأفكار بحرية.

حسب دراسة قام بها كل من (pascal le masson, armand hatchuel و benoit weil<sup>1</sup>) يرون أن إدارة المعرفة أصبحت هاجس أكبر المنظمات، و تعتبر الثروة الجذرية في تسيير المنظمات، و لها أهمية حاسمة و أساسية في الإبداع، و تظهر إدارة المعرفة كتجديد للقواعد التنظيمية على مستوى المنظمات المبدعة.

و على وفق ( رفعت عبد الحليم الفاعوري<sup>2</sup>)، فإن العملية الإبداعية لها عناصر و مقومات عديدة، لكن تبقى المعرفة هي المكون الأساسي، و هي عصب العملية الإبداعية، كما تعتبر المعرفة من حيث إدارتها و عملياتها ( تشخيصها، نشأتها، تخزينها و توزيعها، تطبيقها) هي جل العملية الإبداعية، فلا يمكن ان نرتقي بالعمل الإبداعي و لا يكون نمط تفكيري و أسلوب عمل بلا معرفة و عملياتها، و المعرفة أساس و جوهر التفكير الإبداعي، و مهما تطورت العملية الإبداعية و توسعت فلا يمكن أن يكتب لها الديمومة إلا إذا قامت على أساس معرفي واضح، و قد حدد (Dominique thevonor<sup>3</sup>)، الإبداع كأحد خمس مفاتيح سيرورة و تطور إدارة المعرفة، لأنها تعمل على إغناء مهارة المنظمة ما يؤدي إلى تحسين التنافسية، و تحقيق الميزة التنافسية.

<sup>1</sup> - Armand Hatchuel et Autres, **Knowledge Management et Firme Innovante : une nouvelle approche de l'organisation**, revue annuelle 2000 de l' U.E.ENSAM, \* knowledge management\*, (dunod, paris,2000),p36.

<sup>2</sup> - رفعت عبد الحليم الفاعوري، مرجع سبق ذكره، ص 45.

<sup>3</sup> - Dominique Thevonor, **Le Partage des Connaissances**, (lavoisier, paris,1998), p73.

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

و يحدد (schumpeter) حسب ( محمد أحمد الحراشة<sup>1</sup>) خمسة عناصر تبين العلاقة بين إدارة المعرفة و الإبداع و هي:

- 1- تقديم/ اكتشاف منتج جديد، أو تحسين مواصفات و نوعية منتج موجود.
- 2- تقديم/ اكتشاف طريقة جديدة للتصنيع.
- 3- اكتساب/ فتح أسواق جديدة.
- 4- تطوير مصادر جديدة للتزويد بالمواد الخام أو أي مدخلات أخرى.
- 5- إدخال تغيير على المنظمة الصناعية.

فإدارة المعرفة تؤثر على الإبداع من خلال مخرجاته المتمثلة في جودة السلع و الخدمات، و علاقات الزبائن، زيادة الربح، فالفرد هو الذي يقوم بعملية الإبداع، بتوظيف معرفته و خبرته التي اكتسبها سواء عن طريق مشاركته مع الآخرين أو نقلت المعرفة إليه و خزنها و استعمالها عند الضرورة و هذا ما يقصد به إدارة المعرفة، فهناك ارتباط وثيق بين إدارة المعرفة و الإبداع.

وقد أعطي ( على عبد الهادي مسلم<sup>2</sup>) نموذج مبدئي لقياس مدى فعالية إدارة المعرفة وتأثيراتها في النواتج التنظيمية يعتمد على خمسة معايير: الأفراد، المعلومات، البيانات، المعرفة ، الإبداع. وقد حدد لكل معيار ستة أو خمسة أبعاد يمكن من خلالها قياس دورة وفعالية إدارة المعرفة بالمنظمة، حيث أن إبداعات المنظمة يتم قياسها بمدى احترام حقوق الملكية الفردية ، قدرة الأفراد على الإبداع ، مدى الاستثمار في الأفراد المهنيين ، عدد الأفراد الحاصلين على شهادات ذات اعتراف دولي، ومتوسط دخل الأفراد العاملين في مجال الإبداعات ،من خلال هذه الأبعاد يمكن نرى أن زيادة فعالية إدارة المعرفة تكون من خلال الإبداعات ما يعني أن لإدارة المعرفة دور في الإبداع .

في إطار ما تقدم يتضح لنا العلاقة الوطيدة والثيقة ما بين إدارة المعرفة والإبداع ،حيث أن إدارة المعرفة من خلال إنشاء المعرفة و إكتسابها، ترميزها وتخزينها، نشرها وتطبيقها وتحديثها باستمرار يعمل على تعزيز وتحسين مستويات الإبداع في المنظمة.

### ثانيا:مناقشة النتائج و تحليلها

إن الهدف من إدارة المعرفة في المنظمات الجامعية هو تهيئة البيئة المناسبة التي تسمح لأفراد الكليات و الجامعات بإبتكار و نقل المعرفة ذات الفعالية وصولا إلى معدلات عالية من الإبداع في أداء

<sup>1</sup>- محمد أحمد الحراشة، " دور إدارة المعرفة في الإبداع و الابتكار"، المؤتمر العلمي الثاني لكلية الاقتصاد، جامعة مؤتة، الأردن، فيفري 2006، ص9.

<sup>2</sup>- علي عبد الهادي مسلم، " إدارة المعرفة: مفهومها، عملياتها و تحدياتها و آثارها على النواتج التنظيمية"، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية: نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، معهد الإدارة العامة، الرياض، 1-4 نوفمبر 2009، صص 19-21.

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

رسائلهم المؤسسية، و هذا يقضي من القيادات الجامعية إدراك أن المعرفة تشكل موردا أساسيا و مهما، و تتميته تقتضي منهم العمل المستمر على خلق أفكار عملية قابلة للتنفيذ و تشجيع أفراد الكليات على المساهمة في إنتاج هذه الأفكار<sup>1</sup>.

### 1-تحليل أسئلة الدراسة

#### • عمليات إدارة المعرفة

للإجابة على السؤال الأول للدراسة الميدانية و الذي ينص : ماهو واقع عمليات إدارة المعرفة في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير؟ و بعد إجراء التحليل الإحصائي و معالجة متغيرات البحث نرى من خلال الجدول رقم (1)الذي يمثل المتوسط الحسابي و الانحرافات المعيارية لعمليات إدارة المعرفة (إنشاء المعرفة و إكتسابها، ترميز المعرفة و تخزينها، نشر المعرفة، تطبيق المعرفة)، أن فقرات عمليات إدارة المعرفة قد حققت درجة تطبيق متوسطة، حيث تراوحت ما بين(2.6) و(3.4) في أغلبها، و قد قدر المتوسط الحسابي العام لعمليات إدارة المعرفة(2.81) مما يدل على إجماع أغلبية أفراد العينة على مستوى واحد و متوسط لتطبيق عمليات إدارة المعرفة.

حققت الفقرة(9) من فقرات عمليات إدارة المعرفة أعلى وسط حسابي بلغ (4.21) الذي يدل على وجود ضعف في إهتمام الكلية بالعمل الجماعي و نقص بتزويد أقسام الكلية و الأساتذة بشبكة الأنترنت،أما أقل وسط حسابي فقد تحقق في الفقرة (13) ضمن الإستبانة، حيث بلغ (1.64) التي تؤكد على تركيز أغلب أعضاء هيئة التدريس على إستخدام المعرفة المتوفرة في تنمية معارفهم ، و جاءت بقية الفقرات بين هذين المستويين.

بشكل عام نرى أن الكلية تمنح الأساتذة منح و تریصات تسمح لهم بتنمية معارفهم و قدراتهم الأدائية، كما تحرص على الإستفادة من التجارب الناجحة الوطنية و الأجنبية ، كما تشير النتائج إلى إعتقاد أفراد العينة على الطرق المباشرة و الغير الرسمية للتعامل فيما بينهم لتبادل و نشر المعرفة و بذلك الكلية تركز على إنشاء المعرفة و إكتسابها ، لكنها لا توفر التكنولوجيا اللازمة لترميز و تخزين و نشر المعرفة داخل الكلية، و لا تدمج المعرفة الجديدة ضمن الأداء، و لا تشجع الإقتراحات و المبادرات الفردية و الجماعية، هذا ما يدل على إجماع أفراد العينة على ممارسة عمليات إدارة المعرفة بشكل مقبول و متوسط.

<sup>1</sup> - نهلة عبد القادر هاشم، إدارة المعرفة مدخل للإبداع التنظيمي في الجامعات المصرية، مرجع سبق ذكره، ص 27.

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

### جدول(1): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد العينة لعمليات إدارة المعرفة.

الرقم	العبرة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الإستجابة
1	تحرص الكلية على تشجيع الإقتراحات و المبادرات الجديدة و تنفيذها.		3.90	1.084	ضعيفة
2	تستخدم الكلية المعرفة المتوفرة لبناء معرفة جديدة.		1.87	0.780	عالية
3	تعمل الكلية على الإستفادة من التجارب الناجحة للتعليم الوطنية و الأجنبية.		2.11	0.983	عالية
4	يحصل الأساتذة بالكلية على منح و تربصات لتطوير قدراتهم المعرفية.		2.43	1.295	عالية
<b>إنشاء المعرفة و إكتسابها</b>					
5	تقوم الكلية بتوثيق الدروس و الأبحاث و الدراسات الجديدة.		2.38	1.004	عالية
6	تتوفر الكلية على وسائل تكنولوجية لتوثيق و خزن المعارف الجديدة و المكتسبة		2.34	1.064	عالية
7	الأبحاث المنجزة في الكلية تحول إلى موارد يمكن الرجوع إليها في المكتبة.		4.17	1.046	ضعيفة
<b>ترميز المعرفة و خزنها</b>					
8	شبكة الأنترنت متاحة للجميع في الكلية.		3.76	1.155	ضعيفة
9	تعتمد الكلية على أسلوب العمل الجماعي لنشر المعرفة.		4.21	1.030	ضعيفة جدا
10	تعقد الكلية ورش عمل و ملتقيات وطنية و دولية لتبادل المعارف.		2.61	1.189	متوسطة
11	أفضل التعامل المباشر و الغير الرسمي مع زملائي.		2.71	1.112	متوسطة
<b>نشر المعرفة</b>					
12	تساهم البحوث المنجزة في الكلية بمعالجة مشكلات الكلية و المجتمع.		2.80	1.136	متوسطة
13	أستخدم المعرفة المتوفرة في تنمية معارفي.		1.64	0.622	عالية جدا
14	تدمج الكلية المعرفة الجديدة ضمن مخطط الأداء.		3.94	0.926	ضعيفة
15	أوظف المعرفة التي أمتلكها في تحقيق أهداف الكلية.		237	0.951	متوسطة
<b>تطبيق المعرفة</b>					
<b>عمليات إدارة المعرفة</b>					
			2.81	0.483	متوسطة

المرجع: من إعداد الباحثة بالإعتماد على البرنامج الإحصائي SPSS.

#### • الإبداع

للإجابة على السؤال الثاني للدراسة الميدانية: ماهو واقع الإبداع في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير؟ و من خلال الجدول رقم (2) الذي يمثل الوسط الحسابي و الانحراف المعياري لفقرات الإبداع، يتضح أن هذه العناصر قد حققت في أغلبها أوساطا حسابية تقترب من (2) أو تتجاوزها بقليل، حيث بلغ أعلى وسط حسابي ضمن فقرات الإبداع (4.01) للفقرة رقم (19) في الإستبانة مما يؤكد على أن الكلية لا توفر بيئة و مناخ يسمح بإطلاق أفراد العينة لإبداعاتهم، و عدم وجود تحفيزات مادية أو معنوية تشجع الباحثين و الأساتذة بالكلية على الإبداع في البحث و إستعمال الطرق الإبداعية في عملية التدريس، فهي بذلك لا تشجع أنشطة البحث العلمي و لا تحرص على مشاركة الأفراد فيها و هذا ما أكدته الفقرتين (17) و (21) و يظهر ذلك من خلال عدم تفعيل أنشطة مخابر البحث العلمي المتواجدة بالكلية، أما اقل وسطا حسابيا فكان من نصيب الفقرة (20) من الإستبانة حيث بلغ

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

(1.52) مما يؤشر أن أغلبية أفراد العينة يميلون إلى الأعمال الإبداعية و يتفادون الأعمال الروتينية، ويعملون بإستمرار على تنمية قدراتهم الإبداعية من خلال الإستخدام المنظم للمعرفة . على العموم نرى أن الكلية لا تغطي جميع المستويات التنظيمية بالمعارف الضرورية و المتوفرة، ولا توفر البيئة التي تتقبل الإبداع و يدل ذلك على تدني مستوى ثقافة الإبداع بالكلية ، رغم ذلك يميل الأساتذة إلى الأعمال الإبداعية في أغلب الأحيان و يعملون على تنمية قدراتهم الإبداعية مما يسمح بالتوصل إلى المعارف الجديدة و تطوير المعارف الموجودة، مما يدل على أن الإبداع ضعيف في الكلية. جدول(2): المتوسطات الحسابية و الإنحرافات المعيارية لتقديرات أفراد العينة لتفعيل الإبداع.

الرقم	العبارة	الرتبة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	مستوى الإستجابة
16	هناك إنتشار و تدفق معرفي يغطي جميع المستويات التنظيمية.	5	3.94	0.875	ضعيفة
17	يتم تشجيع المبدعين في الكلية ماديا و معنويا .	4	3.66	1.159	ضعيفة
18	أنمي قدراتي الإبداعية من خلال الإستخدام المنظم للمعرفة .	2	2.51	1.075	عالية
19	أرى أن الكلية تتوفر على بيئة عمل تتقبل الإبداع.	6	4.01	0.974	ضعيفة
20	أميل إلى الأعمال الإبداعية أكثر من الأعمال الروتينية.	1	1.52	0.664	عالية جدا
21	توفر الكلية سياسات عمل داعمة للبحث العلمي و الباحثين.	3	3.52	1.096	ضعيفة
	المتوسط العام لتفعيل الإبداع		3.19	0.565	ضعيفة

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على البرنامج الإحصائي SPSS .

## 2- إختبار الفرضيات

الفرضية الأولى:توجد علاقة إرتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين مختلف عمليات إدارة المعرفة، و بين العمليات و الإبداع.

من الجدول رقم(3) نرى أن هناك علاقة وحيدة غير دالة إحصائيا، أي العلاقة بين نشر و تطبيق المعرفة، أي انه لا يوجد علاقة إرتباطية بين نشر المعرفة و تطبيق المعرفة حيث كانت قيمة الدلالة المعنوية (0.064) و التي كانت أكبر من مستوى الدلالة (0.01)، كما أن معامل الإرتباط كان (0.138)، ما عدا ذلك فإن كل العمليات و الإبداع كذلك ذات علاقة إرتباطية طردية إيجابية و قوية بين مختلف عمليات إدارة المعرفة، و بين العمليات و الإبداع، و هذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى.

جدول(3): إختبار بيرسون لإرتباط عمليات إدارة المعرفة و الإبداع.

إسم النشاط	إنشاء المعرفة و إكتسابها	ترميز المعرفة و خزنها	نشر المعرفة	تطبيق المعرفة	الإبداع
إنشاء المعرفة و إكتسابها	-	**0.454 0.000	**0.569 0.000	**0.337 0.000	**0.353 0.000
ترميز المعرفة و خزنها	-	-	**0.541 0.000	**0.271 0.000	**0.443 0.00
نشر المعرفة	-	-	-	0.138	**0.546

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

0.000	0.064				P
**0.211	-	-	-	-	تطبيق المعرفة
0.004					P
-	-	-	-	-	الإبداع

\*\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \geq 0.01$ ).

المرجع: من إعداد الباحثة بالإعتماد على نتائج SPSS.

**الفرضية الثانية:** تؤثر عمليات إدارة المعرفة (إنشاء المعرفة و إكتسابها ، ترميز المعرفة و خزنها ، نشر المعرفة، تطبيق المعرفة) على الإبداع.

لغرض معرفة تأثير ودور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع و لإختبار الفرضية الثانية تم إستخدام أنموذج الإنحدار الخطي البسيط لتحديد دور عمليات إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع، و من خلال نتائج الجدول (4) يتضح أن قيمة (F) لعمليات إدارة المعرفة الكلي (72.836) عند مستوى الدلالة (0.000)، حيث أن مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة المعتمدة (0.005)، مع ملاحظة أن كل قيم (F) لإنشاء المعرفة و إكتسابها، ترميز المعرفة و خزنها، نشر و تطبيق المعرفة ذات مستوى دلالة أقل من (0.005)، فإن ذلك يدل على صلاحية النموذج لإختبار الفرضية، و من خلال الجدول نفسه يتضح أن المتغير المستقل (إدارة المعرفة) يفسر على نحو عام ما مقداره 29% من التباين في المتغير التابع (تفعيل الإبداع)، و هي قوة تفسيرية متوسطة ، مما يدل أن هناك أثر مهما بدلالة إحصائية للمتغير المستقل في المتغير التابع.

كما يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.005) للمتغير المستقل (عمليات إدارة المعرفة) على المتغير التابع (الإبداع)، إذ بلغت قيمة (T) 8.534 بمستوى دلالة (0.000) و يعزز ذلك إرتفاع قيم Beta لمختلف عمليات إدارة المعرفة كما بينت النتائج أن نشر المعرفة إحتلت المرتبة الأولى في تفعيل الإبداع، تليها عملية ترميز المعرفة و خزنها ثم إنشاءها و إكتسابها فتطبيقها التي تأتي في المرتبة الأخيرة لتفعيل الإبداع بكلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير ، و تشير قيمة R إلى قوة العلاقة بين المتغيرين (0.539) (عمليات إدارة المعرفة و الإبداع) و هذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية .

**الجدول رقم(4): نموذج الإنحدار الخطي لتأثير عمليات إدارة المعرفة على الإبداع.**

الإحصاء		معامل الإرتباط	نسبة التباين	تحليل التباين	إختبار الدلالة	معامل الإنحدار	معادلة الإنحدار
المتغير		R	R square	F-Test	T-Test	Beta	قيمة الحد الثابت
				القيمة	القيمة		الحد الثابت
				الدلالة	الدلالة		

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

2.504	0.303	0.353	0.000	5.042	0.000	25.418	0.125	0.353	إنشاء المعرفة
2.135	0.375	0.443	0.000	6.586	0.000	43.371	0.196	0.443	إمتلاك المعرفة
1.947	0.435	0.546	0.000	8.684	0.000	75.406	0.298	0.546	نشر المعرفة
2.586	0.226	0.211	0.004	2.884	0.004	8.315	0.045	0.211	تطبيق المعرفة
1.420	0.630	0.539	0.000	8.534	0.000	72.836	0.290	0.539	عمليات إدارة المعرفة

المرجع: من إعداد الباحثة بالإعتماد على نتائج SPSS.

### الخاتمة:

في نهاية هذه الدراسة سنتطرق إلى مختلف النتائج التي تم التوصل إليها كخلاصة لدراسة الإشكالية ، ثم محاولة تقديم التوصيات.

#### أولاً: النتائج

1-الإهتمام بإدارة المعرفة و الإبداع أصبح ضرورة ملحة في ظل التغيرات و التطورات المتسارعة و المتعاقبة في المجالات المختلفة.

2-إدارة المعرفة في كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية من خلال عملياتها: إنشاء المعرفة و إكتسابها، ترميز المعرفة و خزنها، نشر المعرفة، تطبيق المعرفة ، تمارس بدرجة متوسطة و مقبولة.

3-يفضل مختلف أعضاء هيئة التدريس(عينة الدراسة) الأعمال الإبداعية على الأعمال الروتينية و رغم ذلك فإن الكلية لا توفر لهم البيئة المناسبة لإطلاق العنان لأفكارهم و معارفهم، و لا تشجعهم على الإبداع سواء ماديا او معنويا.

4-هناك إرتباط قوي مابين إدارة المعرفة و الإبداع في كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، و هذا ما يؤكد أن لإدارة المعرفة دور في تفعيل و تدعيم الإبداع فيها، كما أن للإبداع دور في عمليات إدارة المعرفة.

5- هناك تأثير و ذو دلالة إحصائية لإدارة المعرفة في الإبداع بالكلية بشكل مقبول و لكن ليس بالمستوى المطلوب.

#### ثانياً: التوصيات

1-تلعب الجامعة دور مهم في المجتمع بما توفره من رأس مال بشري و فكري متميز، و دراسات و بحوث متخصصة هذا ما يفرض عليها تبني مفهوم إدارة المعرفة و إستحداث وحدة أو دائرة خاصة تهتم بتنظيم و تطوير و متابعة و تقييم إدارة المعرفة.

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

2-وضع برنامج و إستراتيجية لإدارة المعرفة على مستوى الجامعات الجزائرية، يمكنها من الإستفادة القصوى و الرشيدة للمعارف، و ربط مختلف هذه الإستراتيجيات و البرامج بسياسات تشجيع و تفعيل الإبداع.

3-تهيئة المناخ المناسب ( نظام للحوافز المادية و المعنوية، توفير البيئة التقنية التحتية، برامج تدريبية و تعليمية في مجال إدارة المعرفة و الإبداع ) لدعم البحث العلمي في إنشاء المعرفة و تفعيل الأفكار الإبداعية.

### المراجع:

#### باللغة العربية:

- 1 - بيتر دركر، ترجمة خالد العامري، إدارة الإبداع، دار الفاروق، القاهرة، 2007.
- 2 - رعد حسن الصرن، إدارة الإبداع و الابتكار: الأسس التكنولوجية و طرائق التطبيق، دار الرضا للنشر، سوريا، 2000.
- 3 - رفعت عبد الحليم الفاعوري، إدارة الإبداع التنظيمي، القاهرة ،المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2005.
- 4 - سعد غالب ياسين، إدارة المعرفة، دار المناهج، عمان، 2007.
- 5 - صلاح الدين الكبيسي، إدارة المعرفة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2005.
- 6 - عبد الله العازمي، نبيل الفلاق، دور المعلم في تنمية الإبداع و التفكير الإبتكاري لدى طلبة المرحلة الثانوية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية بالزقازيق، العدد 53، مصر، 2006.
- 7 - عصام نور الدين، إدارة المعرفة و التكنولوجيا الحديثة، دار أسامة، عمان، 2010.
- 8 - علي عبد الهادي مسلم، " إدارة المعرفة: مفهومها، عملياتها و تحدياتها و آثارها على النواتج التنظيمية، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية: نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، معهد الإدارة العامة، الرياض، 1-4 نوفمبر 2009 .
- 9 - محمد أحمد الحراحشة، " دور إدارة المعرفة في الإبداع و الابتكار"، المؤتمر العلمي الثاني لكلية الاقتصاد، جامعة مؤتة، الأردن، فيفري 2006.
- 10 - محمد سعيد أوكيل، اقتصاد و تسيير الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1994.
- 11 - محمد عواد الزيادات، اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة، دار الصفاء عمان، 2008.
- 12 - هالة أحمد صبري، العرب و المعرفة و المستقبل، المؤتمر العلمي السنوي الدولي الرابع حولك إدارة المعرفة في العالم العربي، جامعة الزيتونة، الأردن، 26-28/04/2004.

دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع- دراسة ميدانية في كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير (جامعة الجزائر3)

13 - نعيمة جبر رزوقي، رؤية مستقبلية لإختصاصي المعلومات في إدارة المعرفة، مجلة مكتبة الملك فهد، السعودية، مجلد 9، عدد 2.

14 - نهلة هاشم عبد القادر، إدارة المعرفة مدخل للإبداع التنظيمي في الجامعات المصرية، مجلة المستقبل العربي، بدون سنة.

#### باللغة الأجنبية:

1- Alan fustec, jacques fradin, l'entreprise neuronale, éditons d'organisation, paris, 2001.

2- Armand Hatchuel et Autres, knowledge management et firme - innovante : une nouvelle approche de l'organisation, revue annuelle 2000 de l' U.E.ENSAM, \* knowledge management\*, dunod, paris.

.3- Clair Beyou, Manager les Connaissances, edition liaisons, paris, 2003

4- Ikujiro Nonaka, Hirotaka Takeuchi, La Connaissance Créatrice, - traduction de Gérard Koenig, de Boeck université, paris, 1997.

5- Dominique thevonor ,le partage de connaissances, lavoisier ,paris, 1998.

6- Gilles balmisse, guide des outils de Knowledge management, Vuibert, paris, 2005.

7- Guillermo Cortes Roblès, Management de L'innovation Technologique et des Connaissances, Thèse présentée pour obtenir le titre de docteur de l'institut national polytechnique de toulouse, France, 2006.

8- Jean Lachman, le financement des Stratégies de l'innovation , édition economica, paris, 1993.

9- Pascal Corbel, Technologie, Innovation, Stratégie: De L'innovation Technologique, L'innovation Stratégique, édition Gualino Extension, paris, 2009.