وزارة التعليـــم العـــالي والبحث العلـــمي
جـــامعة محمد الصـديق بن يحي – جيـــجل–

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

العنـــوان

أثر توليد المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي للعاملين

–دراسة حالة مؤسسة الخزف الصحي بالميلية ولاية جيجل–

مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير

تخصص: إدارة الموارد البشرية

إعداد الطالبتين:

– صابة ريمة

– صابة هدى

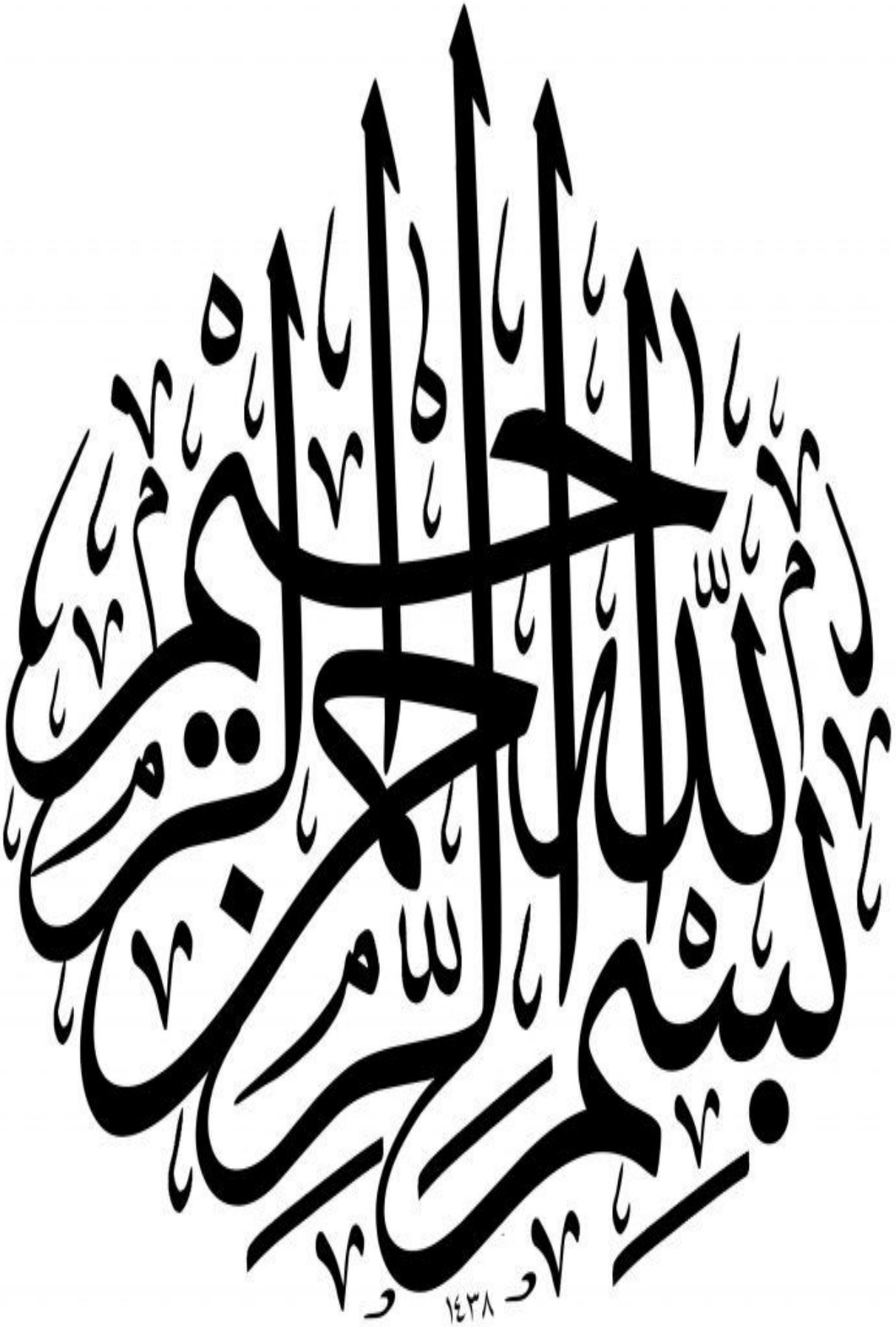
إشراف الأستاذ:

د/ برحال عبد الوهاب

لجنة المناقشة:

سوفي نبيل	جامعة جيجل	رئيسا
برحال عبد الوهاب	جامعة جيجل	مشرفا ومقرار
عبد اللوش محمد	جامعة جيجل	مناقشا

السنة الجامعية: 2021/2020


بسم الله الرحمن الرحيم
١٤٣٨

شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

عملا بقوله تعالى "وإذا تأذن ربك لئن شكرتم لأزيدنكم....."

نشكر الله على نعمه التي لا تعد ولا تحصى ومنها توفيقه تعالى على إتمام هذا العمل المتواضع

بداية اخص بالشكر الوالدين الكريمين على دعمهم المعنوي والمادي

كما نتقدم بجزيل الشكر والامتنان وخالص العرفان والتقدير إلى الأستاذ المشرف الدكتور "**برحال عبد الوهاب**" على جميل صبره ورحابة صدره، وعظيم نصائحه وطول صبره نسأل الله تعالى أن يديم عليه الصحة والعافية

كما نتقدم بالشكر الجزيل لعمال شركة الخزف الصحي ولكل من ساهم وساعدنا على انجاز واتمام بحثنا هذا ولو بكلمة طيبة.

إهداء

بعد ذكر وحمد رب العزة والخلق أجمعين والثناء على سيد الأنبياء والمرسلين أهدي ثمرة

جهدي هذا إلى:

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار...إلى من علمني العطاء بدون انتظار...إلى من أحمل اسمه

بكل افتخار...إلى قدوتي وسندي في الحياة...أبي العزيز وهبه الله حسن المآب.

إلى ملاكي في الحياة...إلى مصدر الحنان والعطاء...إلى بسمة الروح...إلى من كان دعائها

سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي...أمي الغالية حفظها الله.

إلى من جمعتني معهم ظلمة رحم واحد...إلى من أقمت لهم مكانا عميقا في قلبي

وتقاسمت معهم حلاوة الحياة..."إخوتي" "أخواتي" كل باسمه

إلى البراعم الصغار أولاد أختاي

إلى صديقاتي ورفيقات دربي كل باسمه

ريمة&هدى

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من أثر توليد المعرفة بأبعادها (التنشئة، التجسيد، الاستيعاب، التجميع) في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية، وتم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، والذي تم توزيعه على عينة عشوائية بسيطة حجمها (45) عامل، في حين تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) من أجل تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتوليد المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة، وأن الأبعاد الخاصة بتوليد المعرفة (التنشئة، التجسيد، الاستيعاب، التجميع) ليس لها أثر على المتغير التابع المتمثل في السلوك الإبداعي

الكلمات المفتاحية: توليد المعرفة، السلوك الإبداعي، التنشئة، التجسيد، الاستيعاب، التجميع.

Abstract:

This study aimed to identify the impact of knowledge generation in its dimensions (Socialisation, externalisation, Internalisation, combination) in developing the creative behavior of workers at the sanitary ceramics establishment in El Milia, and the questionnaire was relied on as a data collection tool, wich was distributed to a simple random sample size of (45) workers, in the statistical package for social science (SPSS) program was used to analyse the data and test the study hypothess.

The study concluded that there is no statistically significant effect of generating knowledge in devloping creative behavior in the institution under study, and that the dimensions of knowledge generation (Socialisation, externalisation, Internalisation, combination) have no effect on the dependent variable represented in creative behavior.

Keywords: knowledge generation, creative behavior, Socialisation, externalisation, Internalisation, combination.

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

المحتوى	رقم الصفحة
الشكر	I
إهداء	II
الملخص	III
قائمة المحتويات	VI
قائمة الجداول	VIII
قائمة الأشكال	XI
قائمة الملاحق	XIII
مقدمة	أ- هـ
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة	
تمهيد	7
المبحث الأول: الأدبيات النظرية للدراسة	8
المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول توليد المعرفة	8
المطلب الثاني: مفاهيم أساسية حول السلوك الإبداعي	14
المطلب الثالث: العلاقة النظرية بين توليد المعرفة والسلوك الإبداعي	19
المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة	20
المطلب الأول: الدراسات المتعلقة بتوليد المعرفة	20
المطلب الثاني: الدراسات المتعلقة بالسلوك الإبداعي	24
المطلب الثالث: الدراسات التي تناولت العلاقة بين توليد المعرفة والسلوك الإبداعي	27
خلاصة	31

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
تمهيد	33
المبحث الأول: إجراءات وأدوات الدراسة	34
المطلب الأول: طريقة ونوع أداة الدراسة	34
المطلب الثاني: اختبار أداة الدراسة	37
المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية للدراسة	43
المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة ومناقشتها	44
المطلب الأول: النتائج المتعلقة بخصائص أفراد العينة	44
المطلب الثاني: عرض وتحليل إجابات أفراد العينة حول أبعاد توليد المعرفة	47
المطلب الثالث: عرض وتحليل إجابات أفراد العينة حول عبارات السلوك الإبداعي	53
المطلب الرابع: اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج	56
خلاصة	64
الخاتمة	66
قائمة المراجع	70
الملاحق	78

قائمة الجداول

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	مصادر قياس المتغيرات في الاستبيان	36
02	مقياس "ليكرت Likert" الخماسي	36
03	فئات مقياس "ليكرت Likert" الخماسي ودلالتها	37
04	الصدق الداخلي لعبارات بعد "التنشئة"	38
05	الصدق الداخلي لعبارات بعد "التجسيد"	39
06	الصدق الداخلي لعبارات بعد "الاستيعاب"	39
07	الصدق الداخلي لعبارات بعد "التجميع"	40
08	الصدق الداخلي لمحور توليد المعرفة ككل	40
09	الصدق الداخلي لعبارات محور السلوك الإبداعي	41
10	معاملات الثبات حسب المحاور	42
11	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	44
12	توزيع أفراد العينة حسب السن	45
13	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	45
14	توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	46
15	توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي	47

16	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد "التنشئة"	48
17	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد "التجسيد"	49
18	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد "الاستيعاب"	50
19	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد "التجميع"	51
20	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور "توليد المعرفة"	53
21	الصدق الداخلي لعبارات محور السلوك الإبداعي	54
22	اختبار التوزيع الطبيعي	56
23	معامل تضخم التباين والتباين المسموح	57
24	مجالات قياس قوة الارتباط وحجم التأثير	58
25	نتائج تحليل التباين للانحدار المتعدد	59
26	نتائج اختبار الانحدار الخطي المتعدد لأثر أبعاد توليد المعرفة على السلوك الإبداعي	60

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
1	نموذج الدراسة	د
2	نموذج Nonaka للتحولات الأربعة للمعرفة	13

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق	الصفحة
01	قائمة الأساتذة المحكمين للاستبانة	78
02	استبانة الدراسة بعد التحكيم	79
03	الصدق البنائي لأداة الدراسة	84
04	نتائج معامل الثبات ألفا كرونباخ	88
05	نتائج توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية	88
06	نتائج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد ومحاور الدراسة	90
07	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	91
08	نتائج اختبار فرضيات الدراسة	92

مقـــدمة

تعتبر المعرفة عاملا هاما في الحياة الاقتصادية للمنظمات، وهذا بفعل التحولات الكبرى التي يشهدها الاقتصاد العالمي، الذي يرتكز على الاستثمار في الموجودات الفكرية والمعرفية غير الملموسة أكثر من اعتماده على الموجودات المادية الملموسة، فنمو وبقاء المنظمات ونجاحها واستمراريتها أصبح مرهونا بمدى استعدادها لتنمية معارفها وقدرتها على التعلم وزيادة مخزونها المعرفي، الذي يلعب دورا مهما في تنمية السلوك الإبداعي للعاملين، لذا نلاحظ أن المجتمعات المتقدمة لم تحرز تقدمها إلا بفضل اعتمادها على المفكرين والمبدعين وأصحاب العقول المنتجة، وأصبحت قوة الدول تعتمد على مدى امتلاكها ناصية العلم والمعرفة، فحققت بعض المجتمعات تقدما كبيرا إذ أنها استفادت من طاقات وقدرات مواردها البشرية الخلاقة، ولهذا صار تقدم المجتمعات يقاس بعدد علمائها ومفكريها ودرجة التراكم المعرفي والإبداعي الناتج لديها.

كنتيجة لتلك الأهمية أصبحت المنظمات تسعى للحصول على المعرفة من خلال البحث عن الطرق والأساليب لتوليد المعرفة وتطوير آليات توليدها وهذا من خلال تكوين مخزون معرفي يساعدها في تحقيق أهدافها، فتوليد المعرفة يساهم في خلق معارف جديدة تساعد المنظمة على إثراء رأس مالها الفكري وإثراء معارف الأفراد لديها، كما تساعد على إبراز مهاراتهم العالية، لهذا تعمل المنظمة على اختيار أفضل الموارد البشرية لتوفير كفاءات وإطارات بمخزون معرفي كبير يساهم في عملية توليد المعرفة.

ومن جهة أخرى أصبح السلوك الإبداعي مصدر اهتمام لأي منظمة والشغل الشاغل لها، فهو يضمن بقاء واستمرارية المنظمة من خلال حل المشاكل ومواجهة التحديات التي تواجهها، حيث أصبحت المنظمات تقوم بتحفيز العاملين وتقديم الدعم لهم وتشجيعهم ودفعهم نحو التوصل لأفكار جديدة وسلوكيات إبداعية من أجل الارتقاء بعملهم وتحقيق أهداف المنظمة.

أولا: مشكلة الدراسة

أصبح هاجس المنظمات الحديثة ليس البقاء فقط، وإنما التميز من خلال الإبداع والابتكار، وهذا بتطبيق مداخل ومناهج كتوليد المعرفة، وأنماط سلوكية كالسلوك الإبداعي، وتنمية معارف أفرادها وتنشيط قدراتهم الإبداعية من أجل تحقيق الأهداف التنظيمية بكفاءة وفعالية، وهذا ما أدى بنا إلى اختيار كل من السلوك الإبداعي وعملية توليد المعرفة كمتغيرين محل الدراسة، وعليه تظهر معالم الإشكالية التي نعالجها في التساؤل الجوهري التالي:

هل يوجد أثر لتوليد المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي للعاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية؟

وانطلاقا من السؤال الرئيسي نطرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مستوى توليد المعرفة في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية؟
- ما مستوى السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأنماط توليد المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي للعاملين على مستوى مؤسسة الخزف الصحي بالميلية؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

انطلاقا من مشكلة وتساؤلات الدراسة يمكن صياغة فرضية رئيسية تنبثق منها فرضيات فرعية كالتالي:

❖ **الفرضية الرئيسية**

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0,05$ لتوليد المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي.

تتفرع هذه الفرضية إلى الفرضيات الفرعية التالية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0,05$ للتنشئة في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0,05$ للتجسيد في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0,05$ للاستيعاب في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0,05$ للتجميع في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي.

ثالثا: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف أساسي وهو التحقق من أثر توليد المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي وصولا إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التحقق من مستوى توليد المعرفة في مؤسسة الخزف الصحي.
- التحقق من مستوى السلوك الإبداعي لدى الأفراد العاملين في مؤسسة الخزف الصحي.
- التحقق من الأثر الموجود بين أنماط توليد المعرفة والسلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي.

- وضع الاقتراحات اللازمة لتعزيز أثر توليد المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي في مؤسسة الخزف الصحي.

رابعا: أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية موضوع توليد المعرفة في حياة المنظمات على اختلافها وآثارها الواضحة في تسيير أعمالها، وتحقيق أهدافها بفعالية وتميز وتأثيرها على السلوك الإبداعي للعاملين الذي ينعكس على تميز تلك المنظمات، وعليه تستمد الدراسة أهميتها من:

أ- **الأهمية العلمية:** تستمد هذه الدراسة أهميتها العلمية من أهمية موضوعي توليد المعرفة والسلوك الإبداعي، حيث تزايد الاهتمام في أوساط المنظرين والمنظمات بموضوع توليد المعرفة ومدى تأثيره في تنمية السلوك الإبداعي للعاملين، كما تعتبر إثراء للمعرفة العلمية نظرا لنقص الدراسات حول الموضوع.

ب- **الأهمية العملية:** تكمن أهمية الدراسة في محاولة إبراز أثر توليد المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي للعاملين من وجهة نظر الباحثتين والتعرف على واقعها في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية، كما أن المقترحات المتوصل إليها قد تساعد في تبني أساليب واستراتيجيات مناسبة من أجل استخدام أنماط توليد المعرفة وكذلك تنمية السلوك الإبداعي للعاملين لديهم.

خامسا: أسباب اختيار الموضوع

تعددت أسباب اختيارنا لهذا الموضوع دون غيره من المواضيع العلمية الأخرى بين أسباب ذاتية وأخرى موضوعية يمكن إيجازها فيما يلي:

- الرغبة الشخصية وحب الاطلاع على الموضوع وإضافة كل ما هو جديد إلى رصيدنا المعرفي.
- حداثة الموضوع.
- نقص الدراسات التي تناولت هذا الموضوع لتكون بذلك دراستنا إضافة في هذا المجال.

سادسا: حدود الدراسة

تتمثل حدود هذه الدراسة في:

- **الحدود الموضوعية:** بحثت هذه الدراسة في أثر توليد المعرفة من تنشئة، تجسيد، استيعاب وتجميع في تنمية السلوك الإبداعي للعاملين من وجهة نظر عمال مؤسسة الخزف الصحي.
- **الحدود البشرية:** شملت الدراسة عينة من (45) عامل بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية.

- **الحدود المكانية:** اقتصرت الدراسة على مؤسسة الخزف الصحي بالميلية.
- **الحدود الزمانية:** تم إجراء الدراسة التطبيقية خلال السداسي الثاني من السنة الجامعية 2021/2020 وتحديدا في شهر ماي.

سابعا: منهج الدراسة

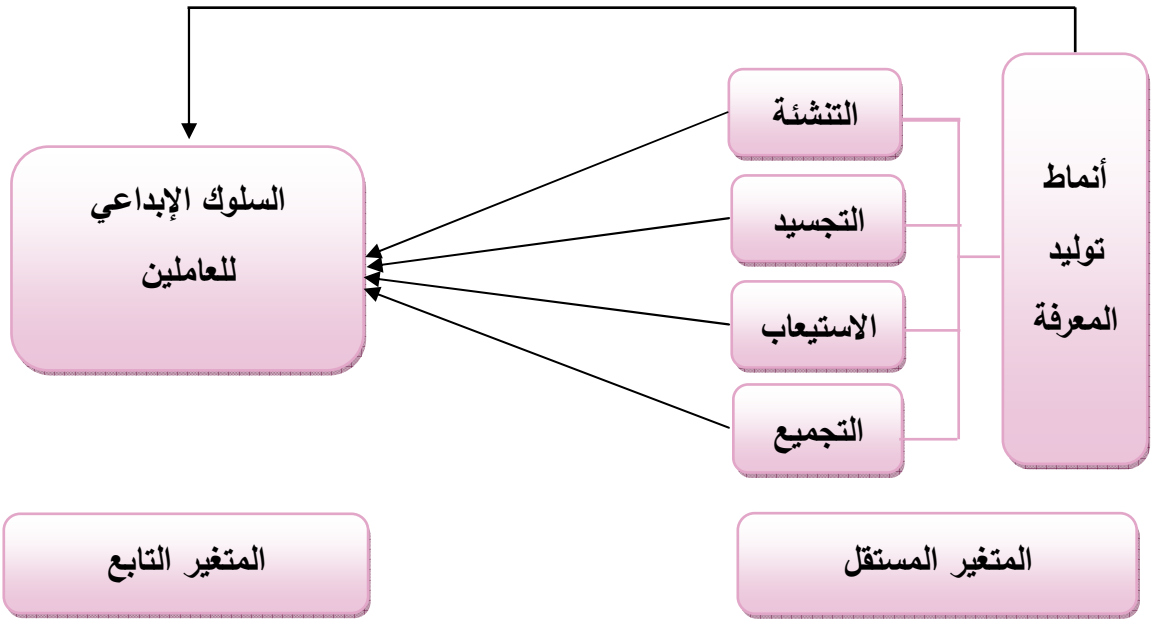
من أجل التوصل إلى الإجابة عن الإشكالية المطروحة واختبار صحة فرضيات الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، بالإضافة إلى أسلوب دراسة الحالة من خلال التعرف على أثر توليد المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي للعاملين في مؤسسة الخزف الصحي.

ولتغطية الجانب النظري للدراسة تم الاعتماد على المصادر الثانوية الجاهزة، المتمثلة في الكتب، المجلات، الدوريات والرسائل الجامعية والأطروحات، فيما تم في الجانب التطبيقي الاستعانة بالمصادر الأولية لجمع البيانات من خلال استبانة تم توزيعها على أفراد عينة الدراسة، والتي تم تحليلها بشكل عملي منظم باستخدام البرنامج الإحصائي "SPSS".

ثامنا: نموذج الدراسة

يتمثل نموذج الدراسة في **المتغير المستقل** المتمثل في توليد المعرفة بأبعادها (التنشئة، التجسيد، الاستيعاب والتجميع) و**المتغير التابع** المتمثل في السلوك الإبداعي للعاملين.

الشكل رقم (01): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على دراسة عطية (2011)، العماوي (2016)، درار (2017) و siadat (2012)

تاسعا: صعوبات الدراسة

- حداثة الموضوع وغياب الدراسات السابقة التي تناولت المتغيرين معا؛
- قلة المراجع بالعربية التي تناولت موضوع توليد المعرفة؛
- طول فترة استرجاع الاستبانات من طرف الموظفين.

عاشرا: هيكل الدراسة

تم تقسيم البحث إلى فصلين، فصل نظري وفصل تطبيقي اعتمادا على طريقة IMRAD، وهي طريقة تعطي النسبة الأكبر لمساهمة الباحث، كما تهتم بالضوابط العلمية الصحيحة والمرتبة وليس الاهتمام بالتوازن الشكلي للبحث، وعليه فقد تضمن الفصل الأول الخلفية النظرية والتطبيقية للموضوع، حيث تم تقسيمه إلى مبحثين، المبحث الأول استعرضنا الإطار النظري للدراسة حيث تضمن بعض المفاهيم الأساسية لكل من توليد المعرفة والسلوك الإبداعي، كما تضمن العلاقة بين توليد المعرفة والسلوك الإبداعي، أما المبحث الثاني فخصص للدراسة التطبيقية ذات العلاقة بتوليد المعرفة والسلوك الإبداعي، وفيما يخص الفصل الثاني فقد تضمن الدراسة الميدانية حيث قسم إلى مبحثين، استعرضنا في المبحث الأول إجراءات وأدوات الدراسة الميدانية، أما المبحث الثاني فقد استعرضنا نتائج الدراسة ومناقشتها.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة

المبحث الأول: الأدبيات النظرية للدراسة

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة

تمهيد

بفعل التحولات الكبرى التي شهدها الاقتصاد العالمي، وكذا تنامي دور المعلومات والمعرفة هذه الأخيرة أصبحت مورد بالغ الأهمية في ظل اقتصاد المعرفة هذا الأخير يعتمد على الموارد اللاملموسة لخلق الثروة والتي تعتبر العامل الأساسي لخلق القيمة لدى المؤسسات والمورد الاستراتيجي لمؤسسات اليوم. وتعد إدارة المعرفة من أهم المداخل التي اهتمت بالمعرفة وذلك من خلال عملياتها، حيث تعتبر عملية توليد المعرفة من أهم وأبرز عمليات إدارة المعرفة فهي تساهم في خلق معارف جديدة تساعد المنظمة على تنمية رأس مالها الفكري وكذا تنمية معارف الأفراد لديها كما تساعدهم على إبراز مهاراتهم العالية، لدى تعمل المنظمات على توليد معارف جديدة تعمل على زيادة وتنمية السلوك الإبداعي للعاملين الذي أصبح ضرورة لنجاح المنظمات وسببا لقدرتها على البقاء والمنافسة والتميز ومواجهة التحديات.

تضمن هذا الفصل مبحثين أساسين، مبحث خاص بالأدبيات النظرية للدراسة، استعرض الإطار المفاهيمي لمتغيري الدراسة (توليد المعرفة والسلوك الإبداعي) والعلاقة بينهما، ومبحث خاص بالأدبيات التطبيقية للدراسة، استعرض أهم الدراسات السابقة –العربية منها والأجنبية– ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالي.

المبحث الأول: الأدبيات النظرية للدراسة

تعتبر إدارة المعرفة من أهم الممارسات الإدارية المعاصرة التي تركز على إطلاق طاقات الأفراد المعرفية وإبراز مهاراتهم وقدراتهم الذاتية، وتعتبر عملية توليد المعرفة ذات أهمية فاعلة في تطوير وتنمية الموارد البشرية، فهي مؤشر أساسي للابتكار المستمر والمفتاح الأساسي لمواكبة التغيرات التكنولوجية السريعة وحل المشكلات في المنظمة، وهذه الأهمية من شأنها أن تنمي السلوك الإبداعي لدى العاملين الهادف إلى الارتقاء بمستوى وكفاءة وفعالية المنظمات، واستنادا لذلك سنتناول في هذا المبحث أهم المفاهيم المرتبطة بتوليد المعرفة والسلوك الإبداعي.

المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول توليد المعرفة

تعد عملية توليد المعرفة من أبرز وأهم عمليات إدارة المعرفة، فهي تعمل على خلق معرفة جديدة تساهم في تنمية الرأسمال المعرفي لدى المؤسسة الذي يعتبر مفتاح ضمان بقائها واستمرارها و تحقيق ميزتها التنافسية.

أولا: مفهوم المعرفة وأنواعها

لقد تعددت وتنوعت المفاهيم التي تناولت المعرفة ويرجع هذا التعدد والاختلاف في المفاهيم إلى خلفيات وزاوية نظر كل باحث وتخصصه وهذا ما يجعل الحديث عنها يتشعب ويتناول مجالات متعددة، حيث هناك من يعرفها بأنها "معلومات منظمة قابلة للاستخدام في حل مشكلة معينة أو هي معلومات مفهومة، محللة ومطبقة" (نجم، 2004، ص26). وهناك من يرى بأنها "كل شيء ضمني أو ظاهري يستحضره الأفراد لأداء أعمالهم بإتقان أو لاتخاذ قرارات صائبة" (الكبيسي، 2005، ص12). وتتصف المعرفة بجملة من الخصائص أبرزها: أنها عرضة للتقادم والزوال مع مرور الزمن في ظل بيئة سريعة التغيير وشديدة التنافس، إمكانية توليد المعرفة حيث يمكن توليد وخلق معارف جديدة بالإضافة إلى إمكانية تخزينها حيث يمكن امتلاك المعرفة من خلال استقطاب وتوظيف الأفراد ذوي القدرات والخبرات المتميزة التي تسمح بالإبداع والابتكار، كما يمكن تخزين المعرفة خاصة الصريحة منها باستخدام الوسائل التكنولوجية (برحال ودبي، 2017، ص ص332-333). وقد شهدت المعرفة عدة تصنيفات من الباحثين كل حسب توجهه، إلا أن كلها تتمحور حول نوعين من المعرفة وهما:

- **المعرفة الصريحة:** ويقصد بها المعرفة الرسمية القابلة للنقل والتعلم، المعبر عنها كميا والتي يمكن

تقاسمها مع الآخرين وهي تتمثل في المعرفة التي يمكن الحصول عليها وتخزينها في ملفات وسجلات المؤسسة (ربيع، 2019، ص204).

- **المعرفة الضمنية:** هي معرفة شخصية تحتوي على معادن داخلية ونماذج ذهنية وخبرات وشعور حدسي، وهي معرفة مخزنة في عقول أصحابها، غير معلومة وغير متاحة للآخرين، يمكن أن تظل حبيسة عقول الأفراد ولا تظهر أبدا، تنتقل بشكل كلي عبر الممارسة بين الأفراد (قديد، 2014، ص202).

ثانيا: مفهوم إدارة المعرفة وعملياتها

من الصعب إيجاد مفهوم واحد لإدارة المعرفة فقد تناولها الباحثون من مداخل ومنظرات مختلفة تبعا لاختلاف اختصاصاتهم و خلفياتهم العلمية والعملية ويرجع ذلك إلى سببين الأول كون أن ميدان إدارة المعرفة واسع جدا والثاني هو دينامكية هذا الموضوع، حيث عرفها Skyram بأنها "الإدارة النظامية والواضحة للمعرفة والعمليات المرتبطة بها والخاصة باستحداثها، جمعها، تنظيمها، نشرها، استخدامها واستغلالها، وهي تتطلب تحويل المعرفة الشخصية إلى معرفة تعاونية يمكن تقاسمها بشكل جلي من خلال المؤسسة (بعلي وبنية، 2017، ص5). وتعرف أيضا على أنها "تلك العمليات التي تساعد المنظمات على توليد والحصول على المعرفة، اختيارها وتنظيمها، استخدامها ونشرها وتحويل المعلومات والخبرات التي تمتلكها المنظمة والتي تعتبر ضرورية للأنشطة الإدارية المختلفة كاتخاذ القرارات وحل المشكلات والتعلم والتخطيط الاستراتيجي" (مطر، 2008، ص23)، وتكمن أهميتها في توفير الفرصة للحصول على الميزة التنافسية الدائمة للمنظمات، عبر مساهمتها في تمكين المنظمة من تبني المزيد من الإبداعات المتمثلة في طرح سلع وخدمات جديدة، وتساهم كذلك في تحفيز المنظمات لتجديد ذاتها ومواجهة التغييرات البيئية غير المستقرة (بوسهوة ومكيد، 2008، ص29). تتضمن إدارة المعرفة عدة عمليات يختلف ترتيبها حسب كل باحث، ويمكن حصرها في العمليات الآتية:

- **توليد المعرفة:** إن عملية توليد المعرفة تتحقق من خلال مشاركة فرق العمل وجماعات العمل الداعمة لتوليد رأس مال معرفي جديد في قضايا وممارسات جديدة، تساهم في تعريف المشكلات لإيجاد الحلول الجديدة لها بصورة ابتكارية مستمرة (زرقون وعرابية، 2014، ص124).
- **تخزين المعرفة:** تمثل جسرا بين الحصول على المعرفة وعملية استرجاعها، وهي تعود إلى الذاكرة التنظيمية التي تحتوي على المعرفة الموجودة في أشكال مختلفة بما فيها الوثائق المكتوبة والمعلومات المخزنة في قواعد البيانات الإلكترونية والمعرفة الإنسانية المخزنة في النظم الخبيرة والمعرفة الموجودة في الإجراءات والعمليات التنظيمية الموقعة (صارم، 2019، ص ص27-28).

- **نشر المعرفة:** وتعني نشر وتوزيع ومشاركة المعرفة بين أفراد المؤسسة حيث يتم توزيع المعرفة الضمنية عن طريق أساليب كالتدريب والحوار، أما المعرفة الصريحة فيمكن نشرها بالوثائق والنشرات الداخلية والتعلم، وتتم بطرق رسمية وغير رسمية (أبو عودة، 2016، ص23).
- **تطبيق المعرفة:** وهي التي تؤدي إلى إثراء التجارب والخبرات المصاحبة لها ونقل المعرفة باستمرار إلى آفاق ومجالات متجددة، ومن خلال التطبيق في الواقع العملي (بوزناق، 2013، ص13).

ثالثا: مفهوم توليد المعرفة

1. تعريف توليد المعرفة

اختلفت وجهات النظر حول مفهوم توليد المعرفة حيث نجد عدة تعريفات لها من بينها:

عرفها نوناكا على أنها "عملية مستمرة من التعلم من خلال الحصول على سياق جديد، ورؤية جديدة للعالم ومعارف جديدة في التغلب على الحدود الفردية والقيود" (Momeni et al, 2011, p475).

وتعني أيضا أنها "إبداع المعرفة ويتم ذلك من خلال مشاركة فرق العمل وجماعات العمل الداعمة لتوليد رأس مال معرفي جديد في قضايا وممارسات جديدة تساهم في تعريف المشكلات وإيجاد الحلول الجديدة لها بصورة ابتكارية مستمرة" (العلي والعمري، 2006، ص42).

يعرفها تركي على أنها "عملية إبداع وخلق معارف جديدة حيث يتم ذلك من خلال قدرة المنظمة على استخلاص المعلومات والأفكار من بيئتها الداخلية والخارجية أو من معرفة سابقة، ويتم قياسها من خلال التغيير بالمعرفة والتغيير بالأداء" (البطانية والمشاقية، 2010، ص74).

ينظر لها لدى البعض أنها "استغلال المعرفة القائمة على توليد معرفة جديدة غير مسبوقة أو نسخ معرفة قديمة لتحل محلها معرفة جديدة بديلة باستخدام الوسائل الاستنباطية والاستقرائية وهذه المهمة تقوم بها أقسام البحث والتطوير" (الملكاوي، 2006، ص42).

ويقصد بها أيضا أنها "عملية يتم فيها إنشاء معرفة جديدة من خلال تفاعل مستمر وديناميكي بين المعرفة الضمنية والمعرفة الصريحة، حيث تتفاعلان في شكل حلقة حلزونية مستمرة" (Nonaka, Toshihiro, 2001, p14).

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأن توليد المعرفة هي الممارسات والأفعال التي يتم من خلالها التفاعل المستمر والديناميكي بين المعرفة الضمنية والمعرفة الصريحة الموجودة في المنظمة والتي تردها من خارج المنظمة، لإنتاج معارف جديدة.

2. أهمية توليد المعرفة

يمكن إبراز أهمية توليد المعرفة في النقاط التالية (العماوي، 2018، ص18):

- توليد المعرفة هو مؤشر أساسي للابتكار المستمر وهو المفتاح الأساسي لمواكبة التغيرات التكنولوجية السريعة وزيادة المنافسة بين المنظمات.
- تحسين أداء المنظمات وبسرعة الاستجابة للتغيرات في السوق، ويصبح الأفراد أكثر قدرة على حل المشكلات في المنظمة وتؤثر أيضا على كفاءة العمليات التنظيمية في عرض منتجات جديدة وبالتالي زيادة الأرباح والفوائد ومن ثم رفع الجانب التنافسي.
- تطوير وتنمية المعرفة الموجودة للحصول على معرفة ملبية لحاجات الفرد والمنظمة.

رابعا: أنماط توليد المعرفة

إن أنماط توليد المعرفة هي نفسها الطرق التي تتم فيها توليد المعرفة من خلال التفاعل بين المعرفة الضمنية والمعرفة الصريحة وهي:

- **التنشئة (Socialisation):** هي تحول المعرفة الضمنية إلى معرفة ضمنية جديدة من خلال التفاعلات الاجتماعية بين أعضاء المنظمة (Ming, Yong, 2007, p372).

ويقصد بها أيضا أنها العملية التي تحدث بين الأفراد عندما يتشارك الفرد الواحد مع الفرد الآخر بما يمتلكه كل منهما من معرفة ضمنية، ويتم ذلك من خلال الملاحظة أو التقليد أو الممارسة أو المناقشات أو اللقاءات بين الأفراد أو أعضاء الفريق (الجرادات،2011، ص105).

- **التجسيد (externalisation):** هو تحويل المعرفة الضمنية إلى الصريحة وتعتمد على التشبيهات والاستعارات والفرضيات والنماذج التي يتم التعبير عليها من خلال لغة مفصلية (Chuni, 2008, p243).

ويرى Nonaka & Konno بأنها عملية تحول المعرفة الضمنية وترجمتها في إطار شبكة من التفاعلات فيما بين الأفراد إلى ظاهرة يمكن فهمها من طرف الآخرين (Nonaka, Konno, 1998, p44).

- **الاستيعاب (Internalisation):** هو تحويل المعرفة الصريحة إلى معرفة ضمنية (Norasiah et al, 2016, p190).

ويعرف أيضا على أنه تحويل المعرفة الصريحة إلى معرفة ضمنية من خلال تكرار أداء المهمة حتى تكون المعرفة الصريحة مستوعبة مثل المعرفة الضمنية، كما تعرف على أنها تحويل التجارب والمعرفة الضمنية إلى نماذج (حفاظ وعبد الله، 2020، ص300).

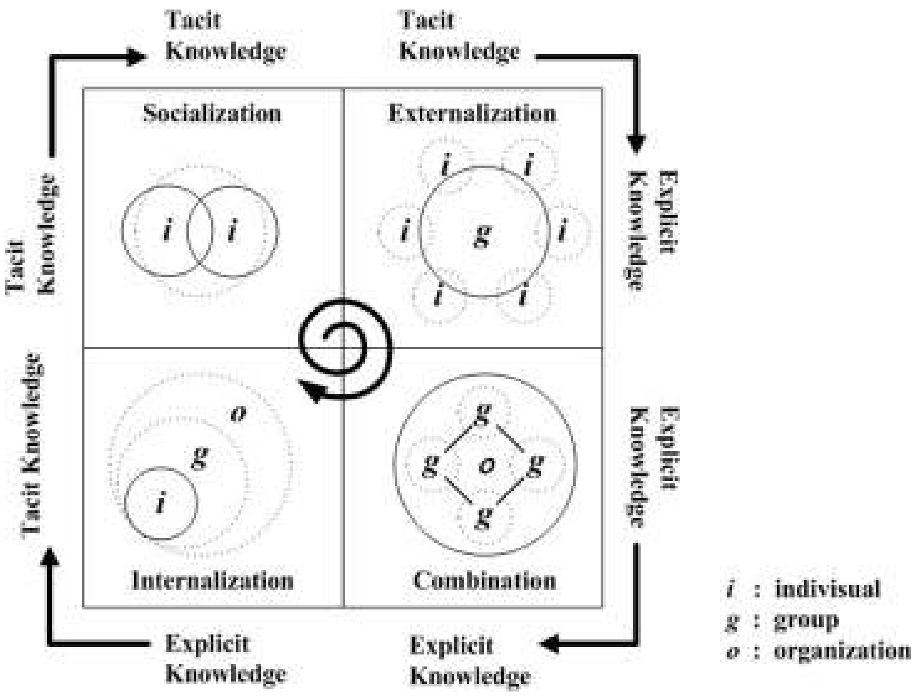
- **التجميع (combination):** هو تحويل المعرفة الصريحة إلى معرفة صريحة جديدة مشتركة بين أعضاء المنظمة وتحدث من خلال الاجتماعات، المحادثات، الوثائق وشبكات الاتصال (Berraies, Chaher, 2014, p207).

كما تعرف أيضا على أنها جمع ومبادلة المعرفة الصريحة مع باقي أفراد المنظمة من خلال وثائق، اجتماعات، تعليمات، مكالمات هاتفية وشبكات اتصال الكترونية. حيث أن إعادة إعداد وتصنيف المعرفة المتواجدة في المنظمة يمكن أن يؤدي إلى خلق معرفة جديدة (رجال، مسعي، 2014، ص129).

خامسا: حلزونية توليد المعرفة

أشارت دراسة "Nonaka & Takeuchi" المتعلقة بتحويل المعرفة أن الحركة لعملية توليد المعرفة تقوم على فكرة جوهرية تتلخص بوجود حركة حلزونية تفاعلية للمعرفة الصريحة والضمنية ترافقها أربع عمليات تحويلية للمعرفة (التنشئة، التجسيد، الاستيعاب والتجميع) تقود إلى تكوين المعرفة التنظيمية الجديدة. إذا تحولات المعرفة الصريحة والضمينة وتفاعلات الأفراد والجماعات مع هذه الأنماط المعرفية هي التي تشكل الحركة الحلزونية المستمرة للمعرفة والتي تتم وفق ثلاث مستويات وهي الأفراد، الجماعة والمنظمة (Nonaka et al, 2000, p8).

الشكل رقم (02): نموذج Nonaka للتحولات الأربعة للمعرفة.



المصدر: Nonaka, Konno. (1998). The concept of "BA": builing a foundation for knowledge creation. P43

سادسا: مبادئ توليد المعرفة

إن المبدأ الأساسي لمفهوم توليد المعرفة هو أنه ينبغي مشاركة المعرفة وإدارتها لضمان كفاءة وفعالية الأداء مع توليد معرفة جديدة في التدفق المستمر (Nyarko, 2001, p15).

يرى Von Krogh أن توليد المعرفة الجديدة يمكن أن يضم المراحل الخمسة التالية (يوسف، 2004، ص ص4-5):

- المشاركة الأولية في المعرفة، الخبرات، المهارات والممارسات بين أعضاء الفرق داخل المؤسسة.
- تطبيق مفهوم الشراكة بالمعرفة واعتماده أساسا لتوليد الخدمة والمنتوج الجديد.
- ضبط تلك المفاهيم وتعقيمها في مجالات عملية مثل دراسات السوق، الاتجاهات الاقتصادية، المقابلات البناءة، قواعد المقارنة وإستراتيجية المؤسسة.
- إعداد نموذج للمنتج أو الخدمة الأساسية التي تقدمها المؤسسة.
- الارتفاع للمستوى العالمي من مفاهيم ونماذج وغيرها وعرضها من خلال الشبكة الخاصة بالمؤسسة.

سابعا: العوامل المؤثرة في توليد المعرفة

توجد مجموعة من العوامل التي تؤثر في توليد المعرفة يمكن إجمالها فيما يلي (بوران، 2016، ص39):

- مدى توفر مراكز البحث والتطوير.
- مدى توفر الإطارات البشرية المؤهلة والمدربة على إجراء التجارب والقيام بالأبحاث العلمية.
- مدى توفر الدعم المالي اللازم.
- الحوافز بشقيها المادي والمعنوي.
- المؤسسات التعليمية بجميع أنواعها ومختلف مراحلها.
- الأوضاع العامة السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

ثامنا: عوائق توليد المعرفة

يشير Ichijo إلى وجود عوامل تعيق عملية توليد المعرفة ويصنفها إلى صنفين هما (عليان، 2008، ص ص446-447):

- **العوائق الفردية:** ويرى Ichijo أنها تتمثل في مقاومة الأفراد لتغيير الهوية الذاتية فعملية توليد المعرفة على مستوى الفرد تشتمل على قدرة الفرد على التعامل مع المواقف، الأحداث، المعلومات، السياسات (البيئات) الجديدة ومن هنا يتردد الأفراد في قبول الدروس، الأفكار والملاحظات الجديدة أو يمكن أن يكونوا غير قادرين على قبولها.
- **العوائق المنظمية:** تتمثل هذه العوائق في أن كل من أفراد أي مجتمع يمتلك الشخصية الخاصة به إلى جزء منها معرفة ضمنية يصعب شرحها وإيضاحها للآخرين وإشراكهم فيها، وكلما حاول الأفراد التشارك في ما يمتلكونه من معرفة، وجب عليهم تبرير وتسويغ هذه المعرفة، وهو أمر صعب يسبب تخوف الأفراد من أن يكون ما يمتلكونه من معرفة ضمنية مخالفا لقيم المجتمع، أو يعمل على تدمير العلاقات القائمة في المؤسسة.

المطلب الثاني: مفاهيم أساسية حول السلوك الإبداعي

أصبح الإبداع مطلبا رئيسيا لأي مؤسسة من أجل البقاء والنمو والاستمرار وأهم عنصر في هاته العملية هو العنصر البشري لذا يجب البحث عن كل المداخل والسبل التي من خلالها يتم تفعيل سلوكه الإبداعي وتعزيزه.

أولا: مفهوم السلوك الإبداعي

في هذا السياق سيتم الحديث عن مفهوم الإبداع من خلال عدة تصنيفات على النحو التالي:

- **الإبداع كعملية:** وهو عملية إنتاج شيء جديد لم يكن موجودا من قبل على هذه الصورة (رشوان وعلي، 2019، ص22).
- **الإبداع كمنتج:** وهو العملية الخاصة بتوليد منتج فريد وجديد بإحداث تحول من منتج قائم، هذا المنتج يجب أن يكون فريدا بالنسبة للمبدع (خلف، 2010، ص39).
- **الإبداع كسلوك:** هو السلوك أو التصرف المميز الذي يمارسه الفرد أو الجماعة في مكان العمل وليس بالضرورة أن ينجم عنه نتائج أو خدمات وسلع جديدة، وأنه سلوك يسبق الإبداع في صيغته النهائية، وقد يكون هذا السلوك إبداعا في حد ذاته عندما يمارسه الفرد لأول مرة في المنظمة (السكارنة، 2011، ص52).

1. تعريف السلوك الإبداعي

عرفته الذهان أنه السلوك الذي يتفرد به الشخص عندما يواجه مواقف يتأثر بها، ثم يستجيب لها بما يتفق مع ذاته، فتأتي استجابته مختلفة عن استجابات الآخرين (الأحمد، 2008، ص65).

يرى الزيادين أن السلوك الإبداعي يشمل جميع الأفعال الفردية أو الجماعية الموجهة نحو استنباط وتبني وتطبيق الأفكار المميزة والمفيدة على جميع مستويات التنظيم (الزيادين، 2010، ص20).

كما يعرف على أنه عملية خلق الأفكار الجديدة والبعيدة من السياق التقليدي في التفكير واستحداث كافة الطرائق والأساليب التي من شأنها تحويل هذه الأفكار إلى واقع مطبق وذي قيمة نافعة (النوايسية، 2009، ص8).

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن السلوك الإبداعي هو السلوك الذي يقوم به الأفراد من أجل استحداث أفكار وأساليب عمل جديدة غير مألوفة وعلى غير المعتاد وليس بالضرورة أن ينجم عن هذا التصرف سلعة أو خدمة.

2. خصائص السلوك الإبداعي

يتميز السلوك الإبداعي ببعض الخصائص والسمات نذكر منها (صالح، 2015، ص38):

- عملية ذات مراحل متعددة ينتج عنها فكرة أو عمل جديد.

- إن جهد الإبداع وما ينتج عنه ليس بالضرورة أن يكون ماديا أو ملموسا فقد يكون في صورة منتج أو خدمة أو فكرة أو رؤية.
- أنه ليس ظاهرة فردية وإنما يمكن ممارسته على مستوى الفرد والمجتمع والمؤسسة.
- يمكن إدارة الإبداع وتنميته وتطويره من خلال المهارات الأساسية للإبداع.
- يولد الإنسان وبداخله قدرات إبداعية لكنها تبقى كامنة أثناء نموه داخل ثلاث أشياء وهي توجيهاته وسلوكه والعمليات الخاصة بتفكيره.

كما يتميز السلوك الإبداعي بـ:

- الإبداع دائما يبدأ بالتحليل للفرص وبالتفكير باستغلال هذه الفرص وتحويلها إلى إمكانات إبداعية (الحريري، 2013، ص126).
- أنه ظاهرة إنسانية عامة وليست ظاهرة خاصة بأحد ولكنها تختلف من شخص إلى آخر حسب الفطرة والظروف التي يعيش وسطها ويتعامل معها (الخالدي، 2013، ص11).

3. أهمية السلوك الإبداعي

زاد الاهتمام بتنمية السلوك الإبداعي بسبب الأهمية التي يشغلها والتي يمكن توضيحها كالآتي (السرور، 2002، ص ص37-36):

- يساهم في تطوير اتجاهات إيجابية نحو حلول المشكلات والتحديات التي تواجه الأفراد في حياتهم العادية.
- يساعد الفرد في الوصول للحل الناجح للمشكلة بطريقة أصلية.
- يطور قدرة الفرد على استنباط الأفكار الجديدة، وتطوير الحساسية لمشكلات الآخرين.

كما تتمثل أهمية السلوك الإبداعي في كونه يؤدي إلى:

- المساهمة في تنمية القدرات الفكرية والعقلية للعاملين عن طريق إتاحة الفرصة لهم في اختيار تلك القدرات (رشوان، 2016، ص25).
- استثمار الموارد البشرية والاستفادة من قدراتهم عن طريق إتاحة الفرصة لهم للتطوير والابتكار(الطالبي، 2002، ص104).

- يؤدي إلى الانفتاح على الأفكار الجديدة، والاستجابة بفعالية للفرص والتحديات والمسؤوليات لإدارة المخاطر والتكيف مع المتغيرات (أبو ربيع، 2017، ص35).

ثانيا: أبعاد السلوك الإبداعي

لا يوجد اتفاق بين الكتاب والباحثين حول تحديد معين لأبعاد السلوك الإبداعي، وفيما يلي نذكر أهم التصنيفات التي قدمها الباحثين:

- **استكشاف الفرص:** هو أحد أبعاد السلوك الإبداعي الذي يهتم بالبحث عن الفرص الإبداعية بقصد التعلم والاستفادة منها، ويرى كروجر أن عملية الإبداع تبدأ بما يسمى بفجوة الأداء أو عدم التلاؤم بين الأداء الفعلي والتمكين مما يدفع العاملين إلى استكشاف الفرص الجديدة (مزعل، 2020، ص44).
- **توليد الأفكار:** هو البعد الذي يهتم بخلق الأفكار الجديدة والمبادرات التي تهتم بالتغيرات على مستوى المنظمة، ويبرز توليد الأفكار بشكل رئيسي من مزج أو إعادة تنظيم المعلومات والأفكار الحالية لحل المشكلات أو تحسين الأداء (السحباني، 2016، ص49).
- **التحقق:** ويتعلق باستخدام الوسائل العلمية في صياغة الأفكار والحلول وتقييم الأفكار الإبداعية المطروحة (مكيد ويحياوي، 2015، ص192).
- **التحدي:** من خلال ملاحظة الأفكار والحلول الإبداعية وتحمل المخاطر، حيث يتحمل العاملون المسؤولية الأساسية في تقديم الأفكار الجديدة وإقناع الآخرين بها (الذيابات، 2017، ص162).
- **التطبيق:** هو الأمر الذي يضمن متابعة تطبيق الفرص الإبداعية وتصحيح الانحرافات التي قد تظهر، وقبول الإبداع كجزء من الوضع الراهن الجديد (دن وبلحاج، ص225).

ثالثا: العوامل المؤثرة في تنمية السلوك الإبداعي

هناك بعض الممارسات الإدارية التي تستطيع المنظمة من خلالها تنمية السلوك الإبداعي نذكرها على النحو التالي (القريوتي، 2000، ص ص201-202):

- **التحدي:** من خلال وضع الشخص المناسب في الوظيفة المناسبة التي تتوافق مع خبراته ومؤهلاته ومهاراته التخصصية، فذلك يوقد الشعلة الإبداعية لديه ويجعل من سلوكه في حل المشكلات وتنفيذ التكليفات سلوكا إبداعيا مميزا ومبهرا.

- **الحرية:** وذلك من خلال إعطاء الموظف الفرصة لكي يقرر بنفسه كيف ينفذ المهمة المكلف بها، فذلك ينمي الحافز الذاتي لدى الموظف ويوقد الحواس الملكية لديه لإنتاج أفكارا وسلوكا إبداعيا.
- **ملامح فريق العمل:** فكلما كان فريق العمل متآلفا ومتكاملا كلما أدى ذلك إلى المزيد من صقل المهارات لدى الأفراد وتنمية السلوك الإبداعي، وتبادل الخبرات يتم من خلال الرغبة الأكيدة لكل عضو في تحقيق الأهداف والمبادرة في مساعدة الآخرين.
- **تشجيع المشرفين:** يعتبر تشجيع المشرفين للموظفين الذين يبذلون جهدا لإتمام أو حل المشكلات من أهم وسائل تنمية السلوك الإبداعي لديهم، بغض النظر إن كانت هذه الجهود ناجحة أو غير ناجحة، فلا بد من التحفيز الذاتي حتى يتبنى الموظف المهمة ويحرص عليها ويبدع فيها، ويكون التشجيع إما بشكل مادي أو بشكل معنوي.
- **دعم المنظمة:** من العوامل التي تؤثر على تنمية السلوك الإبداعي في دعم قيادة المنظمة للإبداع ووضع ذلك ضمن أولوياتها، ووضع نظام لتقدير المجهودات الإبداعية.

رابعا: معوقات السلوك الإبداعي

ذكر العديد من الكتاب والباحثين عدد من المعوقات التي تؤثر على تنمية السلوك الإبداعي للعاملين في المنظمات نذكر منها (العميان، 2010، ص401):

- الخوف من التغيير ومقاومة المنظمات له، وتفضيل حالة الاستقرار وقبول الوضع الراهن.
- انشغال المديرين بالأعمال اليومية الروتينية ورفض الأفكار الجديدة واعتبارها مضيعة للوقت.
- الالتزام بحرفية القوانين والتعليمات والتشدد والتركيز على التشكيلات دون المضمون.
- تحديد سلوك العاملين بأمور متوقعة وفق الأدوار الرسمية من خلال تحديد خطوات العمل دون ترك مجال للإبداع أو طرح أفكار جديدة.

ويرى بعض الباحثين وجود معيقات أخرى وهي:

- غياب أو ضعف الحوافز المادية والمعنوية (الرحاحلة، 2010، ص264).
- عدم ثقة بعض المديرين بأنفسهم وبالعاملين (حريم، 2010، ص476).
- عدم توفر دعم ومساندة الإدارة للمبادرة واختيار الأفكار والحلول الجديدة (البنا، 2017، ص58).

المطلب الثالث: العلاقة بين توليد المعرفة والسلوك الإبداعي

بينت العديد من الدراسات وجود علاقة بين إدارة المعرفة والإبداع، حيث تؤكد أنه في بيئة الأعمال اليوم تكون المعرفة هي المكون الأساسي والعصب للعملية الإبداعية، كما تعد المعرفة من حيث إدارتها وخلقها وتبادلها ووضعها موضع التطبيق الركيزة الأساسية للعملية الإبداعية، فبدون المعرفة ومكوناتها لا يمكن الارتقاء بالعمل الإبداعي ولا يمكن جعله نمطا فكريا وأسلوب عمل. ومهما تطورت العملية الإبداعية وتوسعت لا يمكن أن تكتب لها البقاء والاستمرار إن لم تقع على أساس معرفي واضح.

إذن، تلعب المعرفة دورًا حيويًا في توليد الإبداع وتشجيع العمليات المعرفية باعتبار أن الإبداع لا يتطور في فراغ، في هذا السياق يشير (Sang, 2020, p286) أن الخروج بفكرة مبتكرة يتطلب مستويات معينة من المعرفة أو الخبرة في مجال معين هذا من جهة، ومن جهة أخرى تعمل المعرفة المتنوعة كقاعدة أساسية لمساعدة الأفراد على إظهار قدراتهم الإبداعية، وتصبح المعرفة أكثر تنوعًا من خلال أنشطة مشاركة المعرفة القائمة على التفاعل الاجتماعي والتي عبر عنها نوناكا بنموذج SECI، حيث تعتبر أنشطة خلق وتبادل المعرفة من العوامل الرئيسية في تعزيز السلوك الإبداعي والمبتكر للأفراد ويحدث ذلك عندما تمتزج الأفكار والمعرفة المختلفة التي يمتلكها شخص واحد مع بعضها البعض أو مع معرفة أشخاص آخرين وبذلك يكون الفرد قادرًا على تطوير فكرة جديدة باستخدام المعرفة المشتركة ومن المرجح أن ذلك سيؤثر إيجابا على السلوك الإبداعي للفرد.

في سياق متصل يشير (Seckyoung, 2021, pp49-50) إلى أن إنتاج أفكار جديدة وتنفيذها في مكان العمل يتطلب الحصول على المعلومات والمعرفة الكافية كمصادر من الجهات الفاعلة الرئيسية في مكان العمل، ووفقًا لذلك تشير مجموعة من الأبحاث في هذا المجال إلى أن مشاركة المعرفة وإبداع الموظف أو السلوك الإبداعي مترابطة وليست موضوعات منفصلة وهذه الحجج مماثلة لتلك الموجودة في ما طرحه Nonaka الذي يعتبر أحد أهم رواد إدارة المعرفة الذي جادل بأن الاستغلال المتعمد للمعرفة خطوة حاسمة لتوليد السلوك الإبداعي وأن مشاركة المعرفة بين الأفراد والجماعات هي شرط أساسي لخلق معرفة جديدة في مكان العمل، فقد يُظهر الموظفون مستويات عالية من السلوك الإبداعي ومن خلال مجموعة سلوكياتهم هذه يتم إنتاج أفكار جديدة ومفيدة أي خلق معرفة جديدة.

كما يشير نفس الباحث إلى أن رسم خرائط تكوين المعرفة أو ما يُعرف باسم نموذج SECI له أهمية كبيرة في جعل الأفراد يتصرفون وفق سلوك إبداعي، فمثلا مفهوم التضمين (التجسيد) الذي هو العملية

النهائية التي تحدد جهود المنظمة لإنشاء معرفة صريحة من المعرفة الضمنية، يتطلب ممارسة العمل عن طريق المحاكاة والتجارب والتدريب من أجل الوصول إلى الإبداع وخلق أشياء جديدة بالإضافة إلى بناء الأفراد الإستراتيجيين أو ما يسمى بعاملي المعرفة، ونجاح هذه العملية يتطلب تنفيذها بشكل مستمر حيث تصبح جزءا من الثقافة التنظيمية للمؤسسة، وبذلك ستتشكل الكفاءات المحورية للمؤسسة التي تسمح لها بالبقاء والاستمرارية.

وفي سياق الدراسات التي أجريت للتحقق من العلاقة بين توليد المعرفة والسلوك الإبداعي للأفراد نذكر دراسة **الدوسري** (2017) التي أظهرت النتائج وجود أثر هام ودال إحصائيا لعملية توليد المعرفة على السلوك الإبداعي في شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأردن. كما تشير دراسة كل من **Easa** (2011) و**عدوان** (2018) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية طردية بين عمليات توليد المعرفة والإبداع لدى العاملين أي أنه كلما كانت بيئة العمل تحث على التفاعل والعمل الجماعي وكذا تشجيع العاملين على تفجير طاقاتهم وإمكاناتهم وأفكارهم كلما أدى ذلك إلى تنمية سلوكياتهم الإبداعية وامتلاك الاستعداد التام لحل المشكلات التي تواجههم وتحسين مستوى خدماتهم. كما تشير دراسة **Rezapasand** (2016) إلى أن توليد المعرفة لها تأثير كبير على إبداع الموظفين أي أن المنظمة توفر مناخ عمل قائم على تبادل المعارف بين الأفراد وتشجعهم على التعلم المستمر بهدف زيادة خبراتهم والقدرة على طرح الأفكار الجديدة والتمسك بها والاستغلال الأمثل لها وتحقيق أكبر استفادة منها وهذا ما يؤدي إلى فتح المجال أكثر أمام الأفراد للمبادرة وحرية التصرف مع مشكلات العمل لتحقيق مستوى أعلى من الإبداع والفعالية والكفاءة.

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة

سنتطرق في هذا المبحث إلى الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، حيث سيتم التطرق في المطلب الأول للمتغير المستقل وهو توليد المعرفة، وفي المطلب الثاني للمتغير التابع وهو السلوك الإبداعي، وفي المطلب الثالث الدراسات التي تربط المتغيرين، ويكون ذلك باللغتين العربية والأجنبية.

المطلب الأول: الدراسات المتعلقة بتوليد المعرفة

سنتطرق في هذا المطلب إلى الدراسات التي تناولت متغير توليد المعرفة باللغتين العربية والأجنبية.

أولا: الدراسات العربية

1- **دراسة (الغالبي 2011)** بعنوان:

"دور توليد المعرفة في تعزيز الإبداع المنظمي"

هدفت الدراسة إلى استعراض عمليات الإبداع وكيفية ربط المعرفة المتولدة بالعمليات الإبداعية وهذا من خلال تعظيم توليد الأفكار المتأتية من معرفة رصينة تصب في صيرورة عمليات إبداعية تعزز قدرات المنظمة، اتبع الباحث منهج المشاهدات الميدانية والاطلاع على الدراسات السابقة، وخلصت الدراسة إلى أن على القيادة العليا في المنظمات تشخيص ما يشكل رأس مال معرفي من الموارد البشرية لديها لغرض الاستفادة منها وتطويرها باستمرار لجعلها القاعدة الأساسية لعمليات الإبداع التنظيمي، وإعادة النظر بمجمل إجراءات توليد المعرفة وتوضيح السبل المناسبة لربطها بالإبداع.

2- **دراسة (محمد العال 2014)** بعنوان:

"أثر العبء الشخصي على وظيفتي توليد المعرفة والتشارك بها في الشركات الصناعية في الأردن"

هدفت الدراسة للتعرف على أثر العبء الشخصي على وظيفتي توليد المعرفة والتشارك فيها في الشركات الصناعية في الأردن المدرجة في بورصة عمان، والبالغ عددها (69) شركة. أما وحدة المعاينة فشملت المديرين العاملين في الإدارات العليا والوسطى لتلك الشركات، حيث وزعت استبانة على عينة عشوائية من (373) مديرا، وبلغ عدد الاستبانات التي تم تحليلها (206) استبانة. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود مستوى مرتفع لتوليد المعرفة، وتوصلت أيضا إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0,05) للعبء الشخصي على وظيفتي توليد المعرفة والتشارك بها في الشركات الصناعية في الأردن.

3- **دراسة (الحارثي 2017)** بعنوان:

"توليد المعرفة في شركة الاتصالات السعودية: دراسة استكشافية"

هدفت الدراسة إلى فحص عملية توليد المعرفة في الشركات السعودية عن طريق استخدام نموذج نوناكا وتاكوشي وتحديدا في شركة الاتصالات السعودية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي كمنهج للدراسة، وكانت الاستبانة هي أداة للدراسة، تم توزيع (133) استبانة. وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود دعم لتبادل المعرفة الضمنية بين الأفراد، هناك حاجة لدعم توثيق المعارف الضمنية لدى الأفراد، وجود دعم لدمج المعارف الصريحة مع معارف أخرى صريحة متوفرة ومرتبطة بأغراض العمل، وجود دعم لتحويل المعارف الصريحة إلى ضمنية ونجاح الشركة في توليد المعرفة.

4- **دراسة (العماوي 2018)** بعنوان:

"أثر عمليات توليد المعرفة على سلوك الأداء الابتكاري: الدور الوسيط لرأس المال النفسي في البنوك التجارية الأردنية"

هدفت هذه الدراسة إلى بيان الأثر المباشر والغير مباشر لتوليد المعرفة على سلوك الأداء الابتكاري، واتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي السببي/الأثر، حيث تم جمع البيانات من البنوك التجارية الأردنية في عمان من خلال الاستبانة، تم توزيع (240) استبانة، وتم استرجاع (213) استبانة صالحة للقياس، تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود علاقة قوية بين توليد المعرفة وسلوك الأداء الابتكاري ورأس المال النفسي، هناك أثر مباشر لتوليد المعرفة على سلوك الأداء الابتكاري.

5- **دراسة (حفاظ وعبد الله 2020)** بعنوان:

"أهمية توليد المعرفة في دعم مستويات التعلم التنظيمي دراسة ميدانية بمؤسسة CONDOR"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور عمليات توليد المعرفة في دعم مستويات التعلم التنظيمي، حيث تم الاعتماد على الاستبيان، ووزع على عينة من الإطارات بمؤسسة condor، وقدر عدد الاستبانات التي تم إخضاعها للتحليل بـ (53) استبانة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط متوسطة ذات دلالة معنوية لعمليات توليد المعرفة في دعم التعلم التنظيمي (الفردي، الجماعي والتنظيمي)، ومن خلال النموذج المقترح تظهر أهمية دعم مستويات التعلم التنظيمي بمؤسسة condor في ظل توفير البيئة المعرفية الداعمة من خلال الاهتمام بتوليد وتدفق معارف جديدة من أشركة، إدخال، إخراج وتجميع المعارف.

ثانيا: الدراسات الأجنبية

1- دراسة (li & yuan, 2008) بعنوان:

"the mediating effect of knowledge creation on entrepreneurial orientation and firm performance "

"التأثير الوسيط لتوليد المعرفة على التوجه الريادي وأداء الشركات"

تهدف هذه الدراسة إلى اكتشاف دور توليد المعرفة في بيان أثر توجه ريادة الأعمال على أداء الشركات استنادا إلى نظرية nonaka، ومجتمع الدراسة الشركات التابعة لمعهد تايوان للأوراق المالية والعقود

الآجلة، وتم اختيار الشركات التي تأسست منذ 10 سنوات، تم استخدام الاستبيان لجمع البيانات بحيث تم توزيع (598) استبانة من خلال البريد، والوارد منها (172)، واستخدم التحليل الكمي للبيانات، وأظهرت النتائج أن للتوجه الريادي علاقة بالأداء الراسخ تتوسطه عملية توليد المعرفة بما في ذلك التنشئة الاجتماعية، التجسيد، التجميع والاستيعاب، وتشير النتائج إلى ضرورة النظر في عملية خلق المعرفة كوسيط في العلاقة بين التوجه الريادي والأداء الراسخ للمنظمات ذات المشاريع الجديدة.

2- دراسة (Saidat et Al, 2012) بعنوان:

"knowledge creation in universities and some related factors"

"**توليد المعرفة في الجامعات وبعض العوامل ذات الصلة**"

هدفت هذه الدراسة إلى تقديم صورة نظرية لمفهوم توليد المعرفة ومن تم التحقيق في الآثار المترتبة عليها من متغيرات مثل رأس المال الاجتماعي والثقافة التنظيمية، تضمنت هذه الدراسة أعضاء هيئة التدريس بجامعة أصفهان (إيران) لـ (476) حالة، ومن بين هذه الحالات تم اختيار(142) حالة، وقد استخدم المسح كوسيلة البحث واستخدم الاستبيان لجمع البيانات، تم استخدام ارتباط بيرسون والانحدار متعدد المتغيرات، وقد أظهرت الدراسة نتائج أهمها أن رأس المال الاجتماعي والثقافة التنظيمية لهما أثر مفيد على توليد المعرفة.

3- دراسة (Berraies & chaher, 2014) بعنوان:

"Knowledge creation process and firms' innovation performance: mediating effect of organization learning"

"**عملية توليد المعرفة وأداء الشركات الابتكاري: التأثير الوسيط لتعلم المنظمة**"

الهدف من هذه الدراسة هو إيجاد العلاقة بين توليد المعرفة والأداء الإبداعي للشركات وتم استخدام التعلم التنظيمي كدور وسيط لإثبات هذه العلاقة، وتم عمل هذه الدراسة على شركات تابعة لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تونس، وتم تطوير نموذج للدراسة يلخص العلاقات بين هذه المتغيرات، تم جمع البيانات باستخدام المسح من خلال استبيان مكون من (214) يعملون في عدة شركات تابعة لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ثم خضعت البيانات للتحليل الإحصائي باستخدام AMOS، وكانت النتائج أن لتوليد المعرفة أثر غير مباشر على الأداء الإبداعي لقطاع الاتصالات التونسي، وأن التعلم التنظيمي له دور في تأثير توليد المعرفة على الأداء الإبداعي.

المطلب الثاني: الدراسات المتعلقة بالسلوك الإبداعي

سنتطرق في هذا المطلب إلى الدراسات التي تناولت متغير السلوك الإبداعي باللغتين العربية والأجنبية.

أولا: الدراسات العربية

1- دراسة (رشوان 2016) بعنوان:

"**أثر أنماط القيادة على السلوك الإبداعي للعاملين –دراسة عينة البنوك السودانية**"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر أنماط القيادة على السلوك الإبداعي للعاملين، كما هدفت أيضا إلى دراسة العلاقة بينهما، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لملائمته لأغراض الدراسة، استهدفت الدراسة عينة من البنوك السودانية حيث كانت الاستبانة هي الأداة الرئيسة لجمع البيانات، تم توزيع (150) استبانة استردت منها (130) استبانة، ولتحليل البيانات واختبار الفرضيات تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS V24، كما تم استخدام التحليل العاملي الاستكشافي لقياس متغيرات الدراسة وتحليل المسار لاختبار فرضيات الدراسة، وتحليل الارتباط للتعرف على العلاقة بين متغيرات الدراسة، كما أظهرت النتائج وجود علاقة ذات تأثير إيجابي جزئي بين أنماط القيادة والسلوك الإبداعي للعاملين.

2- **دراسة (محمدية 2016)** بعنوان:

"**أثر التمكين الوظيفي في السلوك الإبداعي لدى العاملين في هيئة تنشيط السياحة الأردنية**"

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر التمكين الوظيفي في السلوك الإبداعي لدى العاملين في هيئة تنشيط السياحة الأردنية ولتحقيق أهداف الدراسة، تم استخدام الاستبيان لجمع البيانات، تم توزيع (65) استبانة، وبلغ عدد الاستبانات الصالحة للتحليل (61)، في ضوء ذلك جرى جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية والإنسانية SPSS هذا وكان من بين أهم النتائج التي تم التوصل إليها: مستوى السلوك الإبداعي مرتفعا في هيئة تنشيط السياحة الأردنية، مستوى تأثير التمكين الوظيفي بأبعاده المختلفة في السلوك الإبداعي لدى العاملين في هيئة تنشيط السياحة الأردنية إيجابيا.

3- **دراسة (القطاونة 2016)** بعنوان:

"أثر الاتصالات الإدارية في السلوك الإبداعي للعاملين"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الاتصالات الإدارية في السلوك الإبداعي للعاملين في بعض منظمات قطاع الأعمال في الأردن، تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد شملت الدراسة عمال (12) منظمة أردنية تعمل في قطاع الأعمال في مدينة عمان، شملت عينة الدراسة (212) فردا تم اختيارهم بأسلوب العينة العشوائية البسيطة وقد بينت نتائج الدراسة أن السلوك الإبداعي كان مرتفعا لدى العاملين في المنظمات المبحوثة، وتوصلت الدراسة أيضا إلى وجود أثر إيجابي للاتصالات الإدارية بأبعادها الخمسة في زيادة مستوى السلوك الإبداعي لدى العاملين.

4- **دراسة (علي 2016)** بعنوان:

"دور السلوك الإبداعي للأفراد في تحقيق الريادة في المنظمات الحديثة دراسة استطلاعية للشركة العامة للصناعات الصوفية بغداد"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام إدارة المؤسسات بتطوير السلوك الإبداعي للعاملين والذي أصبح عنصرا هاما في العالم المتطور، تم استخدام المنهج الوصفي ثم قارن النتائج من خلال الاستبيان، وطبقت الدراسة على عينة مكونة من (30) شخص في المستويات العليا والمتوسطة وكذا الدنيا في الشركة حيث استخدم فيها البرنامج الإحصائي SPSS وكانت أهم النتائج: قلة إدراك المديرين لأهمية تلك الأفكار أو اعتقادهم أن بروز شخص مبدع يمكن أن يؤثر على مكانتهم في العمل، من خلال اللقاء مع المديرين (القدامى خصوصا) تبين خوف الكثير من الإداريين من تبني فكرة جديدة وذلك لتخوفهم من الخسارة عند تطبيقها للأول مرة.

5- **دراسة (عبد الرحمان، 2018)** بعنوان:

"العلاقة بين السلوك الإبداعي واستدامة الميزة التنافسية على الولاء التنظيمي بالتطبيق على عينة من المصارف السودانية"

هدفت هذه الدراسة للتعرف على أثر السلوك الإبداعي على الميزة التنافسية وقياس أثر العلاقة بين السلوك الإبداعي والولاء التنظيمي، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واتبع أسلوب العينة العشوائية حيث كانت حجم العينة (390) وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها هناك علاقة إيجابية ذات تأثير

معنوي بين السلوك الإبداعي والميزة التنافسية على الولاء التنظيمي.

6- **دراسة (مزهر، 2019)** بعنوان:

"**أثر أبعاد المنظمة المتعلمة في السلوك الإبداعي للعاملين: جامعة فلسطين نموذجا**"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر أبعاد المنظمة المتعلمة في السلوك الإبداعي للعاملين في جامعة فلسطين –قطاع غزة، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي وأداة الاستبيان، وتم إتباع أسلوب الحصر الشامل لمجتمع الدراسة الذي تكون من كافة العاملين في الوظائف الإشرافية البالغ عددهم (86) موظف، وتم استرداد (45) استبانة، وتم تحليل النتائج باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، وتوصلت النتائج إلى وجود مستوى مرتفع للسلوك الإبداعي للعاملين، وأظهرت النتائج وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد المنظمة المتعلمة في السلوك الإبداعي للعاملين.

7- **دراسة (عبد الباقي وكورتل، 2020)** بعنوان:

"**أثر الثقافة التنظيمية على تنمية السلوك الإبداعي للعاملين –دراسة حالة مؤسسة الصيانة الصناعية SOMIK سوناطراك سكيكدة**"

تهدف هذه الدراسة للتعرف على أثر أبعاد الثقافة التنظيمية على تنمية السلوك الإبداعي للعاملين بمؤسسة الصيانة الصناعية، حيث تم توزيع (48) استبانة منها (39) صالحة للدراسة، وقد تم التحليل باستخدام المنهج الوصفي التحليلي وبرنامج SPSS. وقد أوضحت النتائج وجود أثر معنوي للثقافة التنظيمية في تنمية السلوك الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة.

ثانيا: الدراسات الأجنبية

1- **دراسة (moghimi & subramancam, 2013)** بعنوان:

"employees' creative Behavior: The role of organizational climate in Malaysian SMEs "

"**السلوك الإبداعي للموظفين: دور المناخ التنظيمي في الشركات الصغيرة والمتوسطة الماليزية**"

الغرض الرئيسي من هذه الدراسة هو تحديد تأثير المناخ التنظيمي على السلوك الإبداعي للموظفين والذي يعتبر ميزة تنافسية لنجاح المنظمات في ماليزيا. واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي كما استخدمت أسلوب المسح لجمع البيانات واعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة لها، حيث وزعت على عينة مكونة من

(100) موظف في الشركات الماليزية الصغيرة والمتوسطة واستردت (61) استبانة صالحة للاستخدام، تم تحليل البيانات من خلال الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن المناخ التنظيمي له تأثير كبير على السلوك الإبداعي للموظفين.

2- **دراسة (lranzadeh & bahrami, 2013)** بعنوان:

"survey of knowledge management dimensions and creativity: a case study"

"**مسح أبعاد إدارة المعرفة والإبداع: دراسة حالة**"

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة التحقق في أثر إدارة المعرفة في زيادة إبداع الموظفين الذين عملوا في غرب أذربيجان في منظمة المياه والصرف الصحي، شمل مجتمع الدراسة (211) من الموظفين والمدراء من بينهم (136) شخصا تم اختيارهم باستخدام طريقة العينة العشوائية، تم جمع البيانات باستخدام استبيانات مع أسئلة مغلقة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة مهمة بين تطبيق إدارة المعرفة وزيادة الإبداع لدى العاملين.

3- **دراسة (sigala & chalkiti, 2015)** بعنوان:

"Knowledge management, social media and employee creativity"

"**إدارة المعرفة ووسائل التواصل الاجتماعي وإبداع الموظف**"

هدفت الدراسة إلى التحقق من العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية وإبداع العاملين من خلال تبني نهج إدارة المعرفة من أجل النظر في تأثير الشبكات الاجتماعية والتفاعلات على إبداع الأفراد، وقد جمعت البيانات من خلال استقصاء واسع النطاق على شبكة الانترنت. تمثل مجتمع الدراسة من (324) عضو من مجموعة منتدى الأعمال الالكترونية المتخصصة في السياحة وتم تلقي (166) ردا وتم تحليل (132) استجابة، وقد أظهرت الدراسة نتائج أهمها البيانات التي تم جمعها من المتخصصين في السياحة اليونانية أكدت أن الإبداع لدى العاملين يرتبط ارتباطا إيجابيا لمشاركتهم في الشبكات الاجتماعية واستخدامهم وسائل الإعلام الاجتماعية.

المطلب الثالث: الدراسات التي تناولت العلاقة بين توليد المعرفة والسلوك الإبداعي

سنتطرق في هذا المطلب إلى الدراسات التي تناولت العلاقة بين توليد المعرفة والسلوك الإبداعي باللغة العربية والأجنبية.

أولا: الدراسات العربية

1- **دراسة (الدوسري 2017)** بعنوان:

"أثر عمليات إدارة المعرفة على السلوك الإبداعي لدى العاملين في شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأردن"

هدفت الدراسة إلى قياس أثر عمليات إدارة المعرفة (توليد، تخزين، توزيع، تطبيق) على السلوك الإبداعي لدى العاملين في شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأردن. واعتمدت الدراسة الأسلوب الوصفي التحليلي للتعامل مع البيانات وتصنيفها، من خلال تصميم استبانة أعدت لغرض جمع البيانات، تمثلت عينة الدراسة في (171) عاملا، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS. وقد أظهرت النتائج وجود أثر هام ودال إحصائيا لعملية توليد المعرفة على السلوك الإبداعي في شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأردن.

2- **دراسة (عدوان 2018)** بعنوان:

"دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية توليد المعرفة وأثرها على الإبداع الوظيفي في مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني في غزة"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية توليد المعرفة وأثرها على الإبداع الوظيفي في مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني في غزة، وذلك باستخدام نموذج **SECI** (التنشئة، التجسيد، التجميع، التذويب)، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، تم استخدام الاستبانة لجمع البيانات وقد وزعت على عينة عددها (350) موظفا، وتم استرجاع (317) استبانة، ولتحليل البيانات تم استعمال البرنامج الإحصائي SPSS. وقد أظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية لعمليات توليد المعرفة على الإبداع الوظيفي لدى العاملين، وأظهرت أيضا وجود علاقة ذات دلالة إحصائية طردية بين عمليات توليد المعرفة والإبداع الوظيفي لدى العاملين.

3- **دراسة (بن خليفة ومسعي 2020)** بعنوان:

"إدارة المعرفة ودورها في تفعيل الإبداع في المؤسسات الخدمية مؤسسة اتصالات الجزائر –الوادي"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة إدارة المعرفة من خلال عملياتها (توليد، تخزين،

نشر وتطبيق) في تفعيل الإبداع في مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي من خلال معرفة آراء الرؤساء والعاملين في المؤسسة، تم استخدام الاستبانة لجمع البيانات وقد وزعت على عينة عددها (40) عامل، وتم استرجاع (30) استبانة، ولتحليل البيانات تم استعمال البرنامج الإحصائي SPSS. وقد أظهرت النتائج وجود علاقة ضعيفة بين إدارة المعرفة (توليد، تخزين، نشر وتطبيق) والإبداع، كما أظهرت أيضا عدم وجود أثر لتوليد المعرفة على الإبداع.

ثانيا: الدراسات الأجنبية

1- **دراسة (Easa, 2011)** بعنوان:

"knowledge creation process and innovation in Egyptian banking sector"

"**عملية توليد المعرفة والإبداع في القطاع المصرفي المصري**"

الهدف من هذه الدراسة هو دراسة العلاقة بين عمليات توليد المعرفة وفق نموذج SECI والإبداع، إذ شملت الدراسة (12) بنك مصري منها (3) بنوك عمومية و(9) بنوك خاصة، حيث تم توزيع (45) استبانة استرجع منها (210)، كما تم إجراء (26) مقابلة. توصلت الدراسة إلى أن عمليات توليد المعرفة وفق نموذج SECI أثرت بشكل إيجابي على عملية الإبداع داخل البنوك المصرية.

2- **دراسة (radfard et al, 2014)** بعنوان:

"The impact of creativity on organizational knowledge management process"

"**أثر الإبداع على عمليات إدارة المعرفة التنظيمية**"

الهدف من هذه الدراسة هو دراسة العلاقة بين عمليات إدارة المعرفة (توليد، تطبيق، تخزين، مشاركة) والإبداع لدى العاملين في الشركات القائمة على المعرفة، أجريت هذه الدراسة باستخدام طريقة الارتباط على عينة حجمها (100) شخص. توصلت النتائج إلى عدم وجود علاقة إيجابية وذات دلالة إحصائية بين عملية توليد المعرفة وإبداع العاملين.

3- **دراسة (Rezapasand et al, 2016)** بعنوان:

"The study of the impact of knowledge management on creativity of employees (a case study: Red Crescent society of ilan province)"

"**دراسة أثر إدارة المعرفة على إبداع العاملين (دراسة حالة: جمعية الهلال الأحمر بمحافظة إيلام)**"

الهدف من هذه الدراسة هو دراسة تأثير إدارة المعرفة من خلال عملياتها (توليد، تخزين، تنفيذ، مشاركة) على إبداع موظفي جمعية الهلال الأحمر في مقاطعة إيلام، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي كمنهج للدراسة، وتم الاعتماد على الاستبيان وزع على عينة من عمال جمعية الهلال الأحمر، وتوصلت النتائج إلى أن توليد المعرفة لها تأثير كبير على إبداع الموظفين.

من خلال استعراض الدراسات السابقة لأحد متغيري الدراسة أو كلاهما معا وفق التسلسل الزمني من الأقدم إلى الأحدث، وتنوع البيئة التي أجريت فيها تلك الدراسات، تبين أن هناك أوجه تشابه وأوجه اختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، يمكن إبراز أهمها على النحو التالي:

أولا: أوجه التشابه

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة فيما يلي:

- استخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات في كل من الدراسة الحالية وأغلب الدراسات السابقة؛
- تشاركت الدراسة الحالية مع أغلب الدراسات السابقة في اعتمادها على المنهج الوصفي؛
- تتفق الدراسة الحالية مع أغلب الدراسات السابقة في اعتمادها على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS لتحليل البيانات.

ثانيا: أوجه الاختلاف

- تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث المكان والزمان، كون الدراسة الحالية أجريت في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية من السنة الجارية (2021) بينما الدراسات الأخرى أجريت في بيئات عربية وأجنبية؛
- اختلفت دراستنا عن سابقاتها في حجم العينة، إذ أجريت هذه الدراسة على عينة حجمها (45) عاملا، أما الدراسات السابقة تناولت عينات بأحجام مختلفة؛
- تناولت الدراسة الحالية أبعاد توليد المعرفة (التنشئة، التجسيد، الاستيعاب والتجميع) في حين تطرقت بعض الدراسات السابقة إلى توليد المعرفة بشكل عام.

خلاصة الفصل

تم التوصل من خلال هذا الفصل إلى أن توليد المعرفة تعد من العوامل المهمة بالنسبة للفرد والمؤسسة ككل، والتي تلعب دور كبير في تنمية السلوك الإبداعي للعاملين، حيث تم التعرف على مفهوم توليد المعرفة، وأهميتها وأنماطها المتمثلة في (التنشئة، التجسيد، الاستيعاب والتجميع)، وتم التطرق أيضا إلى مفاهيم أساسية حول السلوك الإبداعي، وهذا من خلال تعريفنا له والتطرق إلى أهميته وأبعاده، كما تم التطرق إلى الدراسات باللغتين العربية والأجنبية والتي لها علاقة بمتغيرات الدراسة.

وفي الفصل الموالي سنحاول دراسة أثر توليد المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي للعاملين بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

المبحث الأول: إجراءات وأدوات الدراسة

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

تمهيد

بعدما تعرفنا على الإطار النظري لمتغيرات الدراسة وكذا طبيعة العلاقة التي تربطهما، يأتي هذا الفصل كمحاولة لإسقاط ما تم دراسته نظريا على مؤسسة الخزف الصحي بالميلية، وذلك بغرض الوقوف على واقع توليد المعرفة وأثره في تنمية السلوك الإبداعي.

وعليه يتناول هذا الفصل الإطار المنهجي للدراسة الذي سنستعرض فيه الطرق المستخدمة في الجانب الميداني ومصادر جمع المعلومات، مجتمع وعينة الدراسة، بالإضافة إلى بناء أداة الدراسة واختبار صدقها وثباتها، ثم يتم تحليل إجابات مفردات عينة الدراسة على محاور الاستبيان لنصل إلى اختبار فرضيات الدراسة ثم نختتم بمناقشة نتائج الدراسة، وتقديم الاقتراحات التي يمكن الخروج بها من هذا البحث.

المبحث الأول: إجراءات وأدوات الدراسة

سيتم في هذا المبحث توضيح طريقة ومتغيرات الدراسة، من خلال إبراز الأدوات المستخدمة في جمع البيانات، مجتمع وعينة الدراسة، الأساليب الإحصائية التي تم اعتمادها في تحليل البيانات المجمعة، وكذا اختبار صدق وثبات أداة الدراسة.

المطلب الأول: طريقة ونوع أداة الدراسة

في هذا المطلب سنتطرق إلى مصادر جمع البيانات، مجتمع وعينة الدراسة، بالإضافة إلى نوع الأداة التي استخدمت في جمع البيانات وكذا المحاور التي تغطيها.

أولا: مصادر جمع البيانات

كغيرها من الدراسات، استخدمنا مجموعة من المصادر قصد الحصول على المعلومات اللازمة لإجراء الدراسة وذلك وفقا لما يلي:

- **البيانات المكتبية:** لتغطية الجانب النظري للدراسة، تم الاعتماد على الكتب والمقالات العلمية المنشورة في المجلات العلمية المحكمة، بالإضافة إلى رسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراه.
- **المعلومات والبيانات الميدانية:** تم الاعتماد على الاستبيان في جمع البيانات الخاصة بموضوع دراستنا باعتباره من أكثر الأدوات استخداما في مثل هكذا بحوث نظرا لعديد المزايا التي يتمتع بها التي من أبرزها أنه يسمح بسرعة الحصول على البيانات بالإضافة إلى كونه يسمح للمبحوث الإجابة بحرية تامة وبكل موضوعية عن الأسئلة الواردة فيه دون أي تدخل للباحث.

ثانيا: مجتمع وعينة الدراسة

قبل التطرق إلى تحديد مجتمع وعينة الدراسة، تجدر الإشارة بداية إلى تحديد مكان إجراء الدراسة الميدانية وهو مؤسسة الخزف الصحي والتي تم بناؤها وتجهيزها سنة 1971 باسم وحدة الخزف الصحي، غير أنها لم تبدأ في العملية الإنتاجية إلا في مطلع 1975، وبتاريخ 1997/12/13 قررت المؤسسة القابضة لمواد البناء GMIDLOH تحويل وحدة الخزف الصحي للشرق بالميلية إلى مؤسسة الخزف الصحي (S.C.S) ودخل هذا القرار حيز التنفيذ بتاريخ 1998/04/19 وهي الآن مؤسسة ذات أسهم متخصصة في إنتاج الخزف الصحي وفق المعايير الجزائرية والأوروبية وتحتل الرتبة الأولى من حيث الجودة، النوعية وضخامة الإنتاج على مستوى الشرق الجزائري (الوثائق المقدمة من مصلحة الموارد البشرية).

يعرف مجتمع الدراسة بأنه "جميع المفردات التي لها صفة أو صفات مشتركة، وجميع هذه المفردات خاضعة للدراسة أو البحث من قبل الباحث" (القاضي والبياتي، 2008، ص148)، وقد يتعذر في أحيان كثيرة إجراء مسح شامل للمجتمع، لذلك يلجأ الباحث إلى أسلوب المعاينة، أي الاستناد إلى عدد معين من مفردات المجتمع حيث تمثل خصائصها في المجتمع الكلي وتدعى هذه المفردات بالعينة حيث تعرف بأنها "جزء من مجتمع الدراسة تؤخذ بطرق معينة بحيث تكون ممثلة تمثيلا صحيحا للمجتمع بقصد التعرف على خصائص هذا الأخير" (عزام، 2006، ص17).

أما المجتمع المستهدف في هذه الحالة فيضم جميع عمال مؤسسة الخزف الصحي بالميلية والبالغ عددهم (380) عاملا، اخترنا منه عينة عشوائية بسيطة تتكون من (55) عامل وقد تم استرجاع (50) استبانة منها (45) صالحة للتحليل الإحصائي.

ثالثا: أداة الدراسة

تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات اللازمة، وتعتبر الأداة الملائمة والأكثر فعالية لتحقيق الأهداف المنشودة من هذه الدراسة، وقد تم تصميم الاستبانة بالاعتماد على بعض الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، وتتكون من جزأين:

الجزء الأول: يتضمن البيانات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة (الجنس، السن، المؤهل العلمي، الخبرة المهنية والمستوى الوظيفي).

الجزء الثاني: يشمل محورين، المحور الأول يدرس المتغير المستقل (توليد المعرفة)، والمحور الثاني يدرس المتغير التابع (السلوك الإبداعي) حيث يمكن توضيحها كما يلي:

الجدول رقم (01): مصادر قياس المتغيرات في الاستبيان

طبيعة المتغيرات	متغيرات الدراسة	الفقرات	المصادر المعتمدة في القياس (الدراسات)
المتغير المستقل	**أنماط توليد المعرفة**		- سلامة صهيب عبد اللطيف العماوي (2016) - **Saidat et Al (2012)**
	التنشئة	من 1 إلى 4	
	التجسيد	من 5 إلى 8	
	الاستيعاب	من 9 إلى 12	
	التجميع	من 13 إلى 16	
المتغير التابع	**السلوك الإبداعي**	من 17 إلى 26	- بحر يوسف عطية والعجلة توفيق عطية (2011) - درار يحيى (2017)

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الدراسات السابقة

من أجل قياس درجة استجابة أفراد عينة الدراسة حول عبارات المحور الأول والمحور الثاني تم استخدام مقياس "**ليكرت Likert**" الخماسي كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (02): مقياس "ليكرت Likert" الخماسي

درجة الموافقة	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
الوزن	5	4	3	2	1

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي.

من أجل تحديد طول فئات مقياس "**ليكرت**" الخماسي المستخدمة في المحورين الأول والثاني من الاستبانة، تم حساب المدى الذي يعتبر من أسهل وأبسط مقاييس التشتت فهو يمثل الفرق بين أكبر وأصغر قيمة بين مفردات الظاهرة موضوع الدراسة (عبد ربه، 2010، ص386)، وتم تقسيمه على عدد درجات المقياس للحصول في الأخير على طول الفئة الصحيحة أي (0,80=5/4)، بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (1) وذلك لتحديد الحد الأعلى لأول فئة (1,8=1+0,80)، وهكذا يصبح طول الفئات كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (03): فئات مقياس "ليكرت Likert" الخماسي ودلالتها

رقم الفئة	المجال	الدرجات	الوزن	مستوى الأهمية
الأولى	[1,80 – 1]	غير موافق تماما	01	ضعيف جدا
الثانية	[2,60 – 1,81]	غير موافق	02	ضعيف
الثالثة	[3,40 – 2,61]	محايد	03	متوسط
الرابعة	[4,20 – 3,41]	موافق	04	عالي
الخامسة	[5 – 4,21]	موافق تماما	05	عالي جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مقياس "ليكرت" الخماسي.

المطلب الثاني: اختبار أداة الدراسة

هي العملية التي يتم من خلالها ضبط الاستبانة قبل توزيعها على عينة الدراسة، لأنها تؤدي إلى القياس العلمي بما يسمح باستغلال وتحليل البيانات بشكل سليم يمكن من خلال نتائجها تعميم النتائج، ومن أجل ذلك يتم اختبار أداة الدراسة على مرحلتين هما: صدق الأداة وثباتها.

أولا: صدق أداة الدراسة

يقصد بصدق أداة الدراسة أن تقيس ما وضعت لقياسه، أي شمولها على كل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل ووضوح عباراتها ومفرداتها، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها، بالإضافة إلى اتساق هذه العبارات وانتماء كل عبارة إلى البعد الذي تقع فيه، ويتم التأكد من صدق أداة الدراسة من خلال الصدق الظاهري والصدق البنائي.

أ- الصدق الظاهري

من أجل دراسة الصدق الظاهري تم عرض الاستبانة في صورتها الأولية على الأستاذ المشرف وبعض الأساتذة ذوي الخبرة (**انظر الملحق رقم 1**). وذلك لمعرفة مدى وضوح العبارات ومدى قياسها لما وضعت من أجله، وهل هي شاملة لكل العناصر الواجب دخولها في التحليل، ليتم بعد ذلك تعديلها وفقا لأغلب التوجيهات والملاحظات التي رأينا أنهم يتفقون حولها وذلك لتقديمها في صورتها النهائية (**انظر الملحق رقم 2**).

ب- الصدق البنائي (الداخلي)

من أجل التأكد من الصدق الداخلي لعبارات الاستبيان تم حساب معامل الارتباط "بيرسون"، وذلك لمعرفة مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبيان مع المحور الذي ينتمي إليه، حيث قمنا بحساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحاور والدرجة الكلية للمحور نفسه.

1- الصدق الداخلي لعبارات البعد الأول من المحور الأول

الجدول التالي يوضح نتائج اختبار صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد "التنشئة" من محور توليد المعرفة.

الجدول رقم (04): الصدق الداخلي لعبارات بعد "التنشئة"

رقم العبارة	العبارات	معامل الارتباط r مع البعد	مستوى المعنوية
1	تعمل الإدارة على خلق بيئة تشجع على التفاعل والحوار بين الموظفين.	0,938**	0,000
2	تشجع الإدارة فرق العمل الجماعي ومختلف الأنشطة الاجتماعية بداخلها.	0,862**	0,000
3	تتبنى الإدارة خطط التدوير الوظيفي عبر الإدارات المختلفة سنويا.	0,787**	0,000
4	تحرص الإدارة على إقامة دورات تدريبية لموظفيها لزيادة المعارف العلمية والعملية.	0,724**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS) ** دال عند مستوى دلالة 0.01

نلاحظ من نتائج الجدول رقم (04) أن قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات بعد التنشئة والدرجة الكلية لجميع عباراته تتراوح بين (0,724 و0,938) وهي جميعها موجبة، ودالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعتمدة (0,05)، مما يدل على أن عبارات بعد التنشئة صادقة لما وضعت لقياسه.

2- الصدق الداخلي لعبارات البعد الثاني من المحور الأول

الجدول التالي يوضح نتائج اختبار صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد التجسيد من محور توليد المعرفة.

الجدول رقم (05): الصدق الداخلي لعبارات بعد "التجسيد"

رقم العبارة	العبارات	معامل الارتباط r مع البعد	مستوى المعنوية
5	تتبنى الإدارة سياسة دعم الأفكار والمقترحات الإبداعية لدى موظفيها.	0,900**	0,000
6	تشجع الإدارة عملية العصف الذهني وتفجير الطاقات والإمكانات لدى موظفيها.	0,682**	0,000
7	تحفز الإدارة الموظفين على تقديم اقتراحات لتحسين مستوى منتجاتها /تقديم خدماتها.	0,879**	0,000
8	تتبادل الإدارة الأفكار المختلفة مع أصحاب المصالح (العمال،..الخ) أثناء اتخاذ القرار.	0,846**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS) ** دال عند مستوى دلالة 0.01

نلاحظ من نتائج الجدول رقم (05) أن قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات بعد التجسيد والدرجة الكلية لجميع عباراته تتراوح بين (0,682 و0,900) وهي جميعها موجبة، ودالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعتمدة (0,05)، مما يدل على أن عبارات بعد التجسيد صادقة لما وضعت لقياسه.

3- الصدق الداخلي لعبارات البعد الثالث من المحور الأول

الجدول التالي يوضح نتائج اختبار صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد "الاستيعاب" من محور توليد المعرفة

الجدول رقم (06): الصدق الداخلي لعبارات بعد "الاستيعاب"

رقم العبارة	العبارات	معامل الارتباط r مع البعد	مستوى المعنوية
9	تشجع الإدارة عملية الاتصال التفاعلي بينها وبين موظفيها.	0,902**	0,000
10	تعمل الإدارة على تشجيع التعلم المستمر للموظفين وزيادة خبراتهم.	0,859**	0,000
11	تعمل الإدارة على دمج المعارف القديمة السابقة مع المعارف الجديدة.	0,879**	0,000
12	تعمل الإدارة على نشر المعارف والمهارات الجديدة عبر كامل مستوياتها.	0,885**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS) **دال عند مستوى دلالة 0.01

نلاحظ من نتائج الجدول رقم (06) أن قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات بعد الاستيعاب والدرجة الكلية لجميع عباراته تتراوح بين (0,859 و0,902) وهي جميعها موجبة، ودالة إحصائيا

عند مستوى الدلالة المعتمدة (0,05)، مما يدل على أن عبارات بعد الاستيعاب صادقة لما وضعت لقياسه.

4- الصدق الداخلي لعبارات البعد الرابع من المحور الأول

الجدول التالي يوضح نتائج اختبار صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد "التجميع" من محور توليد المعرفة.

الجدول رقم (07): الصدق الداخلي لعبارات بعد "التجميع"

رقم العبارة	العبارات	معامل الارتباط r مع البعد	مستوى المعنوية
13	تقوم الإدارة بتوثيق مختلف الخدمات/ المنتجات التي تقدمها.	0,713**	0,000
14	تشجع الإدارة موظفيها على التعلم من تجارب الآخرين لتحسين معارفهم الشخصية.	0,718**	0,000
15	تستفيد الإدارة من البحوث والتقارير المنشورة لتطوير سياساتها وأهدافها.	0,843**	0,000
16	تتعاون الإدارة مع مراكز بحث خارجية لتطوير معارفها.	0,786**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS) ** دال عند مستوى دلالة 0.01

نلاحظ من نتائج الجدول رقم (07) أن قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات بعد التجميع والدرجة الكلية لجميع عباراته تتراوح بين (0,713 و0,843) وهي جميعها موجبة، ودالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعتمدة (0,05)، مما يدل على أن عبارات بعد التجميع صادقة لما وضعت لقياسه.

وبعد التأكد من الصدق الداخلي لعبارات أبعاد توليد المعرفة، ننتقل الآن لقياس الصدق الداخلي لمحور توليد المعرفة ككل، وذلك عن طريق حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد محور توليد المعرفة مع درجته الكلية.

الجدول التالي يوضح نتائج اختبار صدق الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الأول.

الجدول رقم (08): الصدق الداخلي لمحور توليد المعرفة ككل

رقم البعد	البعد	معامل الارتباط r مع المحور	مستوى المعنوية
1	التنشئة	0,798**	0,000
2	التجسيد	0,893**	0,000
3	الاستيعاب	0,913**	0,000
4	التجميع	0,772**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS) ** دال عند مستوى دلالة 0.01

نلاحظ من نتائج الجدول رقم (08) أن قيم معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد محور توليد المعرفة والدرجة الكلية لهذا المحور تتراوح بين (0,772 و0,913) وهي جميعها موجبة، ودالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعتمدة (0,05)، مما يدل على أن أبعاد محور توليد المعرفة صادقة لما وضعت لقياسه وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

5- الصدق الداخلي لعبارات المحور الثاني

الجدول التالي يوضح نتائج اختبار صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور السلوك الإبداعي.

الجدول رقم (09): الصدق الداخلي لعبارات محور السلوك الإبداعي

رقم العبارة	العبارات	معامل الارتباط r مع البعد	مستوى المعنوية
17	تتوفر لدي قدرة على التفكير السريع في ظروف مختلفة.	0,745**	0,000
18	أملك الشجاعة للقيام بأعمال إبداعية.	0,786**	0,000
19	تتوفر لدي قدرة على إيجاد حلول سريعة لمشاكل العمل.	0,637**	0,000
20	أقوم بعملي بأسلوب متجدد.	0,759**	0,000
21	أستطيع طرح أفكار جديدة لتطوير العمل بسهولة.	0,690**	0,000
22	أطرح أفكار جديدة دون تردد خوفا من فشلها.	0,642**	0,000
23	أكون مستعدا لمواجهة أية مواقف جديدة قد تحدث في بيئة العمل.	0,654**	0,000
24	تشجع الإدارة أي مقترحات ايجابية مقدمة من الآخرين.	0,518**	0,000
25	تشجع الإدارة الأفراد الذين يتجاوزون الروتين.	0,570**	0,000
26	تعمل الإدارة على حث الأفراد وتشجيعهم للتفكير خارج نطاق اختصاصهم.	0,603**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS) ** دال عند مستوى دلالة 0.01

نلاحظ من نتائج الجدول رقم (09) أن قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات السلوك الإبداعي والدرجة الكلية له تتراوح بين (0,518 و0,786) وهي جميعها موجبة، ودالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعتمدة (0,05)، مما يدل على أن عبارات المحور الثاني صادقة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

ثانيا: ثبات الاستبانة

يقصد بثبات أداة الدراسة التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريبا إذا تكرر تطبيقها على نفس الأفراد (Carricano, poujol, 2008, p54). وللتأكد من ثبات الاستبانة قمنا بحساب معامل الثبات ألفا كرومباخ لكل من المحورين ومعامل الثبات الكلي، وقد تم الاعتماد على المقياس التالي في الحكم على مستويات معاملات الثبات (البياني، 2005، ص50):

- ضعيفا إذا كان معامل ألفا كرونباخ أقل من 60%؛
- مقبولا إذا كان معامل ألفا كرونباخ يتراوح بين 60% و70%؛
- جيدا إذا كان معامل ألفا كرونباخ يتراوح بين 70% و80%؛
- ممتازا إذا كان معامل ألفا كرونباخ أكبر من 80%.

وقد جاءت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (10): معاملات الثبات حسب المحاور

الرقم	المحور	معامل الثبات ألفا كرونباخ	درجة الثبات
1	توليد المعرفة	0,929	ممتاز
2	السلوك الإبداعي	0,855	ممتاز
الثبات الكلي		0,905	ممتاز

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن:

- معامل ألفا كرومباخ بالنسبة للمحور الأول (توليد المعرفة) فاق 90%، حيث بلغ 92,9% بمعنى أن معامل ثبات المحور الأول يتمتع بدرجة ثبات ممتازة.
- معامل ألفا كرومباخ بالنسبة للمحور الثاني (السلوك الإبداعي) فاق 80%، حيث بلغ 85,9% بمعنى أن معامل ثبات المحور الثاني يتمتع بدرجة ثبات ممتازة.
- معامل ألفا كرومباخ الكلي (محور توليد المعرفة ومحور السلوك الإبداعي) فاق 90%، حيث بلغ 90,5% بمعنى أن معامل الثبات الكلي يتمتع بدرجة ثبات ممتازة.

من خلال ما سبق يتضح أن أداة الدراسة (الاستبانة) تتمتع بدرجة ثبات ممتازة، مما يمكننا من استخدامها لتحقيق أهداف الدراسة.

المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية للدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي قمنا بجمعها، استخدمنا برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package For Social Sciences)، والذي يرمز له باختصار (SPSS)، هذا الأخير يعتبر البرنامج المناسب لتحليل مثل هذه البيانات لاحتوائه على مجموعة كبيرة من الاختبارات الإحصائية التي تندرج ضمن الإحصاء الوصفي والإحصاء الاستدلالي، حيث تم الاستعانة بالأدوات الإحصائية التالية:

أولا: التكرارات والنسب المئوية

تمت الاستعانة بالتكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة، وكذا لتحديد استجابات أفرادها اتجاه عبارات محاور الاستبيان.

ثانيا: المتوسط الحسابي

تم استخدامه لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض إجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة.

ثالثا: الانحراف المعياري

تم استخدام هذا المقياس لقياس درجة التشتت في إجابات أفراد العينة.

رابعا: معامل الارتباط "بيرسون Pearson"

استخدم هذا المعامل لمعرفة مدى ارتباط درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان مع الدرجة الكلية للبعد والمحور الذي ينتمي إليه (الاتساق الداخلي).

خامسا: معامل الثبات "ألفا كرونباخ Alpha Cronbakh"

استعمل هذا المعامل لقياس مدى ثبات الاستبانة من ناحية الاتساق الداخلي لعبارات الأداة.

سادسا: معاملي الالتواء والتفلطح

استخدم كل من التفلطح والالتواء للتأكد من أن متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي.

سابعا: الانحدار الخطي المتعدد "Multiple Régression"

تم استعماله لمعرفة أثر أبعاد المتغير المستقل (أنماط توليد المعرفة) في تنمية السلوك الإبداعي (المتغير التابع).

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

يهدف هذا المبحث إلى عرض وتحليل البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة وكذا إجاباتهم حول المحور الأول والثاني، إضافة إلى اختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الأول: النتائج المتعلقة بخصائص أفراد العينة

من خلال هذا المطلب سنسعى إلى معرفة الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة وهي: الجنس، السن، المؤهل العلمي، الخبرة المهنية والمستوى الوظيفي.

أولا: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

يتوزع أفراد العينة حسب الجنس كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	28	62,2%
أنثى	17	37,8%
المجموع	45	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة ذكور، حيث بلغ عددهم (28) أي ما نسبته 62,2% من عينة الدراسة، في حين بلغ عدد الإناث (17) أي ما نسبته 37,8%، فالملاحظ أن هناك تفاوت لصالح الذكور والذي قد يفسره طبيعة نشاط الشركة الذي يتطلب مجهود عضلي وبدني كبير.

ثانيا: توزيع أفراد العينة حسب السن

يتوزع أفراد العينة حسب السن كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (12): توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة
أقل من 30 سنة	7	15,6%
من 30 سنة- 39 سنة	25	55,6%
من 40 سنة- 49 سنة	11	24,4%
50 سنة فما فوق	2	4,4%
المجموع	45	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين 30 و39 سنة وهي الفئة العمرية الغالبة على عينة الدراسة بنسبة قدرت بـ 55,6% تليها الفئة العمرية من 40 إلى 49 سنة بنسبة قدرت بـ 24,4%، في حين بلغت نسبة الأفراد الذين ينتمون إلى فئة أقل من 30 سنة 15,6% محتلة بذلك المرتبة الثالثة، أما المرتبة الأخيرة فعادت للفئة التي يفوق عمرها 50 سنة بنسبة 4,4%، وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة هم يد عاملة شابة قادرة على تحمل أعباء العمل.

ثالثا: توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

يتوزع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة
تقني سامي	18	40%
ليسانس	22	48,9%
ماجستير	5	11,1%
المجموع	45	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

يتضح من الجدول أعلاه أن (22) مفردة من أفراد العينة حاصلون على شهادة ليسانس بنسبة 48,9%، في حين بلغ عدد أفراد العينة الذين يملكون شهادة تقني سامي (18) فرد أي ما نسبته 40%،

وفي الأخير تأتي عينة الأفراد الذين يمتلكون ماجستير بـ (5) أفراد أي ما نسبته 11,1%، وعليه يمكن القول أن العينة المدروسة مؤهلة علميا، وهذا ما يمكنها من إنجاز الأعمال بكفاءة وفعالية.

رابعا: توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

يتوزع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (14): توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة
أقل من 5 سنوات	5	11,1%
من 05 إلى 09 سنوات	18	40%
من 10 إلى 14 سنة	15	33,3%
15 سنة فأكثر	7	15,6%
المجموع	45	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن عدد الأفراد الذين تتراوح خبرتهم من 5 إلى 9 سنوات يقدر بـ (18) فرد أي ما نسبته 40%، في حين بلغ عدد أفراد العينة الذين تتراوح خبرتهم من 10 إلى 14 سنة (15) فردا أي ما نسبته 33,3%، كما بلغ عدد الأفراد الذين تبلغ خبرتهم أكثر من 15 سنة (7) أفراد أي ما نسبته 15,6%، ويلي هذه النسبة مباشرة الأفراد الذين تقل خبرتهم عن 5 سنوات وهم يمثلون (5) أفراد أي ما نسبته 11,1%، وهذا يدل على امتلاك نسبة معقولة جدا من أفراد العينة للخبرة المهنية تؤهلهم لممارسة وظائفهم ورفع جودة منتجات المؤسسة.

خامسا: توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي

يتوزع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (15): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي

المستوى الوظيفي	التكرار	النسبة
إطار	15	33,3%
عون تحكم	17	37,8%
عون تنفيذ	13	28,9%
المجموع	45	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن (17) فرد من عينة الدراسة يشغلون وظيفة عون تحكم بنسبة 37,8%، يليها صنف الإطارات بعدد قدره (15) فردا أي ما نسبته 33,3%، في حين بلغ عدد العمال في صنف عون تنفيذ (13) فردا أي ما نسبته 28,9%، ويرجع هذا الاختلاف نتيجة تنوع الوظائف والمستويات في الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

المطلب الثاني: عرض وتحليل إجابات أفراد العينة حول أبعاد توليد المعرفة

قصد الوقوف على مستوى توليد المعرفة في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية ينبغي أولا معرفة مستويات الأبعاد المكونة له (التنشئة، التجسيد، الاستيعاب والتجميع)، وذلك باستخدام كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

أولا: النتائج الخاصة ببعد التنشئة

لمعرفة مستوى بعد التنشئة في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية، تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة، والجدول الموالي يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه هذا البعد:

الجدول رقم (16): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد "التنشئة"

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
1	تعمل الإدارة على خلق بيئة تشجع على التفاعل والحوار بين الموظفين.	3,29	1,254	متوسطة	2
2	تشجع الإدارة فرق العمل الجماعي ومختلف الأنشطة الاجتماعية بداخلها.	3,04	1,167	متوسطة	4
3	تتبنى الإدارة خطط التدوير الوظيفي عبر الإدارات المختلفة سنويا.	3,24	1,026	متوسطة	3
4	تحرص الإدارة على إقامة دورات تدريبية لموظفيها لزيادة المعارف العلمية والعملية.	3,62	1,193	عالية	1
المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الكلي		3,30	0,963	**متوسطة**	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

يتضح من نتائج الجدول أعلاه، أن مستوى بعد "التنشئة" جاء بدرجة موافقة متوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي لبعد التنشئة (3,30) وهو ينتمي إلى الفئة [2,61−3,40] التي تشير إلى الخيار المقابل للمستوى المتوسط، وانحراف معياري كلي بلغ (0,963) وهو أقل من الواحد، مما يشير إلى وجود تشتت منخفض في إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات بعد "التنشئة".

من خلال نتائج الجدول يمكن ترتيب العبارات تنازليا حسب أوساطها الحسابية، وعلى هذا الأساس:

- ✓ تصدرت العبارة رقم (4) الترتيب بمتوسط حسابي (3,62)، وبانحراف معياري قدره (1,193)، ما يعني أن أفراد عينة الدراسة موافقون بدرجة متوسطة على أن الإدارة تحرص على إقامة دورات تدريبية لموظفيها لزيادة المعارف العلمية والعملية.
- ✓ أما المرتبة الثانية فهي تخص العبارة رقم (1) والتي تنص على أن الإدارة تعمل على خلق بيئة تشجع على التفاعل والحوار بين الموظفين، بوسط حسابي قيمته (3,29) وانحراف معياري قدره (1,254)، حيث عبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة متوسطة لمضمون هذه العبارة.
- ✓ في حين كانت المرتبة الثالثة من حيث الأهمية من نصيب العبارة رقم (3) بوسط حسابي قدره (3,24) وانحراف معياري (1,026)، حيث يعبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة متوسطة على أن الإدارة تتبنى خطط التدوير الوظيفي عبر الإدارات المختلفة سنويا.

- ✓ المرتبة الأخيرة كانت من نصيب العبارة رقم (2) بوسط حسابي قدره (3,04) وانحراف معياري قدره (1,167) حيث عبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة متوسطة عن تشجيع الإدارة فرق العمل الجماعي ومختلف الأنشطة الاجتماعية بداخلها.

ثانيا: النتائج الخاصة ببعد التجسيد

قصد الوقوف على مستوى بعد التجسيد في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية، تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة، والجدول الموالي يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه هذا البعد:

الجدول رقم (17): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد "التجسيد"

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
5	تتبنى الإدارة سياسة دعم الأفكار والمقترحات الإبداعية لدى موظفيها.	3,11	1,005	متوسطة	3
6	تشجع الإدارة عملية العصف الذهني وتفجير الطاقات والإمكانات لدى موظفيها.	2,80	0,944	متوسطة	4
7	تحفز الإدارة الموظفين على تقديم اقتراحات لتحسين مستوى منتجاتها /تقديم خدماتها.	3,13	0,894	متوسطة	1
8	تتبادل الإدارة الأفكار المختلفة مع أصحاب المصالح(العمال،..الخ) أثناء اتخاذ القرار.	3,13	0,894	متوسطة	1
المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الكلي		3,044	0,772	**متوسطة**	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

يتضح من نتائج الجدول أعلاه، أن مستوى بعد "التجسيد" جاء بدرجة متوسطة وفق إجابات أفراد عينة الدراسة حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي للبعد (3,044) وهو ينتمي إلى الفئة [2,61-3,40] التي تشير إلى الخيار المقابل للمستوى المتوسط، وانحراف معياري كلي بلغ (0,772) وهو أقل من الواحد، مما يشير إلى وجود تشتت منخفض في إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات بعد "التجسيد".

أما من حيث ترتيب إجابات أفراد العينة على عبارات بعد "التجسيد" حسب درجة الأهمية:

- ✓ جاءت العبارتين رقم (7) و(8) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3,13)، وبانحراف معياري قدره (0,894)، ما يعني أن أفراد عينة الدراسة موافقون بدرجة متوسطة على أن الإدارة تحفز الموظفين على تقديم اقتراحات لتحسين مستوى منتجاتها وتبادلها الأفكار المختلفة أثناء اتخاذ القرار.

- ✓ المرتبة الثالثة من حيث الأهمية فكانت من نصيب العبارة رقم (5) التي تنص على أن الإدارة تتبنى سياسة دعم الأفكار والمقترحات الإبداعية لدى موظفيها بوسط حسابي قدره (3,11) انحراف معياري قدره (1,005)، حيث عبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة متوسطة عن مضمون هذه العبارة.
- ✓ المرتبة الرابعة والأخيرة من حيث الأهمية كانت من نصيب العبارة رقم (6) بوسط حسابي قدره (2,80) وانحراف معياري قدره (0,944) حيث عبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة متوسطة فيما يخص تشجيع الإدارة عملية العصف الذهني وتفجير الطاقات والإمكانات لدى موظفيها.

ثالثا: النتائج الخاصة ببعد الاستيعاب

قصد معرفة مستوى بعد الاستيعاب في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية، تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة، والجدول الموالي يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه هذا البعد:

الجدول رقم (18): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد "الاستيعاب"

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
9	تشجع الإدارة عملية الاتصال التفاعلي بينها وبين موظفيها.	2,93	1,116	متوسطة	4
10	تعمل الإدارة على تشجيع التعلم المستمر للموظفين وزيادة خبراتهم.	2,84	1,043	متوسطة	3
11	تعمل الإدارة على دمج المعارف القديمة السابقة مع المعارف الجديدة.	3,49	1,121	عالية	1
12	تعمل الإدارة على نشر المعارف والمهارات الجديدة عبر كامل مستوياتها.	3,24	1,111	متوسطة	2
المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الكلي		3,127	0,967	**متوسطة**	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

يتضح من نتائج الجدول رقم (18)، أن مستوى بعد "الاستيعاب" جاء بدرجة متوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي للبعد (3,127) وهو ينتمي إلى الفئة [2,61–3,40] التي تشير إلى الخيار المقابل للمستوى المتوسط، وانحراف معياري كلي بلغ (0,967) وهو أقل من الواحد، مما يشير إلى وجود تشتت منخفض في إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات بعد "الاستيعاب".

ومن خلال نتائج الجدول يمكن ترتيب العبارات حسب درجة أهميتها وفقا لوسطها الحسابي كما يلي:

- ✓ تصدرت العبارة رقم (11) الترتيب بمتوسط حسابي (3,49)، وبانحراف معياري قدره (1,121)، ما يعني أن أفراد عينة الدراسة موافقون بدرجة عالية على أن الإدارة تعمل على دمج المعارف السابقة مع المعارف الجديدة.
- ✓ المرتبة الثانية من حيث الأهمية كانت من نصيب العبارة رقم (12) بوسط حسابي قيمته (3,24) وانحراف معياري قدره (1,111)، حيث عبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة متوسطة فيما يخص عمل الإدارة على نشر المعارف والمهارات الجديدة عبر كامل مستوياتها.
- ✓ في حين جاءت العبارة رقم (10) والتي تنص على أن الإدارة تعمل على تشجيع التعلم المستمر للموظفين وزيادة خبراتهم في المرتبة الثالثة بوسط حسابي قدره (2,84) وانحراف معياري قدره (1,043)، حيث يعبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة متوسطة لمضمون هذه العبارة.
- ✓ المرتبة الرابعة والأخيرة من حيث الأهمية كانت من نصيب العبارة رقم (9) بوسط حسابي قدره (2,93) وانحراف معياري قدره (1,116) حيث عبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة متوسطة فيما يخص تشجيع الإدارة عملية الاتصال التفاعلي بينها وبين موظفيها.

رابعا: النتائج الخاصة ببعد التجميع

قصد معرفة مستوى بعد التجميع في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية، تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة، والجدول الموالي يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه هذا البعد:

الجدول رقم (19): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد "التجميع"

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
13	تقوم الإدارة بتوثيق مختلف الخدمات/ المنتجات التي تقدمها.	3,20	0,869	متوسطة	2
14	تشجع الإدارة موظفيها على التعلم من تجارب الآخرين لتحسين معارفهم الشخصية.	3,51	1,079	عالية	1
15	تستفيد الإدارة من البحوث والتقارير المنشورة لتطوير سياساتها وأهدافها.	3,20	1,014	متوسطة	3
16	تتعاون الإدارة مع مراكز بحث خارجية لتطوير معارفها.	2,91	0,949	متوسطة	4
المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الكلي		3,205	0,748	**متوسطة**	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

يتضح من نتائج الجدول رقم (19)، أن مستوى بعد "التجميع" جاء بدرجة متوسطة وفق إجابات أفراد عينة الدراسة حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي لبعد التجميع (3,205) وهو ينتمي إلى الفئة [2,61−3,40] التي تشير إلى الخيار المقابل للمستوى المتوسط، وانحراف معياري كلي بلغ (0,748) وهو أقل من الواحد، مما يشير إلى وجود تشتت منخفض في إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات بعد "التجميع".

ومن خلال نتائج الجدول يمكن ترتيب العبارات حسب أهميتها وفقا لوسطها الحسابي كما يلي:

- ✓ تصدرت العبارة رقم (14) الترتيب بمتوسط حسابي (3,51)، وبانحراف معياري قدره (1,079)، حيث أن أفراد عينة الدراسة موافقون بدرجة عالية على أن الإدارة تشجع موظفيها على التعلم من تجارب الآخرين لتحسين معارفهم الشخصية.
- ✓ المرتبة الثانية من حيث الأهمية كانت من نصيب العبارة رقم (13) بوسط حسابي قيمته (3,20) وانحراف معياري قدره (0,869)، حيث عبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة متوسطة عن قيام الإدارة بتوثيق مختلف الخدمات والمنتجات التي تقدمها.
- ✓ أما العبارة رقم (15) والتي تنص على أن الإدارة تستفيد من البحوث والتقارير المنشورة لتطوير سياساتها وأهدافها فجاءت في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بوسط حسابي قدره (3,20) وانحراف معياري قدره (1,014)، حيث يعبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة متوسطة عن مضمون هذه العبارة.
- ✓ المرتبة الرابعة والأخيرة كانت من نصيب العبارة رقم (16) بوسط حسابي قدره (2,91) وانحراف معياري قدره (0,949)، حيث عبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة متوسطة فيما يخص تعاون الإدارة مع مراكز بحث خارجية لتطوير معارفها.

ومما سبق جاءت نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور توليد المعرفة كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (20): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور "توليد المعرفة"

رقم البعد	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
1	التنشئة	3,300	0,963	متوسطة	1
2	التجسيد	3,044	0,772	متوسطة	4
3	الاستيعاب	3,127	0,967	متوسطة	3
4	التجميع	3,205	0,748	متوسطة	2
المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الكلي		3,169	0,729	**متوسطة**	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

يتضح من نتائج الجدول أعلاه، أن مستوى توليد المعرفة بالشركة متوسط وهو ما عبر عنه أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي لمحور توليد المعرفة (3,169) وهو ينتمي إلى الفئة [2,61−3,40] التي تشير إلى الخيار المقابل للمستوى المتوسط، وانحراف معياري كلي بلغ (0,729) وهو أقل من الواحد، مما يشير إلى وجود تشتت منخفض في إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات هذا المحور.

أما من حيث مستوى عمليات توليد المعرفة بالشركة ودرجة أهميتها فالنتائج الواردة في الجدول أعلاه تشير إلى أن بعد "التنشئة" تصدر الترتيب بمتوسط حسابي (3,30)، وبانحراف معياري قدره (0,963)، فيما حصل بعد "التجميع" على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3,205)، وبانحراف معياري قدره (0,748)، بينما جاء بعد "الاستيعاب" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3,127)، وبانحراف معياري قدره (0,967)، فيما عادت المرتبة الرابعة لبعد "التجسيد" بمتوسط حسابي قدره (3,044)، وبانحراف معياري قدره (0,772).

المطلب الثالث: عرض وتحليل إجابات أفراد العينة حول عبارات السلوك الإبداعي

من أجل التعرف على مستوى السلوك الإبداعي في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية، تم حساب كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة على عبارات هذا المحور، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (21): الصدق الداخلي لعبارات محور السلوك الإبداعي

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
17	تتوفر لدي قدرة على التفكير السريع في ظروف مختلفة.	3,62	0,960	عالية	6
18	أملك الشجاعة للقيام بأعمال إبداعية.	3,71	0,968	عالية	3
19	تتوفر لدي قدرة على إيجاد حلول سريعة لمشاكل العمل.	3,76	0,743	عالية	2
20	أقوم بعملي بأسلوب متجدد.	3,60	1,095	عالية	7
21	أستطيع طرح أفكار جديدة لتطوير العمل بسهولة.	3,67	0,879	عالية	4
22	أطرح أفكار جديدة دون تردد خوفا من فشلها.	3,67	0,905	عالية	5
23	أكون مستعدا لمواجهة أية مواقف جديدة قد تحدث في بيئة العمل.	3,93	0,863	عالية	1
24	تشجع الإدارة أي مقترحات ايجابية مقدمة من الآخرين.	3,20	0,968	متوسطة	8
25	تشجع الإدارة الأفراد الذين يتجاوزون الروتين.	2,76	1,004	متوسطة	10
26	تعمل الإدارة على حث الأفراد وتشجيعهم للتفكير خارج نطاق اختصاصهم.	2,96	1,021	متوسطة	9
	الانحراف الكلي	3,486	0,622	**عالية**	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

يتضح من نتائج الجدول رقم (21)، أن مستوى السلوك الإبداعي لدى أفراد عينة الدراسة جاء بدرجة عالية حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي لمحور السلوك الإبداعي (3,486) وهو ينتمي إلى الفئة [3,41– 4,20] التي تشير إلى الخيار المقابل للمستوى العالي، وانحراف معياري كلي بلغ (0,622) وهو أقل من الواحد، مما يشير إلى وجود تشتت منخفض في إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات محور "السلوك الإبداعي".

من خلال نتائج الجدول رقم (21) يمكن ترتيب العبارات تنازليا حسب أوساطها الحسابية كما يلي:

- ✓ تصدرت العبارة رقم (23) الترتيب بمتوسط حسابي (3,93)، وبانحراف معياري قدره (0,863)، حيث أن أفراد عينة الدراسة عبروا عن موافقتهم بدرجة عالية على استعدادهم لمواجهة أية مواقف جديدة قد تحدث في بيئة العمل.
- ✓ المرتبة الثانية من حيث الأهمية كانت من نصيب العبارة رقم (19) بوسط حسابي قيمته (3,76) وبانحراف معياري قدره (0,743)، حيث عبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة عالية فيما يخص قدرتهم على إيجاد حلول سريعة لمشاكل العمل.
- ✓ أما العبارة رقم (18) والتي تنص على "أملك الشجاعة للقيام بأعمال إبداعية"، فجاءت في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بوسط حسابي قدره (3,71) وانحراف معياري قدره (0,968)، حيث عبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة عالية عن مضمون هذه العبارة.
- ✓ المرتبة الرابعة من حيث الأهمية كانت من نصيب العبارة رقم (21) بوسط حسابي قدره (3,67) وبانحراف معياري قدره (0,879) حيث عبر أفراد العينة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة عالية عن استطاعتهم طرح أفكار جديدة لتطوير العمل بسهولة.
- ✓ العبارة رقم (22) احتلت المرتبة الخامسة من حيث الأهمية بوسط حسابي قدره (3,67)، وانحراف معياري قدره (0,905)، حيث عبر أفراد العينة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة عالية عن قدرتهم على طرح أفكار جديدة دون تردد خوفا من فشلها.
- ✓ المرتبة السادسة كانت من نصيب العبارة رقم (17) بوسط حسابي قدره (3,62)، وانحراف معياري قدر بـ (0,960)، حيث عبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة عالية عن تتوفر لديهم القدرة على التفكير السريع في ظروف مختلفة.
- ✓ المرتبة السابعة كانت من نصيب العبارة رقم (20) التي تنص على "أقوم بعملي بأسلوب متجدد" فجاءت بوسط حسابي قدره (3,60) انحراف معياري قدره (1,095)، حيث عبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة عالية لمضمون هذه العبارة.
- ✓ في حين جاءت العبارة رقم (24) في المرتبة الثامنة بوسط حسابي بلغ (3,20) وانحراف معياري قدره (0,968)، حيث أن أفراد عينة الدراسة أكدوا في إجابتهم بأنهم موافقون بدرجة متوسطة على أن الإدارة تشجع أي مقترحات ايجابية مقدمة من الآخرين.

- ✓ اما العبارة رقم (26) فجاءت في المرتبة التاسعة بوسط حسابي قدره (2,96)، وانحراف معياري قدره (1,021)، حيث عبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة متوسطة على أن الإدارة تعمل على حث الأفراد وتشجيعهم للتفكير خارج نطاق اختصاصهم.
- ✓ المرتبة الأخيرة كانت من نصيب العبارة رقم (25) بوسط حسابي بلغ (2,76)، وانحراف معياري قدره (1,004)، حيث عبر أفراد عينة الدراسة في إجابتهم عن موافقتهم بدرجة متوسطة عن تشجيع الإدارة الأفراد الذين يتجاوزون الروتين.

المطلب الرابع: اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

قبل التطرق لاختبار فرضيات الدراسة لا بد من اختبار التوزيع الطبيعي للتأكد من إمكانية استخدام الاختبارات المعلمية.

أولا: اختبار التوزيع الطبيعي

للتأكد من أن بيانات الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي تم حساب معاملي الالتواء والتفلطح لمتغيرات الدراسة، حيث أن الحصول على معامل الالتواء محصور بين [3،3−]، ومعامل التفلطح أقل من (20) يعني أن متغيرات الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي (Rickh, 1995, p74)، والجدول الموالي يوضح نتائج الاختبار:

الجدول رقم (22): اختبار التوزيع الطبيعي

المتغيرات		معامل الالتواء	معامل التفلطح
توليد المعرفة	التنشئة	−0,564	−0,694
	التجسيد	−0,174	−0,351
	الاستيعاب	−0,078	−1,035
	التجميع	−0,331	−0,625
السلوك الإبداعي		−0,694	0,768

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول رقم (22) نلاحظ أن معاملات الالتواء لمتغيرات الدراسة تنتمي للمجال [3،3-] ونفس الأمر بالنسبة لمعاملات التفلطح فهي تقل عن (20)، وبالتالي فإن بيانات الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي، ومن ثم إمكانية استخدام الاختبارات المعلمية.

ثانيا: اختبار استقلالية متغيرات الدراسة

إن قوة النموذج الخطي العام مبنية على فرضية استقلالية كل متغير من المتغيرات المستقلة، أي عدم وجود ارتباط خطي متعدد بين المتغيرات المستقلة (multicollinearit) حيث إذا وجد هذا الأخير فإن النموذج الخطي العام يصبح غير قابل للتطبيق، وسنقوم في هذا الفرع بالتأكد ما إذا كانت تلك الارتباطات تؤثر على نتائج الانحدار المتعدد من خلال استخدام مقياس (Multicollinearity) من أجل حساب معامل تضخم التباين Variance Inflation Factor (VIF)، واختبار التباين المسموح به Tolérance، لكل متغير من المتغيرات المستقلة، بحيث أن الحصول على معامل تضخم التباينVIF أكبر من (5) أو الحصول على قيمة معامل التباين المسموح به أقل من (0,1) يشير إلى تأثر المتغيرات المستقلة بمشكلة التعدد الخطي، حسب ما اقترحه Neter، ومن خلال برنامج SPSS فإنه يمكن الحصول على النتائج التالية (Neter et al, 1985, p390):

الجدول رقم (23): معامل تضخم التباين والتباين المسموح

المتغيرات		معامل تضخم التباينVIF	التباين المسموح Tolérance
أبعاد توليد المعرفة	التنشئة	2,082	0,480
	التجسيد	2,950	0,339
	الاستيعاب	3,212	0,311
	التجميع	2,312	0,433

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

يشير الجدول أعلاه إلى أن معاملات تضخم التباين لجميع المتغيرات المستقلة جاءت أقل من (5)، في حين جاءت جميع قيم معاملات التباين المسموح أكبر من (0,1)، وهي نتائج تؤكد استقلالية المتغيرات المستقلة للدراسة وعدم تداخلها مع بعضها البعض.

وانطلاقا من هذه النتائج يمكن متابعة الدراسة واختبار مدى قبول أو رفض فرضيات الدراسة.

ثالثا: اختبار الفرضية الرئيسية وفرضياتها الفرعية

لاختبار فرضيات الدراسة اعتمدنا على أسلوب الانحدار الخطي المتعدد، وقبل استعراض النتائج تجدر الإشارة إلى أننا اعتمدنا على مقياس كوهن (Cohen) لقياس قوة العلاقة بين متغيرات الدراسة وكذلك القوة التفسيرية (حجم التأثير) وذلك وفقا لما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (24): مجالات قياس قوة الارتباط وحجم التأثير

البيان	معامل الارتباط	
	ارتباط إيجابي	ارتباط سلبي
ضعيف	من 0,1 إلى 0,3	من 0,1- إلى 0,3-
متوسط	من 0,31 إلى 0,5	من 0,31- إلى 0,5-
كبير	من 0,51 إلى 1	من 0,51- إلى 1-
القوة التفسيرية (حجم التأثير%)		
ضعيف	أقل من 10%	
متوسط	بين 10% و50%	
كبير	أكبر من 50%	

Cohen , J. (1998). Statistical power analysisfor the behavioral science. New York: Academic press. https://www.amazon.com/statistical power analysis. Behavioral science.

- **اختبار الفرضية الرئيسية**

من أجل اختبار صحة الفرضية الرئيسية للبحث وفرضياتها الفرعية تم الاعتماد على معامل الانحدار المتعدد، حيث نقبل أو نرفض الفرضية استنادا لقاعدة القرار التالية:

- إذا كانت قيمة مستوى الدلالة sig أكبر من (0,05) إذن نقبل الفرضية الصفرية "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية" ونرفض الفرضية البديلة "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية".
- إذا كانت قيمة مستوى الدلالة sig أقل من (0,05) إذن نرفض الفرضية الصفرية "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية" ونقبل الفرضية البديلة "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية".

تم الاعتماد على تحليل التباين للانحدار المتعدد كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (25): نتائج تحليل التباين للانحدار المتعدد (المتغير التابع = السلوك الإبداعي)

	النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمةF المحسوبة	مستوى دلالة F	معامل التحديدR^2	معامل الارتباط R
1	الانحدار	1,924	4	0,481	1,274	0,296	0,113	0,336
	الخطأ المتبقي	15,108	40	0,378	–	–	–	–
	المجموع	17,032	44	–	–	–	–	–

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

نلاحظ من الجدول رقم (25) أن مستوى الدلالة F=0,296 وهو أكبر من sig=0,05 وهذا يعني أن النموذج غير دال إحصائيا، كما نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط R يساوي (0,336) مما يدل على وجود ارتباط متوسط وموجب بين توليد المعرفة والسلوك الإبداعي، كما أن معامل التحديد R^2 يساوي (0,113)، هذا يعني أن 11,3% من التباين الحاصل في المتغير التابع (السلوك الإبداعي) مفسر بالتغير في المتغير المستقل (توليد المعرفة)، وعليه يمكن القول أن الفرضية الرئيسية التي تنص على أنه "لتوليد المعرفة أثر في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية" "**مرفوضة**" وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أنه "ليس لتوليد المعرفة أثر في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية".

➢ **اختبار الفرضيات الفرعية**

من أجل اختبار أثر كل بعد من أبعاد توليد المعرفة (التنشئة، التجسيد، الاستيعاب والتجميع) في السلوك الإبداعي، سيتم الاعتماد على نتائج الانحدار الخطي المتعدد، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (26): نتائج اختبار الانحدار الخطي المتعدد لأثر أبعاد توليد المعرفة على السلوك الإبداعي

النموذج	المعاملات غير النمطية		المعاملات النمطية	قيمة t المحسوبة	مستوى دلالة t
	B	الخطأ المعياري	Beta		
الثابت Constant	2,733	0,467	-	5,858	0,000
التنشئة	-0,048	0,139	-0,075	-0,349	0,729
التجسيد	0,351	0,206	0,436	1,705	0,096
الاستيعاب	-0,166	0,172	-0,258	-0,967	0,339
التجميع	0,114	0,188	0,137	0,603	0,550

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من الجدول أعلاه يمكن استنتاج ما يلي:

- **اختبار الفرضية الفرعية الأولى**

تنص هذه الفرضية على أنه "**يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) للتنشئة في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية**"

من خلال الجدول رقم (26) نلاحظ أن مستوى الدلالة الناتج يساوي (0,729) وهو أكبر من المستوى المعتمد (0,05)، ما يعني عدم وجود أثر دال إحصائيا لبعد التنشئة في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية، وعليه يمكن القول أن الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) للتنشئة في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية" "**مرفوضة**" وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) للتنشئة في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية".

- **اختبار الفرضية الفرعية الثانية**

تنص هذه الفرضية على أنه "**يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0,05$ للتجسيد في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية**"

من خلال الجدول رقم (26) نلاحظ أن قيمة المعاملات النمطية قدرت بـ (Beta=0,436)، كما نلاحظ أن مستوى الدلالة الناتج يساوي (0,096) وهو أكبر من المستوى المعتمد (0,05)، وعليه يمكن

القول أن الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0,05$ للتجسيد في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية" "**مرفوضة**" وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0,05$ للتجسيد في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية".

- **اختبار الفرضية الفرعية الثالثة**

تنص هذه الفرضية على أنه "**يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) للاستيعاب في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية**"

من خلال الجدول رقم (26) نلاحظ أن قيمة المعاملات النمطية قدرت بـ (Beta=−0,258)، كما نلاحظ أن مستوى الدلالة الناتج يساوي (0,339) وهو أكبر من المستوى المعتمد (0,05)، وعليه يمكن القول أن الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) للاستيعاب في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية" "**مرفوضة**" وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) للاستيعاب في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية".

- **اختبار الفرضية الفرعية الرابعة**

تنص هذه الفرضية على أنه "**يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) للتجميع في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية**"

من خلال الجدول رقم (26) نلاحظ أن قيمة المعاملات النمطية قدرت بـ (Beta=0,137)، كما نلاحظ أيضا أن مستوى الدلالة الناتج يساوي (0,339) وهو أكبر من المستوى المعتمد (0,05)، وعليه يمكن القول أن الفرضية الفرعية الرابعة التي تنص على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) للتجميع في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية" "**مرفوضة**" وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) للتجميع في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية".

مناقشة النتائج على ضوء فرضيات الدراسة

يمكن تقديم تفسير للنتائج التي تم التوصل إليها كما يلي:

- ❖ يوجد مستوى متوسط لتوليد المعرفة بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي لهذا المحور والمقدر بـ (3,486) ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن المؤسسة تولي اهتماما متوسطا لعملية توليد المعرفة من تنشئة وتجسيد واستيعاب وتجميع للمعرفة.
- ❖ يوجد مستوى مرتفع للسلوك الإبداعي بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي لهذا المحور والمقدر بـ (3,169) ويمكن تفسير هذه النتيجة على امتلاك الموظفين القدرة على التفكير السريع وتقديم الأفكار الجديدة بصفة مستمرة للقيام بأعمال إبداعية.
- ❖ ليس لتوليد المعرفة أثر في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة (Radfard et al, 2014)، ودراسة (بن خليفة ومسعي، 2020) التي أظهرت أنه لا يوجد أثر لتوليد المعرفة على الإبداع، كما لا تتفق مع نتائج دراسة (عدوان، 2018)، دراسة (الدوسري، 2017)، بالإضافة إلى دراسة (Rezapasand et al, 2016)، وكذا دراسة (Easa, 2011) التي أظهرت أن هناك أثر لتوليد المعرفة على الإبداع، ويمكن تفسير نتائج دراستنا بأن المجهودات التي تقوم بها المؤسسة من أجل توليد المعرفة تواجهها مجموعة من العراقيل التي تحد من فعالية هذه العملية كعدم وجود بيئة عمل تشجع على الحوار والعمل الجماعي وفتح المجال للأفراد بعرض إمكاناتهم ومهاراتهم الإبداعية لإيجاد الحلول التي قد تواجههم.
- ❖ ليس للتنشئة أثر في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في المؤسسة محل الدراسة هذه النتيجة لا تتفق مع ما توصلت إليه دراسة (عدوان، 2018) التي أكدت أنه للتنشئة أثر في الإبداع، ويمكن تفسير ما توصلت إليه دراستنا على أن الإدارة غير قادرة على خلق بيئة تشجع على التفاعل والعمل الجماعي بين موظفيها التي تسمح لهم باستغلال مهاراتهم الإبداعية وعرض إمكانياتهم في مجال عملهم.
- ❖ ليس للتجسيد أثر في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في المؤسسة محل الدراسة هذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة (Easa, 2011) التي أكدت أنه للتجسيد أثر في الإبداع، ويمكن تفسير ما توصلت إليه دراستنا على أن الإدارة لا تقوم بتقديم الدعم للمقترحات الإبداعية للعاملين، كما أنها لا تشجع على تفجير الطاقات وإمكانات موظفيها وعدم تحفيزهم على تقديم أفكار وآراء إبداعية لتحسين مستوى خدماتها المقدمة، وهذا ما يعرقلهم من إبراز طاقاتهم الإبداعية.

- ❖ ليس للاستيعاب أثر في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في المؤسسة محل الدراسة هذه النتيجة لا تتفق مع ما توصلت إليه دراسة (Easa, 2011)، ودراسة (عدوان، 2018) اللتان أكدتا أن للاستيعاب أثر على الإبداع، ويمكن تفسير ما توصلت إليه دراستنا على أن الإدارة لا تشجع الاتصال التفاعلي بينها وبين موظفيها وأنها لا تسمح بنشر المعارف والمهارات الجديدة عبر كامل مستوياتها، بالإضافة إلى أنها لا تشجع عملية التعلم المستمر للموظفين بهدف زيادة خبراتهم لا تخولهم للمستوى الذي يمكنهم من القدرة على طرح الأفكار الجديدة والتمسك بها.
- ❖ ليس للتجميع أثر في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في المؤسسة محل الدراسة هذه النتيجة لا تتفق مع ما توصلت إليه دراسة (عدوان، 2018) التي أكدت أن للتجميع أثر على الإبداع، ويمكن تفسير ما توصلت إليه دراستنا على أن الإدارة لا تشجع العاملين على تدعيم معارفهم الشخصية بناء على تجارب الآخرين، بالإضافة إلى أنها لا تستفيد من البحوث والتقارير المنشورة لتطوير سياساتها وأهدافها، كما يقل تعاونها مع مراكز بحث خارجية بالقدر الكافي الذي يسمح لها بتطوير معارفها ومعارف موظفيها.

خلاصة الفصل

تناول هذا الفصل عرض ومناقشة نتائج آراء عينة الدراسة حول توليد المعرفة والسلوك الإبداعي وذلك بالاعتماد على الاستبيان الذي يعتبر أهم الوسائل الفعالة في جمع البيانات، واستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المتمثلة في المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والانحدار الخطي المتعدد، وتم تفريغ وتحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS، وبعد الدراسة والتحليل تم التوصل إلى وجود مستوى متوسط لتوليد المعرفة ومستوى عالي للسلوك الإبداعي وتم التوصل أيضا إلى أنه لا يوجد أثر لتوليد المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي.

الخـــاتمة

أصبح السلوك الإبداعي سلوكا مطلوبا ومرغوبا بشدة من قبل المنظمات المعاصرة، لما له من آثار ايجابية على المستوى الفردي والجماعي والتنظيمي، لهذا تسعى المنظمات إلى إثارته لدى الأفراد وتنميته باستمرار من خلال توليد المعرفة وتبادلها وابتكار أفكار جديدة من أجل تحقيق أهدافها التنظيمية بكفاءة وفعالية وضمان بقائها واستمراريتها، وهذا ما أدى بنا في هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على كل من موضوعي توليد المعرفة والسلوك الإبداعي، من خلال الدراسة الميدانية التي أجريناها على عينة من عمال مؤسسة الخزف الصحي بالميلية، وفيما يلي أهم النتائج المتوصل إليها وكذا بعض الاقتراحات والآفاق المستقبلية للدراسة.

أولا: نتائج الدراسة الميدانية

من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها في مؤسسة الخزف الصحي –الميلية–، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج كما يلي:

- توصلت الدراسة إلى أن مستوى محور توليد المعرفة لدى عينة الدراسة بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية متوسط، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي الكلي لمحور توليد المعرفة (3,169)، أما مستوى أبعاده كل على حدة فقد كانت بالترتيب التالي: مستوى بعد "التنشئة" في المرتبة الأولى، يليه بعد "التجميع" في المرتبة الثانية، ثم يأتي بعد "الاستيعاب" في المرتبة الثالثة، وأخيرا بعد "التجسيد" بمتوسطات حسابية تقدر على التوالي (3,30، 3,205، 3,127، 3,044).
- توصلت الدراسة إلى أن مستوى محور السلوك الإبداعي لدى عينة الدراسة بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية، كان بدرجة عالية وفقا لمقياس الدراسة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي الكلي لمحور السلوك الإبداعي (3,486).
- بينت نتائج الدراسة عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) لأبعاد توليد المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي –الميلية–.
- بينت نتائج الدراسة عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) لبعد "التنشئة" في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي –الميلية–.
- بينت نتائج الدراسة عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) لبعد "التجسيد" في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي –الميلية–.

- بينت نتائج الدراسة عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) لبعد "الاستيعاب" في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي –الميلية–.
- بينت نتائج الدراسة عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) لبعد "التجميع" في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين في مؤسسة الخزف الصحي –الميلية–.

ثانيا: الاقتراحات

من خلال نتائج هذه الدراسة يمكن الخروج بجملة من الاقتراحات تتمثل فيما يلي:

- زيادة الاهتمام بعملية توليد المعرفة من خلال خلق بيئة تنظيمية مشجعة تدعم مختلف أنماط توليد المعرفة.
- إعطاء الفرصة للأفراد للمبادرة وطرح الأفكار المختلفة، والقيام بأنشطة تشجع على توليد المعارف الجديدة كإقامة جلسات للعصف الذهني والعمل على تشجيع الاتصال التفاعلي بين المؤسسة وموظفيها، وحثهم على تقاسم المعارف وتبادلها فيما بينهم لتسهيل انتشارها في جميع المستويات الإدارية.
- تشجيع التحاور بين العمال في المؤسسة والعمل على تقاسم المعارف بين مختلف المستويات الإدارية.
- العمل على تشجيع التعلم المستمر وزيادة الخبرات وإيجاد السبل لتكامل المعارف والخبرات السابقة مع المعارف الجديدة.
- العمل على خلق بيئة تشجع على التفاعل والعمل الجماعي بين موظفيها التي تمكنهم من تفجير طاقاتهم الإبداعية.
- استثمار الطاقات الإبداعية داخل المؤسسة وإعطائها العناية اللازمة باعتبارها رأس مال فكري يطور أداء المؤسسة باستمرار.
- القيام بدورات تدريبية لموظفيها لزيادة معارفهم العلمية والعملية ولاكتسابهم مهارات جديدة تمكنهم من إيجاد حلول سريعة لمشاكل العمل.
- إتاحة الفرصة للعاملين للإبداع في العمل من خلال السماح لهم وتشجيعهم على طرح أفكار جديدة ومناقشتها.

ثالثا: آفاق الدراسة

بناءا على الدراسة الميدانية التي قمنا بها في مؤسسة الخزف الصحي –الميلية– ومختلف النتائج المتوصل إليها تم اقتراح آفاق للدراسة متمثلة في:

- دور توليد المعرفة في تحسين الأداء البشري؛
- دور توليد المعرفة في تحقيق التميز؛
- أثر التفكير الإبداعي على توليد المعرفة؛
- أثر عمليات توليد المعرفة على الأداء الابتكاري؛
- أهمية توليد المعرفة في تنمية التعلم التنظيمي؛
- دور توليد المعرفة وتسيير الكفاءات في تحقيق الإبداع.

قائمة المراجع

أولا: المراجع باللغة العربية

أ- الكتب

1. البطانية، محمد تركي والمشاقبة، زياد محمد. (2010). *إدارة المعرفة بين النظرية والتطبيق*. عمان: دار جليس الزمان.
2. بوران، سمية. (2016). *إدارة المعرفة كمدخل للميزة التنافسية في المنظمات المعاصرة*. الأردن: مركز الكتاب الأكاديمي.
3. البياني، مهدي محمد. (2005). *تحليل البيانات الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS*. عمان: دار حامد للنشر والتوزيع.
4. جرادات، ناصر محمد سعود والمعاني، أحمد إسماعيل والصالح، أسماء رشاد. (2011). *إدارة المعرفة*. عمان: إثراء للنشر والتوزيع.
5. الحريري، رافدة. (2013). *اتجاهات حديثة في إدارة الموارد البشرية*. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
6. حريم، حسين. (2010). *مبادئ الإدارة الحديثة (النظريات، العمليات الإدارية، وظائف المنظمة)*. عمان: دار حامد للنشر.
7. الرحاحلة، عبد الرزاق سالم. (2010). *نظرية المنظمة*. عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
8. السرور، ناديا. (2002). *مقدمة في الإبداع*. الأردن: دار وائل للطباعة والنشر.
9. السكارنة، بلال خلف. (2011). *مقدمة في الإبداع*. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
10. عزام، صبري. (2006). *الإحصاء الوصفي ونظام SPSS*. الأردن: جدار للكتاب العالمي للنشر والتوزيع.
11. العلي، عبد الستار وقنديلجي، عامر إبراهيم والعمري، غسان. (2006). *المدخل إلى إدارة المعرفة*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
12. عليان، ربحي مصطفى. (2008). *إدارة المعرفة*. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
13. العميان، محمود سلمان. (2010). *السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال* (ط.5). عمان: دار وائل للطباعة والنشر.
14. القريوتي، محمد قاسم. (2000). *السلوك التنظيمي: دراسة السلوك الإنساني الفردي والجماعي في المنظمات المختلفة* (ط.3). عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

15. الكبيسي، صلاح الدين. (2005). *إدارة المعرفة*. القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

16. مطر، عبد اللطيف محمود. (2008). *إدارة المعرفة والمعلومات*. عمان: دار كنوز المصرفية العلمية للنشر والتوزيع.

17. الملكاوي، إبراهيم الخلوف. (2006). *إدارة المعرفة: الممارسات والمفاهيم*. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

18. نجم، عبود نجم. (2004). *إدارة المعرفة: المفاهيم والاستراتجيات والعمليات*. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

ب- المقالات

19. مزهر، رمزي عطية محمد. (2019). أثر أبعاد المنظمة المتعلمة في السلوك الإبداعي للعاملين: جامعة فلسطين نموذجا. *مجلة كلية فلسطين التقنية للأبحاث والدراسات*، (6)، 365-400.

20. عبد الباقي، أميرة وكورتل، فريد. (2020). أثر الثقافة التنظيمية على تنمية السلوك الإبداعي للعاملين -دراسة حالة مؤسسة الصيانة الصناعية SOMIK سوناطراك سكيكدة-. *مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية*، 7(2)، 463-478.

21. حمد العال، سهى عبد الرؤوف. (2014). أثر العبء الشخصي على وظيفتي توليد المعرفة والتشارك بها في الشركات الصناعية في الأردن. *مجلة البلقاء للبحوث والدراسات*، 17(1)، 17-46.

22. بوسهوة، نذير ومكيد، علي. (2008). دور إدارة المعرفة في تعزيز أداء المؤسسة. *مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية*، 7(1)، 146-162.

23. علي، عالية جواد محمد. (2016). دور السلوك الإبداعي للأفراد في تحقيق ريادة المنظمات الحديثة: دراسة استطلاعية في الشركة العامة للصناعات الصوفية في بغداد. *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية*، 22(89)، 316-335.

24. قديد، فوزية. (2014). دور إدارة المعرفة في تفعيل الإبداع: دراسة ميدانية في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الجزائر3. *مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية*، 18(1)، 198-216.

25. ربيع، أحمد بن يحيى. (2019). المعرفة ضمن سيرورة الإبداع في المؤسسة الاقتصادية. *مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي*، 3(1)، 202-212.

26. زرقون، محمد وعرابية، الحاج. (2014). أثر المعرفة على الأداء في المؤسسة الاقتصادية. *المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية*، (1)، 121-132.

27. برحال، عبد الوهاب ودبي، علي. (2017). أثر عمليات إدارة المعرفة في أداء المؤسسة من منظور بطاقة الأداء المتوازنة دراسة تطبيقية بشركة الخزف الصحي بالميلية –جيجل. *مجلة الحقوق والعلوم السياسية*، 31(1)، 330-345.

28. حفاظ، رانية وعبد الله، علي. (2020). أهمية توليد المعرفة في دعم مستويات التعلم التنظيمي –دراسة ميدانية بمؤسسة condor. *مجلة معهد العلوم الاقتصادية*، 23(1)، 295-318.

29. دن، أحمد وبلحاج، فراجي. (بدون سنة). استراتيجية التمكين الإداري وأثرها في تنمية السلوك الإبداعي للعاملين: دراسة حالة اتصالات الجزائر –وكالة الجلفة. *مجلة البديل الاقتصادي*، (8)، 215-232.

30. الذيابات، بسام فتحي. (2017). أثر أبعاد المناخ التنظيمي في تعزيز السلوك الإبداعي –دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في شركة صناعة الأدوية الأردنية. *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*، (18)، 157-169.

31. رجال، السعدي ومسعي، سمير. (2014). خلق المعرفة في المنظمات بالتطبيق على نموذج SECI. *مجلة الاقتصاد الصناعي*، 4(2)، 115-137.

32. الغالبي، طاهر محسن منصور. (2011). دور توليد المعرفة في تعزيز الإبداع المنظمي. *مجلة أكاديمية*، 4(7)، 177-198.

33. القطاونة، منار إبراهيم وأبو تاية، بندر كريم. (2016). أثر الاتصالات الإدارية في السلوك الإبداعي للعاملين في منظمات الأعمال الأردنية. *المجلة العربية للإدارة*، 36(1)، 365-397.

34. مسعي، سليمة محمد وبن خليفة،أحمد. (2020). إدارة المعرفة ودورها في تفعيل الإبداع في المؤسسات الخدمية مؤسسة اتصالات الجزائر–الوادي. *مجلة المنهل الاقتصادي*، 3(1)، 51-66.

35. مكيد، علي ويحياوي، فاطمة. (2015). أثر استراتيجية التمكين في تنمية السلوك الإبداعي لرأس المال الفكري: دراسة حالة مؤسسة صيدال فرع انتيبيوتيكال –المدية–. *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*، (14)، 184-211.

36. النوايسية، كفى حمود. (2009). أثر جودة تكنولوجيا المعلومات الإدارية المدركة في السلوك الإبداعي لدى مستخدمي نظام المعلومات في جامعة البلقاء التطبيقية. *مجلة دراسات العلوم الإدارية*، 36(2)، 331-358.

37. همد، سيف الدين رشوان وعلي، طاهر أحمد محمد. (2019). أثر أنماط القيادة على السلوك الإبداعي للعاملين. *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية*، 20(2)، 18-39.

ج- الأطروحات والرسائل الجامعية

38. الأحمد، حسام عبد الله. (2008). أثر الثقافة التنظيمية في تنمية السلوك الإبداعي للعاملين. *رسالة ماجستير*. تخصص إدارة أعمال، كلية الاقتصاد، جامعة حلب: سوريا.

39. الزيادين، يوسف كامل. (2010). أثر المناخ التنظيمي على السلوك الإبداعي. *رسالة ماجستير*. قسم الإدارة العامة، كلية الإدارة العامة، جامعة مؤتة: الأردن.

40. خلف، حسنى سعيد. (2010). علاقة القيادة التحويلية بالإبداع الإداري لدى رؤساء الأقسام الأكاديميين في الجامعة الإسلامية بغزة. *رسالة ماجستير*. تخصص إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية: غزة.

41. رشوان، سيف الدين جلال همد. (2016). أثر أنماط القيادة على السلوك الإبداعي للعاملين: دراسة عينة البنوك السودانية. *رسالة ماجستير*. تخصص إدارة الأعمال، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا: السودان.

42. الطالبي، ندى. (2002). أثر استخدام نموذج جوردن في تنمية القدرات الإبداعية في مادة التصميم. *رسالة ماجستير*. كلية المعلمين، جامعة ديالي: العراق.

43. أبو ربيع، عرفات سعيد. (2017). دور القيادة التحويلية في تعزيز السلوك الإبداعي لدى العاملين في وزارة الداخلية والأمن الوطني. *رسالة ماجستير*. برنامج القيادة والإدارة، جامعة الأقصى: غزة.

44. بوزناق، حسن. (2013). إدارة المعرفة ودورها في بناء الاستراتيجيات التسويقية –دراسة ميدانية. *رسالة ماجستير*. تخصص اقتصاد تطبيقي وإدارة المنظمات، جامعة الحاج لخضر: باتنة.

45. أبوعودة، صالح إسماعيل. (2016). دور الأنماط القيادية في تعزيز ممارسة عمليات إدارة المعرفة لمنتسبي قوى الأمن الفلسطيني بالمحافظات الجنوبية. *رسالة ماجستير*. برنامج القيادة والإدارة، أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا، جامعة الأقصى: غزة.

46. صارم، ندى. (2019). دور إدارة المعرفة في تحقيق الإبداع الإداري: دراسة حالة برنامج الأغذية العالمي واللجنة الدولية للصليب الأحمر. *رسالة ماجستير*. تخصص إدارة الأعمال، الجامعة الافتراضية السورية: سوريا.

47. عبد الرحمان، أميرة الشريف محمد. (2018). العلاقة بين السلوك الإبداعي واستدامة الميزة التنافسية على الولاء التنظيمي (بالتطبيق على عينة من المصارف السودانية). *أطروحة دكتوراه*. قسم إدارة أعمال، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا: السودان.

48. عدوان، إياد زياد. (2018). دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية توليد المعرفة وأثرها على الإبداع الوظيفي في مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني في غزة. *رسالة ماجستير*. تخصص إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية: غزة.

49. الدوسري، مروان ذاكر. (2017). أثر عمليات إدارة المعرفة على السلوك الإبداعي لدى العاملين في شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأردن. *رسالة ماجستير*. جامعة عمان العربية: الأردن.

50. البنا، محمد أحمد عرابي راسم. (2017). الأنماط القيادية وعلاقتها بالسلوك الإبداعي لدى العاملين في جهاز الأمن الداخلي في قطاع غزة. *رسالة ماجستير*. تخصص القيادة والإدارة، أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا: غزة.

51. الحارثي، محمد معيض. (2017). توليد المعرفة في شركة اتصالات السعودية: دراسة استكشافية. *رسالة ماجستير*. متطلبات الحصول علي الدرجة، جامعة جدة: السعودية.

52. الخالدي، علي خالد. (2013). الإبداع الإداري والميزة التنافسية في الجامعات الرسمية الأردنية. *رسالة ماجستير*. قسم الإدارة العامة، كلية إدارة المال والإعمال، جامعة آل بيت، عمان: الأردن.

53. رشوان، سيف الدين جلال همد. (2016). أثر أنماط القيادة على السلوك الإبداعي للعاملين: دراسة عينة البنوك السودانية. *رسالة ماجستير*. قسم إدارة أعمال (MSC)، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا: السودان.

54. السحباني، حسام سالم. (2016). الثقافة التنظيمية وتأثيرها على تنمية السلوك الإبداعي في الوزرات الفلسطينية بقطاع غزة. *رسالة ماجستير*. قسم القيادة والإدارة، جامعة الأقصى: غزة.

55. صالح، ماهر محمد. (2015). القيادة الإستراتيجية وعلاقتها بالسلوك الإبداعي لدى المدراء بوزارة الصحة. *رسالة ماجستير*، أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا: غزة.

56. العماوي، صهيب عبد اللطيف. (2018). أثر عمليات توليد المعرفة على سلوك الأداء الإبتكاري: الدور الوسيط لرأس المال النفسي في البنوك التجارية الأردنية. *رسالة ماجستير*. قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط: الأردن.

57. محمدية، عمر جهاد. (2016). أثر التمكين الوظيفي في السلوك الإبداعي لدى العاملين في هيئة تنشيط السياحة الأردنية. *رسالة ماجستير*. قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط: الأردن.

58. مزعل، وسام علي هلال. (2020). الدور المعدل لتوجيه التعلم في العلاقة بين القيادة الريادية والسلوك الإبداعي للعاملين: دراسة تحليلية بالتطبيق على المصاريف العراقية. *رسالة ماجستير*. تخصص إدارة أعمال، كلية الدراسات العليا: السودان.

د- الملتقيات والمؤتمرات

59. بعلي، حمزة وبنية، محمد. (2017). إدارة المعرفة ودورها في تعزيز إبداع العاملين في المنظمة. *الملتقى الوطني حول أثر إدارة المعرفة في تنمية الموارد البشرية*. جامعة يحيى فارس، المدية.

60. يوسف، عبد الستار حسين. (2004). إدارة المعرفة من أجل البقاء والنمو. *المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع "إدارة المعرفة في العالم العربي"*. جامعة الزيتونة، الأردن.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

A. Books

61. Cohen , J. (1998). *Statistical power analysisfor the behavioral science*. New York: Academic press. https://www.amazon.com/statistical power analysis. Behavioral science

62. Neter, J., William, W., Michael, H.K. (1985). *Applied Linear Statistical Moddels: Regression, Analysis of Variance, and experimental Designs*, 2nd Edition. Homewood: Richard D. Irwin, Inc.

63. Nonaka, I., Toshihiro, N. (2001). *Knowledge emergence: social, technical and evolutionary dimonsions of knowledge creation campany*. New york: oxford university press.

64. Nyarko, F. (2001). *The prospect of knowledge creation-laurea SIDLabs*. Leppavaara: Laurea university of applied sciences.

65. Rickh, H. (1995). *Structural equation modeling: concepts, issues and aplication*. Sage publications: Inc.

B. Articles

66. Berrais, S., Chaher, M. (2014). Knowledge creation process and firms innovation performance: mediating effect of organizational learning. *International journal of human resource studies*, 4(1), 204-222.

67. Chuni, W. (2008). Knowledge creation in a supply chain. *Department of information management*, 13(3), 241-250.

68. Iranzadeh, S., Bahrami, k. (2013). Survey of knowledge management demensions and creativity (a case study*)*. *Human resource management research*, 3(2), 55-59.

69. Ming, T.T., Hong, H.L. (2007). Knowledge creation process in new venture strategy and performance. *Journal of business research*, (60), 371-381.

70. Moghimi, S., Subramancam, I. (2013). Employees' creative Behavior: The role of organizational climate in Malaysian SMEs. *International journal of business and management*, 8(5), 1-12.

71. Momeini, M., Monavarian, A., Shaabani, E., Ghasemi, R. (2011). A conceptual model for knowledge management process capabilities and core competencies by SEM the case of iranian automotive industry. *European journal of social sciences*, 22(4), 473-489.
72. Nonaka, I., Konno, N. (1998). The concept of "Ba" : building a foundation for knowledge creation. *California management review*, 40(3), 40-54.
73. Nonaka, I., Toyama, R., Konno, N. (2000). SECI, Ba and leadership: a unified model of dynamic knowledge creation. *Long range planning*, 33(1), 5-34.
74. Norasiah, O., Aris, H., Nazri, M. (2016). The effect of entre preneurial, Innovation capability and knowledge creation on firm performance : a perspective on small scal entrepreneurs. *jurnal pengurusan*, 15(48), 187-200.
75. Radfard, S., Aagshenas, M., Rostami, A. (2014). The impact of creativity on organizational knowledge management process. *International journal of computer science and network*, 3(2), 77-81.
76. Rezapasand, S., Fallah, H., Nanaji, S.I. (2016). The study of the impact of knowledge management on creativity of employees (a case study: Red Crescent society of ilan province). *International journal of humanities and cultural studies*, 3(1), 1135-1147
77. Sang, S.K. (2020). Exploitation of shared knowledge and creative behavior: the role of social context. *Journal of knowledge management*, 24(2), 279-300.
78. Seckyoung, L.K., Cheong, M., Srivastava, A., Yoo, Y., Yun, S. (2021). Knowledge sharing and creative behavior: The interaction effects of knowledge sharing and regulatory focus on creative behavior. Human performance,34 (1), 49-66.
79. Siadat, S.A., Hoveida, R., Abbaszadeh, M., Moghtadaie, L. (2012). Knowledge creation in universities and some related factors. *Journal of management devlopment*, 31(8), 845-872.
80. Sigala, M., Chalkiti, K. (2015). Knowledge management, social media and employee creativity. *International journal of hospitality management*, (45), 44-58.

C. conference

81. Easa, N. (2011). knowledge creation process and innovation in Egyptian banking sector. *The organization learning knowledge and capabilities conference*. Hull university business school.

قائمة الملاحق

الملحق رقم (1): قائمة الأساتذة المحكمين للاستبانة

الرقم	اسم الأستاذ	الرتبة	الجامعة
1	بن ديلمي اسماعيل	أستاذ محاضر أ	جامعة باتنة
2	بعلي حمزة	أستاذ محاضر أ	جامعة قالمة
3	برحال عبد الوهاب	أستاذ محاضر أ	جامعة جيجل

الملحق رقم (2): استبانة الدراسة بعد التحكيم

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحي–جيجل–

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

تخصص: إدارة الموارد البشرية

سيادتكم المحترمة، تحية طيبة وبعد...

الاستبيان المرفق عبارة عن أداة لجمع البيانات لإجراء دراسة بعنوان "**أثر توليد المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين**" والتي هي جزء من متطلبات إنجاز مذكرة ماستر علوم التسيير تخصص إدارة الموارد البشرية بجامعة جيجل.

لذا نأمل من سيادتكم التكرم بالمساعدة في إتمام هذه الدراسة وذلك من خلال الإجابة على كل الأسئلة المطروحة، واختيار الإجابة التي تعكس الواقع الفعلي بمؤسستكم من وجهة نظركم، وذلك من خلال وضع علامة (X) أمام الإجابة التي توافق اختياركم.

نحيطكم علما أن جميع البيانات التي تتضمنها الاستمارة ستكون في غاية السرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، شاكرين لكم حسن تعاونكم وتقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير.

الطالبتين:

- **صابة هدى**
- **صابة ريمة**

إشراف الأستاذ:

د/ برحال عبد الوهاب

السنة الجامعية: 2020–2021

القسم الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن:

أقل من 30 سنة ☐ من 30 سنة- 39 سنة ☐

من 40 سنة- 49 سنة ☐ 50 سنة فما فوق ☐

3- المؤهل العلمي:

تقني سامي ☐ ليسانس ☐ ماجستير ☐

4- الخبرة المهنية:

أقل من 5 سنوات ☐ من 05 إلى 09 سنوات ☐

من 10 إلى 14 سنة ☐ 15 سنة فأكثر ☐

5- المستوى الوظيفي:

إطار ☐ عون تحكم ☐ عون تنفيذ ☐

الجزء الثاني: أبعاد متغيرات الدراسة

المحور الأول: أنماط توليد المعرفة

رقم العبارة	العبارات	سلم القياس				
	البعد الأول:التنشئة/ التشاركية	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
1	تعمل الإدارة على خلق بيئة تشجع على التفاعل والحوار بين الموظفين					
2	تشجع الإدارة فرق العمل الجماعي و مختلف الأنشطة الاجتماعية بداخلها					
3	تتبنى الإدارة خطط التدوير الوظيفي عبر الإدارات المختلفة سنويا					
4	تحرص الإدارة على إقامة دورات تدريبية لموظفيها لزيادة المعارف العلمية والعملية					
	البعد الثاني: التجسيد/ الإخراج					
5	تتبنى الإدارة سياسة دعم الأفكار والمقترحات الإبداعية لدى موظفيها					
6	تشجع الإدارة عملية العصف الذهني وتفجير الطاقات والإمكانات لدى موظفيها					
7	تحفز الإدارة الموظفين على تقديم اقتراحات لتحسين مستوى منتجاتها/ تقديم خدماتها					
8	تتبادل الإدارة الأفكار المختلفة مع أصحاب المصالح (العمال،..الخ) أثناء اتخاذ القرار					
	لبعد الثالث: الاستيعاب/ التجميع					
9	تشجع الإدارة عملية الاتصال التفاعلي بينها وبين موظفيها					
10	تعمل الإدارة على تشجيع التعلم المستمر للموظفين وزيادة خبراتهم					

رقم العبارة	العبارات	سلم القياس				
		موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
11	تعمل الإدارة على دمج المعارف القديمة السابقة مع المعارف الجديدة					
12	تعمل الإدارة على نشر المعارف والمهارات الجديدة عبر كامل مستوياتها					
البعد الرابع: التجميع/ الدمج						
13	تقوم الإدارة بتوثيق مختلف الخدمات/ المنتجات التي تقدمها					
14	تشجع الإدارة موظفيها على التعلم من تجارب الآخرين لتحسين معارفهم الشخصية					
15	تستفيد الإدارة من البحوث والتقارير المنشورة لتطوير سياساتها وأهدافها					
16	تتعاون الإدارة مع مراكز بحث خارجية لتطوير معارفها					

المحور الثاني: السلوك الإبداعي

رقم العبارة	العبارات	سلم القياس				
		موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
17	تتوفر لدي قدرة على التفكير السريع في ظروف مختلفة					
18	أملك الشجاعة للقيام بأعمال إبداعية					
19	تتوفر لدي قدرة على إيجاد حلول سريعة لمشاكل العمل					
20	أقوم بعملي بأسلوب متجدد					
21	أستطيع طرح أفكار جديدة لتطوير العمل بسهولة					
22	أطرح أفكار جديدة دون تردد خوفا من فشلها					
23	أكون مستعدا لمواجهة أية مواقف جديدة قد تحدث في بيئة العمل					
24	تشجع الإدارة أي مقترحات ايجابية مقدمة من الآخرين					
25	تشجع الإدارة الأفراد الذين يتجاوزون الروتين					
26	تعمل الإدارة على حث الأفراد وتشجيعهم للتفكير خارج نطاق اختصاصهم					

الملحق رقم (3): الصدق البنائي لأداة الدراسة

1- معامل ارتباط عبارات بعد التنشئة بالدرجة الكلية للبعد

Corrélations

		A1	A2	A3	A4	التنشئة
A1	Corrélation de Pearson	1	,752**	,686**	,652**	,938**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000
	N	45	45	45	45	45
A2	Corrélation de Pearson	,752**	1	,693**	,421**	,862**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,004	,000
	N	45	45	45	45	45
A3	Corrélation de Pearson	,686**	,693**	1	,282	,787**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,061	,000
	N	45	45	45	45	45
A4	Corrélation de Pearson	,652**	,421**	,282	1	,724**
	Sig. (bilatérale)	,000	,004	,061		,000
	N	45	45	45	45	45
التنشئة	Corrélation de Pearson	,938**	,862**	,787**	,724**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	
	N	45	45	45	45	45

**. La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

2- معامل ارتباط عبارات بعد التجسيد بالدرجة الكلية للبعد

Corrélations

		B1	B2	B3	B4	التجسيد
B1	Corrélation de Pearson	1	,527**	,742**	,691**	,900**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000
	N	45	45	45	45	45
B2	Corrélation de Pearson	,527**	1	,382**	,328*	,682**
	Sig. (bilatérale)	,000		,010	,028	,000
	N	45	45	45	45	45
B3	Corrélation de Pearson	,742**	,382**	1	,801**	,879**
	Sig. (bilatérale)	,000	,010		,000	,000
	N	45	45	45	45	45
B4	Corrélation de Pearson	,691**	,328*	,801**	1	,846**
	Sig. (bilatérale)	,000	,028	,000		,000
	N	45	45	45	45	45
التجسيد	Corrélation de Pearson	,900**	,682**	,879**	,846**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	
	N	45	45	45	45	45

**. La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

*. La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

3- معامل ارتباط عبارات بعد الاستيعاب بالدرجة الكلية للبعد

Corrélations

		C1	C2	C3	C4	الاستيعاب
C1	Corrélation de Pearson	1	,772**	,681**	,728**	,902**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000
	N	45	45	45	45	45
C2	Corrélation de Pearson	,772**	1	,650**	,622**	,859**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,000
	N	45	45	45	45	45
C3	Corrélation de Pearson	,681**	,650**	1	,760**	,879**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,000
	N	45	45	45	45	45
C4	Corrélation de Pearson	,728**	,622**	,760**	1	,885**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,000
	N	45	45	45	45	45
الاستيعاب	Corrélation de Pearson	,902**	,859**	,879**	,885**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	
	N	45	45	45	45	45

**. La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

4- معامل ارتباط عبارات بعد التجميع بالدرجة الكلية للبعد

Corrélations

		D1	D2	D3	D4	التجميع
D1	Corrélation de Pearson	1	,276	,625**	,353*	,713**
	Sig. (bilatérale)		,066	,000	,017	,000
	N	45	45	45	45	45
D2	Corrélation de Pearson	,276	1	,382**	,467**	,718**
	Sig. (bilatérale)	,066		,010	,001	,000
	N	45	45	45	45	45
D3	Corrélation de Pearson	,625**	,382**	1	,586**	,843**
	Sig. (bilatérale)	,000	,010		,000	,000
	N	45	45	45	45	45
D4	Corrélation de Pearson	,353*	,467**	,586**	1	,786**
	Sig. (bilatérale)	,017	,001	,000		,000
	N	45	45	45	45	45
التجميع	Corrélation de Pearson	,713**	,718**	,843**	,786**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	
	N	45	45	45	45	45

**. La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

*. La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

5- معامل ارتباط أبعاد توليد المعرفة بالدرجة الكلية للمحور

Corrélations

		التنشئة	التجسيد	الاستيعاب	التجميع	المعرفة_توليد_محور
التنشئة	Corrélation de Pearson	1	,665**	,616**	,342*	,798**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,021	,000
	N	45	45	45	45	45
التجسيد	Corrélation de Pearson	,665**	1	,742**	,634**	,893**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,000
	N	45	45	45	45	45
الاستيعاب	Corrélation de Pearson	,616**	,742**	1	,708**	,913**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,000
	N	45	45	45	45	45
التجميع	Corrélation de Pearson	,342*	,634**	,708**	1	,772**
	Sig. (bilatérale)	,021	,000	,000		,000
	N	45	45	45	45	45
المعرفة_توليد_محور	Corrélation de Pearson	,798**	,893**	,913**	,772**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	
	N	45	45	45	45	45

**. La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

*. La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

6- معامل ارتباط عبارات السلوك الإبداعي بالدرجة الكلية للمحور

Corrélations

		E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	محور_السلوك الابداعي
E1	Corrélation de Pearson	1	,540**	,504**	,739**	,440**	,270	,216	,181	,421**	,539**	,745**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,003	,072	,155	,234	,004	,000	,000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
E2	Corrélation de Pearson	,540**	1	,531**	,574**	,579**	,433**	,520**	,281	,417**	,331*	,786**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,000	,003	,000	,061	,004	,026	,000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
E3	Corrélation de Pearson	,504**	,531**	1	,352*	,499**	,315*	,293	,417**	,101	,345*	,637**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,018	,000	,035	,051	,004	,510	,020	,000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
E4	Corrélation de Pearson	,739**	,574**	,352*	1	,590**	,390**	,524**	,077	,260	,431**	,759**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,018		,000	,008	,000	,614	,084	,003	,000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
E5	Corrélation de Pearson	,440**	,579**	,499**	,590**	1	,629**	,449**	,347*	,009	,110	,690**
	Sig. (bilatérale)	,003	,000	,000	,000		,000	,002	,019	,955	,473	,000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
E6	Corrélation de Pearson	,270	,433**	,315*	,390**	,629**	1	,582**	,312*	,284	,107	,642**
	Sig. (bilatérale)	,072	,003	,035	,008	,000		,000	,037	,059	,486	,000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
E7	Corrélation de Pearson	,216	,520**	,293	,524**	,449**	,582**	1	,098	,269	,409**	,654**
	Sig. (bilatérale)	,155	,000	,051	,000	,002	,000		,522	,074	,005	,000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
E8	Corrélation de Pearson	,181	,281	,417**	,077	,347*	,312*	,098	1	,496**	,239	,518**
	Sig. (bilatérale)	,234	,061	,004	,614	,019	,037	,522		,001	,114	,000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
E9	Corrélation de Pearson	,421**	,417**	,101	,260	,009	,284	,269	,496**	1	,388**	,570**
	Sig. (bilatérale)	,004	,004	,510	,084	,955	,059	,074	,001		,008	,000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
E10	Corrélation de Pearson	,539**	,331*	,345*	,431**	,110	,107	,409**	,239	,388**	1	,603**
	Sig. (bilatérale)	,000	,026	,020	,003	,473	,486	,005	,114	,008		,000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
محور_السلوك الابداعي	Corrélation de Pearson	,745**	,786**	,637**	,759**	,690**	,642**	,654**	,518**	,570**	,603**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45

**. La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

*. La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

الملحق رقم (4): نتائج معامل الثبات ألفا كرونباخ

معامل ثبات محور توليد المعرفة

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,929	16

معامل ثبات محور السلوك الإبداعي

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,855	10

معامل الثبات الكلي

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,905	26

الملحق رقم (5): نتائج توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	28	62,2	62,2	62,2
	أنثى	17	37,8	37,8	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

السن

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنة 30 من أقل	7	15,6	15,6	15,6
	سنة 39 إلى 30 من	25	55,6	55,6	71,1
	سنة 49 إلى 40 من	11	24,4	24,4	95,6
	فوق فما سنة 50	2	4,4	4,4	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

العلمي_المؤهل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سامي تقني	18	40,0	40,0	40,0
	ليسانس	22	48,9	48,9	88,9
	ماجستير	5	11,1	11,1	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

المهنية_الخبرة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنوات 5 من أقل	5	11,1	11,1	11,1
	سنوات 9 إلى 5 من	18	40,0	40,0	51,1
	سنة 14 إلى 10 من	15	33,3	33,3	84,4
	فأكثر سنة 15	7	15,6	15,6	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

الوظيفي_المستوى

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	إطار	15	33,3	33,3	33,3
	تحكم عون	17	37,8	37,8	71,1
	تنفيذ عون	13	28,9	28,9	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

الملحق رقم (6): نتائج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد ومحاور الدراسة

1- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد التنشئة

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
A1	45	3,29	1,254
A2	45	3,04	1,167
A3	45	3,24	1,026
A4	45	3,62	1,193
التنشئة	45	3,3000	,96324
N valide (liste)	45		

2- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد التجسيد

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
B1	45	3,11	1,005
B2	45	2,80	,944
B3	45	3,13	,894
B4	45	3,13	,894
التجسيد	45	3,0444	,77292
N valide (liste)	45		

3- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد الاستيعاب

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
C1	45	2,93	1,116
C2	45	2,84	1,043
C3	45	3,49	1,121
C4	45	3,24	1,111
الاستيعاب	45	3,1278	,96769
N valide (liste)	45		

4- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد التجميع

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
D1	45	3,20	,869
D2	45	3,51	1,079
D3	45	3,20	1,014
D4	45	2,91	,949
التجميع	45	3,2056	,74865
N valide (liste)	45		

5- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور توليد المعرفة

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
التنشئة	45	3,3000	,96324
التجسيد	45	3,0444	,77292
الاستيعاب	45	3,1278	,96769
التجميع	45	3,2056	,74865
المعرفة_توليد_محور	45	3,1694	,72992
N valide (liste)	45		

الملحق رقم (7): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

Statistiques descriptives

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistiques	Statistiques	Erreur std.	Statistiques	Erreur std.
التنشئة	45	-,564	,354	-,694	,695
التجسيد	45	-,174	,354	-,351	,695
الاستيعاب	45	-,078	,354	-1,035	,695
التجميع	45	-,331	,354	-,625	,695
الابداعي_السلوك_محور	45	-,694	,354	,768	,695
N valide (liste)	45				

الملحق رقم (8): نتائج اختبار فرضيات الدراسة

1- نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,336[a]	,113	,024	,61457

a. Prédicteurs : (Constante), الاستيعاب, التجسيد, التنشئة, التجميع

ANOVA[a]

Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	1,924	4	,481	1,274	,296[b]
	Résidu	15,108	40	,378		
	Total	17,032	44			

a. Variable dépendante : الابداعي_السلوك_محور

b. Prédicteurs : (Constante), الاستيعاب, التجسيد, التنشئة, التجميع

2- نتائج اختبار الفرضيات الفرعية

Coefficients[a]

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2,733	,467		5,858	,000
	التنشئة	-,048	,139	-,075	-,349	,729
	التجسيد	,351	,206	,436	1,705	,096
	الاستيعاب	-,166	,172	-,258	-,967	,339
	التجميع	,114	,188	,137	,603	,550

a. Variable dépendante : الابداعي_السلوك_محور

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من أثر توليد المعرفة بأبعادها (التنشئة، التجسيد، الاستيعاب، التجميع) في تنمية السلوك الإبداعي لدى العاملين بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية، وتم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، والذي تم توزيعه على عينة عشوائية بسيطة حجمها (45) عامل، في حين تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) من أجل تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتوليد المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي في المؤسسة محل الدراسة، وأن الأبعاد الخاصة بتوليد المعرفة (التنشئة، التجسيد، الاستيعاب، التجميع) ليس لها أثر على المتغير التابع المتمثل في السلوك الإبداعي

الكلمات المفتاحية: توليد المعرفة، السلوك الإبداعي، التنشئة، التجسيد، الاستيعاب، التجميع.

Abstract:

This study aimed to identify the impact of knowledge generation in its dimensions (Socialisation, externalisation, Internalisation, combination) in developing the creative behavior of workers at the sanitary ceramics establishment in El Milia, and the questionnaire was relied on as a data collection tool, wich was distributed to a simple random sample size of (45) workers, in the statistical package for social science (SPSS) program was used to analyse the data and test the study hypothess.

The study concluded that there is no statistically significant effect of generating knowledge in devloping creative behavior in the institution under study, and that the dimensions of knowledge generation (Socialisation, externalisation, Internalisation, combination) have no effect on the dependent variable represented in creative behavior.

Keywords: knowledge generation, creative behavior, Socialisation, externalisation, Internalisation, combination.