

دور عملیات إدارة المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي لدى القيادات الجامعية
(دراسة تحليلية لآراء عينة من أعضاء مجالس الكليات في جامعة صلاح الدين/ اربيل)
(PP. 99-110)

احلام ابراهيم ولي
كلية الادارة والاقتصاد/جامعة صلاح الدين/ اربيل
ibrahemahlam@yahoo.com

لانا احمد الدباغ
كلية الادارة والاقتصاد/جامعة صلاح الدين/ اربيل
lanadabag@yahoo.com

سميرة علي ابراهيم
Samira75n@yahoo.com

تاریخ الاستلام: ۲۰۱۴/۰۳/۰۶
تاریخ القبول: ۲۰۱۴/۰۶/۲۳

الملخص

يهدف البحث إلى تحديد دور عمليات إدارة المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي على مستوى عينة البحث منطلقاً من نموذج افتراضياً يأخذ بنظر الإعتبار طبيعة العلاقات وأبعادها بين متغيرات البحث المتمثلة بعمليات إدارة المعرفة (التوليد، الخزن، التوزيع، التطبيق) والسلوك الإبداعي التي تشمل (الإتصالات وإتخاذ القرار والتغيير). واسترشاداً بهذا النموذج تم بناء فرضيتين رئيسيتين تنبئق منها مجموعة من الفرضيات الفرعية وإختبار الفرضيات تم الإعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية وتوصل البحث إلى استنتاجات مهمة منها إثبات فرضياته واقتراح مجموعة من التوصيات التي تركز على دول عمليات إدارة المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي.

المقدمة

تبدو إدارة المعرفة لمن يتأملها لأول وهلة تركيباً مرتبكاً ومتداخلاً ومعقداً حيث ساهم تعدد وتنوع المفاهيم إلى زيادة درجة الارتباك، تعد إدارة المعرفة ركيزة رئيسية لنجاح المنظمات ومدخلا لتوليد الأنشطة الإبداعية المتعددة.

عليه اتفق أغلبية الباحثين والمتخصصين في حقل المعرفة على اهميتها لكونها عملية تضم مراحل متتالية من العمليات تبدأ بالحصول على المعرفة مروراً بخزنها وتوزيعها واستخدامها. وتهتم إدارة المعرفة باستغلال الموارد المعرفية بكافة أشكالها على النحو الامثل لكونها تمثل العمود الفقري لأنشطة المنظمة والمادة الأساسية للعديد من قراراتها من جانب وبالأساليب الممارسات والسلوكيات الإدارية المبدعة من جانب آخر.

فهي تتوجه وبشكل ملحوظ إلى تحفيز وتنمية عوامل الإبداع، بل وتؤثر في الإبداع وأطر نظامه، عليه فإن كثيراً من الممارسات الإدارية ينتج عنها ممارسات إبداعية تعمل في مجموعها على المحافظة على الموارد المعرفية وتعزيز حالة الإبداع والتفوق.

إن إدارة المعرفة لا تؤثر على جانب واحد فحسب وإنما لها تأثيراتها الواسعة والتي تشمل الأفراد والوسائل والاستراتيجيات والإبداعات وفي كافة أشكال السلوك التنظيمي بما تلائم وأهداف الإدارة وطموحاتها. وبناء على ما سبق يتناول هذا البحث أربعة مباحث يتناول الأول مفهوم إدارة المعرفة وعملياتها الجوهرية والسلوك الإبداعي وعناصره، ويتضمن المبحث الثاني منهجية البحث، أما الثالث فيتضمن وصف المتغيرات البحث وتشخيصها وتحليل العلاقات، فيما يتضمن المبحث الرابع أهم الاستنتاجات والتوصيات.

أولاً: إدارة المعرفة

* المفهوم

تعد المعرفة من الموضوعات القديمة والجديدة، إذ درج الباحثون والكتاب على تناول هذا الموضوع منذ فترة طويلة، ولكن الاهتمام الجاد بإدارة المعرفة يعد جديداً إذ تعد الأعوام القليلة الماضية وعلى وجه التحديد مطلع التسعينات من القرن الماضي وإلى الآن فترة الاهتمام العلمي بإدارة المعرفة.

وتعرف إدارة المعرفة على كونها مجموعة من المداخل والعمليات الواضحة والمحددة على نحو جيد تهدف إلى اكتشاف وظائف المعرفة الإيجابية منها والسلبية وفي مختلف أنواع العمليات وإدارتها، وتحديد المنتجات أو الاستراتيجيات الجديدة وتعزيز إدارة الموارد البشرية وتحقيق عدد آخر من الأهداف الأخرى المرغوب فيها (wiig,1993:20).

ويشير إليها (الكبيسي، ۲۰۰۲، ۵۹) بوصفها إستخلاص المعرفة على كونها استخلاص المعرفة من الأفراد وتحليلها وتشكيلها وتطويرها إلى وثائق ليسهل على الآخرين فهمها وتطبيقها، وتمثل إدارة المنظمة باتجاه التجديد المستمر لقاعدة معرفتها، مما يعني تكوين البنية الداعمة للمنظمة وتقديم التسهيلات لأفرادها من أجل انتشار المعرفة (Bertel, 2002:2).

وهناك من عرف إدارة المعرفة على كونها الإدارة المنهجية والواضحة للمعرفة العلمية وما يرتبط بها من عمليات بناء وجمع وتنظيم ونشر وتكوين واستعمال واستثمار المعلومات لغرض الوصول إلى اهداف المنظمة (Skyrme, 2002:2).

وفي ذات السياق يؤكد (HompeI, 2000:7) على تمثيل إدارة المعرفة بحزمة من أنشطة استقطاب وامتلاك وتنسيق ونشر وتكوين وابتكار المعرفة واستخدامها لتحسين أنشطة الأعمال الأساسية من خلال الأفراد، فرق العمل وعبر المجالات الوظيفية والتنظيمية.

ووفق منظور مغاير ينظر لإدارة المعرفة بوصفها استخدام المعرفة والخبرات والكفايات الكلية المتاحة داخلياً وخارجياً أمام المنظمة متى وكلما تطلب الأمر ذلك (Horder and Fearnley, 1997:25).

وتعرف إدارة المعرفة بكونها العمليات والأنشطة التي تساعد المنظمات على توليد المعرفة والحصول عليها واختيارها واستخدامها وتنظيمها ونشرها، والعمل على تحويل المعرفة (بما تتضمن من بيانات ومعلومات وخبرات وقدرات) إلى منتجات (سلع وخدمات) واستخدام مخرجات إدارة المعرفة في صناعة القرارات وحل المشكلات ورسم عمليات التعلم وبناء منظومة متكاملة للتخطيط الاستراتيجي (الزامل: ٢٠٠٢: ٥).

وعرفت على كونها تلك العمليات النظامية لإيجاد المعلومات واستحصالتها، وتنظيمها وتنقيتها وعرضها بطريقة تحسن قدرات الفرد العامل في المنظمة في مجال عمله وتساعد المنظمة في الحصول على الفهم العميق من خلال خبراتها الذاتية، فضلاً عن أنها تساعد في تركيز الاهتمام على استحصالي وخرن واستخدام المعرفة لحل المشكلات ولتخطيط الاستراتيجي وصناعة القرارات وتسهم في حماية الموارد الذهنية من الاندثار وتضيف إلى ذكاء المنظمة ويتيح مرونة أكبر في الإبداع والابتكار. (الصباغ: ٢٠٠٣: ٧).

ويلاحظ من خلال ما سبق من المفاهيم عدم وجود مفهوم موحد أو متفق عليه لإرادة المعرفة، إلا أن غالبية المفاهيم السابقة ركزت على العمليات الأساسية لإدارة المعرفة من حيث التوليد والتفاسم والحزن والتطبيق، وبناءا عليه يمكن تعريف إدارة المعرفة على كونها منظومة من العمليات المنطقية التي تهدف إلى توليد أو استقطاب المعرفة وتنقيتها وخرن واستخدامها في تغيير سلوك العاملين إلى سلوك إبداعي يسهم في إيجاد قيمة للأعمال وتوليد الميزة التنافسية :

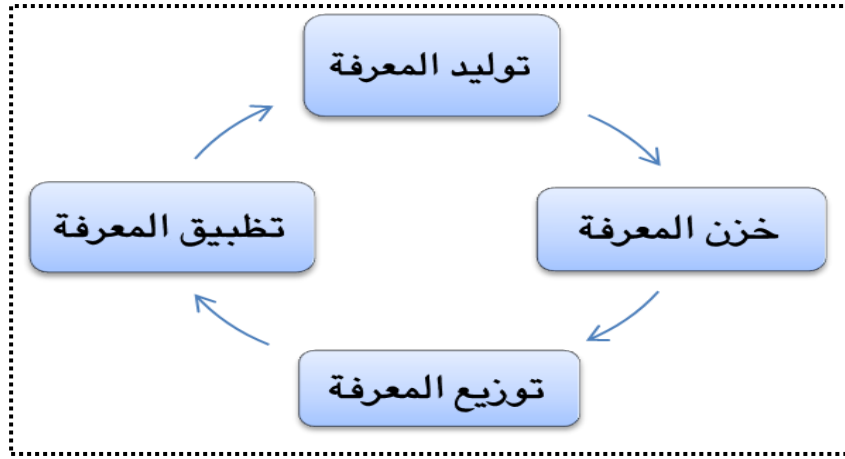
* عمليات إدارة المعرفة

أشار أغلب الباحثين في حقل إدارة المعرفة على كونها عملية إذ أن توافر المعلومات والبيانات لا تكون ذات قيمة مالم يتم إغنائها من خلال عمليات مختلفة لتفسيرها وجعلها أكثر منفعة

وهناك عدة نماذج تصف عمليات إدارة المعرفة منها ما جاء به (Heisig, 2001,15) من أن العمليات الجوهرية لإدارة المعرفة تتكون من توليد المعرفة وخرن وتوزيعها ثم تطبيقها.

ويميل البحث الحالي إلى تبني العمليات الأربعة الذكر لكونها الأشمل من بين كافة النماذج وعلى النحو الآتي.

الشكل (١) العمليات الرئيسية لإدارة المعرفة



المصدر: الكبيسي، صلاح الدين عواد كريم، ٢٠٠٢ إدارة المعرفة وإثرها في الإبداع التنظيمي - دراسة تطبيقية- أطروحة دكتورا غير منشورة، الجامعة المستنصرية، ص٦٨

١- توليد المعرفة Generating Knowledge

بموجب هذه العملية تسعى المنظمة للحصول على المعرفة من مختلف مصادرها الخارجية والداخلية .

وهناك من يوضح بأنه يمكن توليد المعرفة من خلال عدد من العمليات التي تمتد بين تحدي الإبداع وبين البحث والتنقيب، إذ أن المعرفة التي يتم اكتشافها من خلال حل المشكلة والتجريب يمكن أن تكون الأكثر قيمة للمنظمة (Mertins, 2002, 33).

هناك من يشير إلى أن عملية توليد المعرفة المنظمة يجب ان يفهم على أنها عملية توسيع المعرفة التي تم توليدها من قبل الأفراد العاملين وبورتها على مستوى الجماعة من خلال الحوار، والمحادثة والتشارك في الخبرة (Nonaka and Takeuchi, 1995, 11) وتعد المعرفة الضمنية التي يحملها الأفراد الأساس في عملية توليد المعرفة المنظمة من خلال تراكم المعرفة الضمنية على المستوى الفردي وتوسيعها بتطبيق الأنماط الأربعة من عملية تحويل المعرفة كالآتي:

- ١- التثنية: تحويل المعرفة الضمنية إلى معرفة ضمنية .
- ٢- التجسيد: تحويل المعرفة الضمنية إلى معرفة ظاهرة .

٣- التركيب : تحويل الظاهرة إلى معرفة ظاهرة .

٤- التذويب : تحويل المعرفة الظاهرة إلى معرفة ضمنية .

وتمثل المعرفة الظاهرة المعرفة الرسمية النظامية التي يمكن تصنيفها وتداولها وتميرها إلى الآخرين بالوثائق أو المستندات أو بالتعليمات العامة، فيما توصف المعرفة الضمنية بكونها صعبة التداول أو التدوين فهي تستند إلى الخبرة الشخصية، وقواعد التجربة العلمية والبداهة والحكم وتشمل الخبرة المهنية والتجربة والمهارة الفردية والحلول الخلاقة التي يصعب إيصالها وتميرها إلى الآخرين .

الشكل (٢) انماط تحويل المعرفة

| | |
|---------|---------|
| التجسيد | التنشئة |
| التركيب | التذويب |

معرفة ظاهر
من
معرفة ضمنية

Source: Nonaka, I. and Takeuchi, H. 1995, The knowledge creating company . How Japanese companies create the dynamics of innovation "New York, University press, Oxford. P.66

٢- خزن المعرفة Storage of Knowledge

يعد تخزين المعرفة و استرجاعها عنصرا هاما من عناصر إدارة المعرفة إذ أنها تسهم في الحفاظ على المعرفة من التسرب والفقدان .

ويشار إلى عملية خزن المعرفة بالذاكرة التنظيمية لتضمنها المعلومات التي يعمل بموجبها الأفراد، فضلا عن المعرفة المتوافرة في نظم وهياكل المنظمة وقد يكون للذاكرة التنظيمية تأثيرات في السلوك والأداء التنظيمي إذ أن خبرات التغيير التنظيمي في الماضي تجعل من السهل تنفيذ برامج التغيير الحالية و تسهم في إعادة تطبيق حلول عملية بشكل متقن وإجراءات محددة من شأنها تجنب اهدار الوقت في تكرار الأعمال .

في حين قد تكون للذاكرة التنظيمية تأثيرات سلبية تتمثل بالتمسك بالماضي والمحافظة على الوضع الراهن الذي من شأنه تكريس ثقافة تنظيمية مناهضة للتغيير .

٣- توزيع المعرفة Knowledge Distribution

تشير عملية توزيع المعرفة إلى نقل المعرفة والتشارك بها، وتعد من العمليات الرئيسية لإدارة المعرفة ، إذ إنها تمثل الخطوة الحاسمة نحو تحقيق عملية التشارك في المعرفة داخل المنظمة .

تمثل عملية نقل المعرفة المرحلة الأولى من عملية توزيع المعرفة حيث تعني بإيصال المعرفة المناسبة إلى الشخص المناسب في الوقت المناسب وضمن الشكل المناسب وبالتكلفة المناسبة (Coffee, 2000, 42) وتعد عملية نقل المعرفة ذو أهمية استثنائية في عصر الثورة المعلوماتية . فضلا عن مساهمتها في تنظيم عملية التوليد، إذ أن المعرفة المتولدة تفقد قيمتها مالم يتم نقلها داخل المنظمة .

ويشير (Martins, 2002, 38) إلى أشكال نقل المعرفة والتي تتخذ إحدى الأنماط الآتية :

* الشكل المقصود

يتم نقل المعرفة بشكل مقصود داخل المنظمة من خلال الاتصالات الفردية المبرمجة بين الأفراد أو من خلال الأساليب المكتوبة كالمذكرات و التقارير والنشرات الدورية، فضلا عن نقل المعرفة من خلال استخدام الأشرطة الصوتية وعقد الدورات الداخلية وبرامج التدريب و تدوير الأعمال الوظيفية بين الأفراد العاملين .

* الشكل غير المقصود

ويعنى إن تنتقل المعرفة بشكل تلقائي طوعي داخل المنظمة من خلال الشبكات غير الرسمية والقصص والأساطير، وعلى الرغم من تعدد أشكال نقل المعرفة والوسائل المستخدمة، إلا أن جميعها تسهم في تشارك الأفراد العاملين في المعرفة المتوافرة والاستفادة منها .

وتجدر الإشارة إلى ضرورة تبني المنظمات أساليب القيادة المعاصرة وإيجاد بنية منظمة أفقية تتبع سياسة الباب المفتوح، وتمكن من تدفق المعرفة وتنظر إلى التحفيز على أنه العنصر الأساس في عملية التشارك والتعليم .

٤- تطبيق المعرفة (Knowledge Application)

يقصد بتطبيق المعرفة جعلها أكثر ملائمة للاستخدام في تنفيذ أنشطة المنظمة وأكثر ارتباطا بالمهام التي تقوم بها . إن الإدارة الناجحة للمعرفة قادرة على استخدام المعرفة المتوافرة في الوقت المناسب ودون أن تفقد استثمار فرصة توافرها لتحقيق ميزة تنافسية أو لحل مشكلة قائمة (الكبيسي 2002, 76) وتشير الكثير من الأدبيات بشكل ضمني إلى التطبيق

المعرفة عند مناقشتها لتخزين المعرفة وتقاسمها وليس على أساس كونها عملية منفصلة وأهم آليات تطبيق المعرفة تتمثل في التوجيهات والمكونة من مجموعة محددة من القواعد والإجراءات الخاصة بتحويل المعرفة الضمنية إلى معرفة ظاهرة.

ثانيا: السلوك الإبداعي

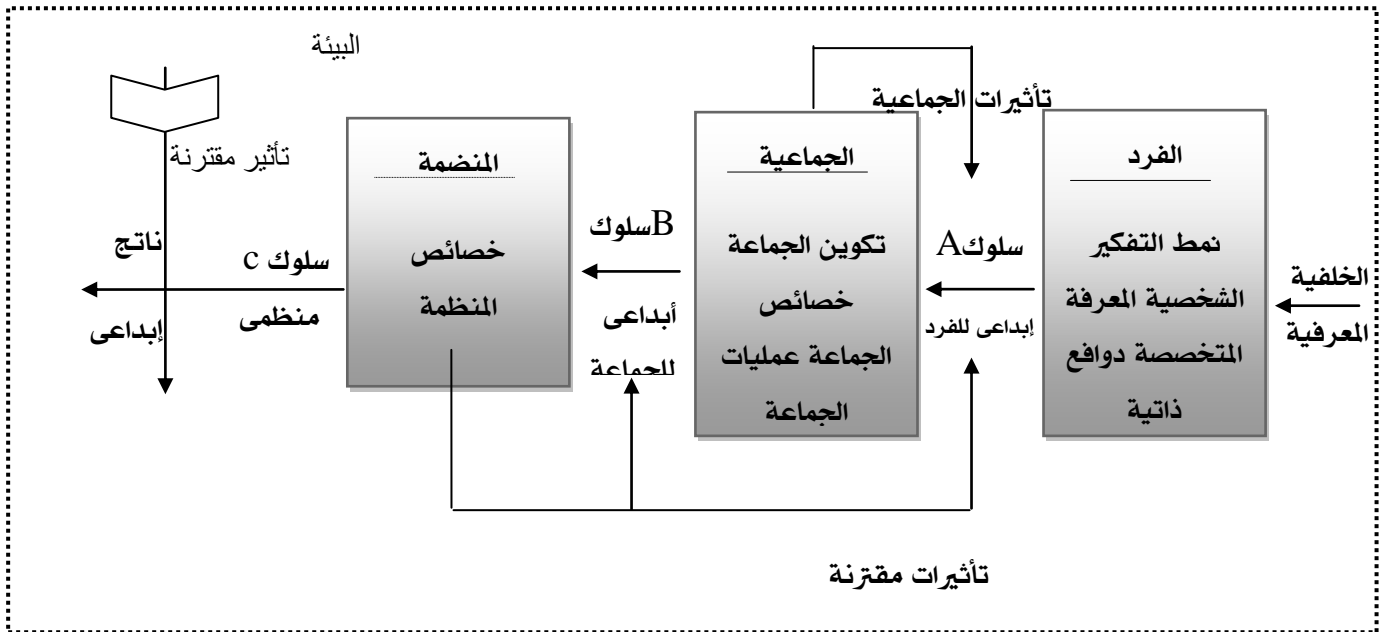
هناك نوع من الاختلاف القائم بين الإبداع و السلوك الإبداعي اعتمادا على إسهامات و آراء الباحثين، إذا نرى إن صفات (الميزة) الإبداع مزروعة لدينا جميعا حيث نشعر إننا قادرين على إطلاقها ولكن يعتمد ذلك على الطريقة التي نشعر بها إزاء المنظمة والبيئة التي تعمل فيها (Syrett & Lammiman, 2002,39) أما (Steiner) يصف السلوك الإبداعي من خلال قرارات الفرد أو الجماعة أو المنظمة الإبداعية، وان هذه القرارات يجب أن تأخذ لتتمكن تلك الجهات من تقديم ناتج جديد وذكر خصائص الفرد المبدع من خلال قدراته على توليد أفكار غير اعتيادية بسرعة مناسبة، وقدرته على تقويم المعلومات واندفاعه للبحث عن حلول للمشكلات ، فضلا عن انعكاسه في التحليل والاكتشاف والاستقلالية وغيرها من الخصائص الفردية (Khandawallu, 1997,553).

وصنف (Guilford) القدرات الإبداعية بالسرعة والأصالة والمرونة التلقائية، والقدرة على التحليل والتركيب، وإعادة التجديد (القريوتي ١٩٩٨: ٣٠٤، والسامري، ١٩٩٩: ٦٤).

إن الأفراد المبدعون في المنظمة هم أفراد يحظون بمقدرة عالية وقادرين على التأثير في سياسات المنظمة ولديهم القوة في الحصول على المعلومات المطلوبة، ويشغلون مراكز عالية تربط شبكة الاتصالات الداخلية للمنظمة بالمصادر الخارجية للمعلومات، و بمراكز وظيفية أعلى في السلم الهرمي كلما أصبحوا مبدعون ناجحين .

ويعرف السلوك الإبداعي بأنه، دالة الخلفية المعرفية، ونمط القدرات الفكرية، الشخصية المعرفة المتخصصة، الدوافع الذاتية، وتشير إلى التأثيرات الجماعية وتأثيرات البيئة المقترنة، ويمكن توضيح التفاعل بين السلوك الإبداعي على المستويات الثلاث الفرد والجماعة والمنظمة بالشكل (٣):

(الشكل ٣) التفاعل القائم بين السلوك والناتج الأبداعي داخل المنظمة



المصدر: مصطفى، شعيب إبراهيم (١٩٩٨) اثر المعرفة الثقافية على السلوك الإبداعي لمستوى أداء بعض المنظمات الصناعية دراسة ميدانية أطروحة دكتوراه فلسفة في إدارة الأعمال غير المنشورة، جامعة الموصل ص: ٢٥.

وبلاحظ في الشكل (٣) إن السلوك الإبداعي (B) يتحول إلى الإبداع فعلي متى ما توافرت الميزات الخارجية للتأثيرات الاجتماعية و المقترنة، فالتأثيرات الاجتماعية للسلوك الإبداعي للفرد داخل المنظمة تأتي من جماعة العمل أما التأثيرات المقترنة الأخرى للسلوك الإبداعي للفرد أم للجماعة تأتي من المنظمة متمثلة بقراراتها وسياساتها و إجراءاتها، فضلا عن خصائصها، ويظهر الناتج الإبداعي للمنظمة من إثارة السلوك الإبداعي لها بفعل التأثيرات المقترنة المتأتبة من البيئة الخارجية .

واستخدم (تايبه وآخرون، ٢٠٠٠، ٣٧) المؤشرات التي اعتمدها Okeel كإبعاد للإبداع وتشكل القدرات الإبداعية ليس الإبداع كناتج، ومن أبعاد الإبداع هي (١- القدرة على حل المشكلات ٢- صنع القرار ٣- القدرة على التغيير ٤- القدرة على المجازفة ٥- سعة الإتصالات ٦- تشجيع الإبداع).

منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث وأهميته وأهدافه

على الرغم من كون المعرفة والإدارة المعرفة تعد جوهر عمليات المنظمات بشكل عام والجامعات بشكل خاص إلا أن القصور في تبني عمليات إدارة المعرفة لازالت واضحة بشكل كبير لاسيما في كليات جامعة صلاح الدين وهذا ما اتضح الباحثين من خلال عملهم كاعضاء هيئة تدريسية في هذه الجامعة فضلا عن عدم وضوح دور هذه العمليات في تعزيز السلوك الإبداعي، وبهذا تتجسد مشكلة البحث بوجود قصور في عمليات إدارة المعرفة من جهة وضمورها في تنمية السلوك الإبداعي للقيادات الجامعية من جهة أخرى.

ويمكن تجسيد مشكلة البحث في طرح التساؤلات الآتية

- ١- هل تمتلك عينة البحث تصوراً واضحاً عن عمليات إدارة المعرفة ودورها في تنمية السلوك الإبداعي لدى القيادات الجامعية؟
- ٢- ما طبيعة علاقة الإرتباط والأثر بين كل من عمليات إدارة المعرفة والسلوك الإبداعي؟
- ٣- ما العناصر التي تعتمد عليها المنظمات مجتمع البحث لعمليات إدارة المعرفة.
- ٤- هل هناك عدم إدراك أو اهتمام بعمليات إدارة المعرفة لدى أعضاء المجالس بكليات جامعة صلاح الدين.

هدف البحث

يسعى البحث إلى تحديد دور عمليات إدارة المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي لدى القيادات الجامعية وتشخيصها وإظهارها على مستوى عينة البحث.

ويهدف البحث الى تحقيق الآتي:

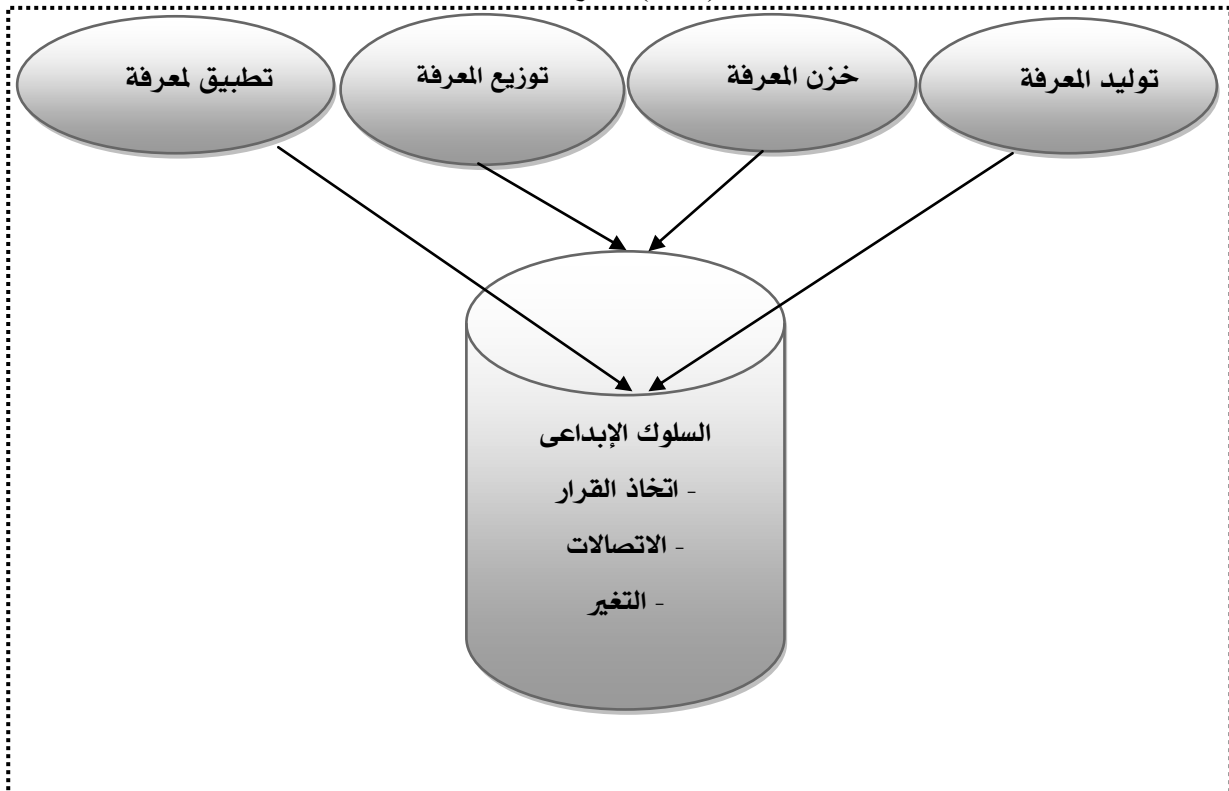
- ١- تحديد المضامين والدلالات النظرية والعملية لعمليات إدارة المعرفة بالنسبة للقيادات الجامعية وذلك في تعظيم قدرتهم على الإبداع.
- ٢- وصف عمليات إدارة المعرفة وتشخيصها لعينة البحث.
- ٣- دراسة العلاقة والأثر بين عمليات إدارة المعرفة والسلوك الإبداعي

ثانياً: أنموذج البحث وفرضياته:

أنموذج البحث:

لغرض تحقيق اهداف البحث تطلب الأمر صياغة أنموذج افتراضي يأخذ بنظر الإعتبار طبيعة العلاقات بين متغيرات البحث.

(شكل ٤) أنموذج البحث



فرضیات البحث

ینبثق من النموذج البحث الفرضیات الاتية

الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقات ارتباط معنوية بين عمليات إدارة المعرفة والسلوك الإبداعي. وتنبثق عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

- ۱- توجد علاقة ارتباط معنوية بين توليد المعرفة والسلوك الإبداعي.
- ۲- توجد علاقة ارتباط معنوية بين خزن المعرفة والسلوك الإبداعي.
- ۳- توجد علاقة ارتباط معنوية بين توزيع المعرفة والسلوك الإبداعي.
- ۴- توجد علاقة ارتباط معنوية بين تطبيق المعرفة والسلوك الإبداعي.

الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير معنوي لعمليات إدارة المعرفة في السلوك الإبداعي وتنبثق عنها الفرضيات الآتية:

- ۱- وجود تأثير معنوي لتوليد المعرفة في السلوك الإبداعي.
- ۲- وجود تأثير معنوي لخزن المعرفة في السلوك الإبداعي.
- ۳- وجود تأثير معنوي لتوزيع المعرفة في السلوك الإبداعي.
- ۴- وجود تأثير معنوي لتطبيق المعرفة في السلوك الإبداعي.

ثالثا: اساليب جمع البيانات والتحليل الإحصائي

تم الإعتماد على عدة اساليب لجمع البيانات ذات الصلة بموضوع البحث لغرض اختيار صحة الفرضيات وكالاتي:

- ۱- الكتب والدوريات العربية والأجنبية، فضلا عن الاستفادة من خدمة الأنترنت.
- ۲- استمارة الإستبانة، اذ صممت على وفق ما جاء في الجانب النظري الخاص بموضوع البحث والأدبيات المتعلقة. واشتملت الإستبانة على ثلاثة أجزاء تضمن الأول على المعلومات العامة والثاني تضمن المقاييس الخاصة لعمليات إدارة المعرفة في حين شمل الثالث مقياس السلوك الإبداعي، وقد استخدمت مقياس ليكرت الثلاثي للإجابة على فقرات الإستبانة، وتمت الإستعانة بمجموعة من الأساليب الإحصائية من أجل اختيار فرضيات البحث كالنسب المئوية والتكرارات والأوساط الحسابية والإنحرافات المعيارية، فضلا عن استخدام الارتباط البسيط والإنحدار الخطي البسيط والمتعدد.

اولا: وصف مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث بالقياديين من عمداء ورؤساء الاقسام ومعاوني العمداء في كافة كليات جامعة صلاح الدين والبالغه عددهم (۲۲۰) فردا عاملين في ثلاثة عشرة كلية وبواقع (۱۳) عميدا و (۱۳) معاون عميد و (۱۹۴) رئيسا للاقسام العلمية. اما عينة البحث فتمثل ب(۳۳) فردا اي بنسبة (۱۵%) من المجتمع المبحوث وتم اختيار عينة عشوائية وتم توزيع استمارات الاستبانة عليهم واستحصالها بالكامل وكانت كافة الاستمارات صالحة للتحليل ان نسبة الاستجابة من قبل عينة البحث بلغت ۱۰۰%.

الجدول (۱) توزيع القيايين حسب الجنس (ذكر، أنثى)

| الجنس | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| ذكر | ۳۰ | ۹۰.۹ |
| انثى | ۳ | ۹.۱ |
| المجموع | ۳۳ | ۱۰۰ |

جدول (۱) يوضح توزيع القيايين حسب الجنس (ذكر، أنثى)، حيث تبين بأن الغالبية (۹۰.۹%) هم من الذكور و (۹.۱%) هم من الأناث، وذلك لتكليف الذكور بالمناصب الادارية بنسبة اكبر من الاناث في الجامعة المبحوثة.

الجدول (۲) توزيع القيايين حسب العمر

| الفئات العمرية | التكرار | النسبة المئوية |
|----------------|---------|----------------|
| ۳۹-۳۰ | ۵ | ۱۵.۲ |
| ۴۹-۴۰ | ۱۰ | ۳۰.۳ |
| ۵۹-۵۰ | ۷ | ۲۱.۲ |
| ۵۹-۵۱ | ۳ | ۹.۱ |
| ۶۹-۶۰ | ۱ | ۳ |
| المجموع | ۲۶ | ۷۸.۸ |
| المفقود | ۷ | ۲۱.۲ |
| المجموع | ۳۳ | ۱۰۰ |

جدول (۲) يوضح توزيع القيايين حسب العمر، بأن غالبية (۳۰.۳%) هم من الفئة العمر (۴۰ - ۴۹).



الجدول (۳) التوزيع القيادي حسب التحصيل العلمي

| المؤهل العلمي | تكرار | نسبة مئوية |
|---------------|-------|------------|
| ماجستير | ۹ | ۲۷.۳ |
| دكتوراه | ۲۴ | ۷۲.۷ |
| المجموع | ۳۳ | ۱۰۰.۰ |

جدول (۳) يوضح التوزيع القيادي حسب التحصيل العلمي، يتبين من الجدول بأن (۷۲.۷%) هم من حملة شهادة دكتورا حيث يمثلون غالبية العينة.

الجدول (۴) توزيع القياديين حسب التخصص

| التخصص | تكرار | نسبة مئوية |
|------------------|-------|------------|
| إدارة | ۳ | ۹.۷ |
| أداب | ۵ | ۱۵.۲ |
| إعلام | ۱ | ۳ |
| اقتصاد | ۱ | ۳ |
| الموارد الطبيعية | ۱ | ۳ |
| تاريخ | ۲ | ۶.۷ |
| جوغرافيا | ۱ | ۳ |
| جيولوجي | ۱ | ۳ |
| حضارة | ۱ | ۳ |
| علوم سياسة | ۲ | ۶.۷ |
| فسلجة | ۱ | ۳ |
| فيزياء | ۱ | ۳ |
| قانون | ۳ | ۹.۷ |
| كيمياء | ۲ | ۶.۷ |
| محاسبة | ۴ | ۱۲.۷ |
| المجموع | ۳۳ | ۱۰۰ |

جدول (۴) يوضح توزيع القياديين حسب التخصص، يتبين من الجدول بأن الأكثرية هم من اختصاص أداب، اذ بلغت (۱۵.۲%).

الجدول (۵) توزيع القياديين حسب الموقع الوظيفي

| الموقع الوظيفي | التكرار | النسبة المئوية |
|----------------|---------|----------------|
| رئيس قسم | ۲۱ | ۶۳.۶ |
| معاون العميد | ۵ | ۱۵.۱ |
| العميد | ۶ | ۱۸.۲ |
| المجموع | ۳۲ | ۹۷ |
| المفقود | ۱ | ۳ |
| المجموع | ۳۳ | ۱۰۰ |

جدول (۵) يوضح توزيع القياديين حسب الموقع الوظيفي، يتبين من الجدول بأن غالبية القياديين (۶۳.۶%) هم من رؤساء الأقسام.

الجدول (۶) توزيع القياديين حسب سنوات الخدمة في الجامعة

| سنوات الخدمة | التكرار | النسبة المئوية |
|--------------|---------|----------------|
| ۹-۷ | ۷ | ۲۱.۲ |
| ۱۹-۱۰ | ۱۷ | ۵۱.۵ |
| ۲۹-۲۰ | ۵ | ۱۵.۲ |
| ۳۹-۳۰ | ۴ | ۱۲.۷ |
| المجموع | ۳۳ | ۱۰۰ |

جدول (۶) يوضح توزيع القياديين حسب سنوات الخدمة في الجامعة، تبين بأن غالبية القياديين (۵۱.۵%) لديهم سنوات خدمة تتراوح بين (۱۰ - ۱۹) سنة.



الجدول (۷) توزیع القیادیین حسب سنوات الخدمة فی المنصب الحالي

| النسبه المئوية | التكرار | سنوات الخدمة فی المنصب الحالي |
|----------------|---------|-------------------------------|
| ۹۳.۹ | ۳۱ | ۵-۱ |
| ۶.۱ | ۲ | ۱۰-۶ |
| ۱۰۰ | ۳۳ | المجموع |

جدول (۷) یوضح توزیع القیادیین حسب. یتبین بأن الاكثريه من القیادیین (۹۳.۹%) لهم سنوات خدمة تتراوح بين (۱ - ۵) سنة فی المنصب الحالي.

وصف متغيرات البحث وتشخيصها وتحليل العلاقات

یرکز هذا المبحث على وصف متغيرات البحث واختبار صحة فرضياته الموضوعه وعلى النحو الآتي:

أولاً: وصف متغيرات البحث:

يشمل هذا الجزء وصفا لعناصر المتغيرین الرئيسین للبحث (عمليات إدارة المعرفة والسلوك الإبداعي) وعلى النحو الآتي:

۱- وصف عناصر بعد عمليات إدارة المعرفة

تشير معطيات الجدول (۸) إلى التوزيعات التكرارية وقيم الوسط الحسابي والانحراف المعياري لتوليد المعرفة اذ أن (۶۸.۷۰%) من المبحوثین غير متفقین مع عناصر هذا العامل وبوسط حسابي (۲.۲) وانحراف معياري (۰.۵) في حين تعكس معطيات الجدول إلى عدم اتفاق (۷۷.۷۱%) على عناصر خزن المعرفة وبوسط حسابي (۲.۶) وبدلالة الانحراف المعياري (۰.۶). فيما كانت نسبة عدم الاتفاق آراء المبحوثین حول توزيع المعرفة (۸۳.۸%) وبوسط حسابي وانحراف معياري (۲.۷)، (۰.۴) على التوالي، وكانت (۴۶.۱%) من الإجابات غير متفقه حول تطبيق المعرفة بوسط حسابي (۲.۶) وانحراف معياري (۰.۶).

الجدول (۸) التوزيع التكراري والنسب المئوية وقيم الوسط الحسابي و الانحراف المعياري و معامل الاختلاف لإجابات أفراد عينة البحث بصدد عمليات إدارة المعرفة

| المتغيرات | اتفق | | محايد | | لااتفق | | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | معامل الاختلاف |
|---|-------|------|-------|------|--------|------|---------------|-------------------|----------------|
| | ۱ | | ۲ | | ۳ | | | | |
| | العدد | % | العدد | % | العدد | % | | | |
| X1 | ۳ | ۹.۱ | ۱۵ | ۴۵.۵ | ۱۵ | ۴۵.۵ | ۲.۳۶ | ۰.۶۵ | ۲۷.۶۳ |
| X2 | ۱ | ۳ | ۵ | ۱۵.۲ | ۲۷ | ۸۱.۸ | ۲.۷۹ | ۰.۴۸ | ۱۷.۳۸ |
| X3 | ۲ | ۶.۱ | ۵ | ۱۵.۲ | ۲۶ | ۷۸.۸ | ۲.۷۳ | ۰.۵۷ | ۲۱.۰۵ |
| - | - | ۶ | - | - | - | - | ۲.۲۶ | ۰.۵۶ | ۲۱.۹ |
| X4 | ۱ | ۳ | ۲ | ۶.۱ | ۳۰ | ۹۰.۹ | ۲.۸۸ | ۰.۴۲ | ۱۴.۴ |
| X5 | ۵ | ۱۵.۲ | ۸ | ۲۴.۲ | ۲۰ | ۶۰.۶ | ۲.۴۵ | ۰.۷۵ | ۳۰.۷ |
| X6 | ۳ | ۹.۱ | ۳ | ۹.۱ | ۲۷ | ۸۱.۸ | ۲.۷۳ | ۰.۶۳ | ۲۲.۹ |
| - | - | ۹.۱ | - | - | - | - | ۲.۶۸ | ۰.۶ | ۲۲.۶ |
| X7 | ۰ | ۰ | ۳ | ۹.۱ | ۳۰ | ۹۰.۹ | ۲.۹۱ | ۰.۲۹ | ۱۰.۱ |
| X8 | ۲ | ۶.۱ | ۳ | ۹.۱ | ۲۷ | ۸۱.۸ | ۲.۷۰ | ۰.۵۵ | ۲۰.۴ |
| X9 | ۳ | ۹.۱ | ۴ | ۱۲.۱ | ۲۶ | ۷۸.۸ | ۲.۷۰ | ۰.۶۴ | ۲۳.۶ |
| - | - | ۵.۱ | - | - | - | - | ۲.۷۷ | ۰.۴۹ | ۱۸.۸ |
| X10 | ۳ | ۹.۱ | ۱۵ | ۴۵.۵ | ۱۵ | ۴۵.۵ | ۲.۳۶ | ۰.۶۵ | ۲۷.۶ |
| X11 | ۲ | ۶.۱ | ۸ | ۲۴.۲ | ۲۳ | ۷۰.۷ | ۲.۶۴ | ۰.۶ | ۲۲.۸ |
| X12 | ۳ | ۹.۱ | ۰ | ۰ | ۳ | ۹.۱ | ۲.۸۲ | ۰.۵۸ | ۲۰.۷ |
| - | - | ۷.۱ | - | - | - | - | ۲.۶۰ | ۰.۶۱ | ۲۳.۷ |
| الوسط والانحراف والعوامل الإختلاف العام | | | | | | | ۲.۶ | ۰.۵۷ | ۲۱.۶ |

(N=33)



۲- وصف عناصر متغير السلوك الإبداعي

يشير الجدول (۹) إلى (۷۸.۷%) من آراء المبحوثين عند مستوى لا اتفق بالنسبة لعنصر اتخاذ القرارات وبوسط حسابي (۲.۳) وانحراف معياري ۰.۴، فيما يعكس الجدول (۹۷.۰%) من الإجابات لا يتفق حول عنصر الاتصالات وبوسط حسابي وانحراف معياري (۲.۵) (۰.۲) على التوالي، بينما كانت نسبة الإجابات غير المتفقة لعنصر التغيير (۷۹.۸%) وبوسط حسابي (۲.۴) وانحراف معياري (۰.۳).

الجدول (۹) التوزيع التكرارى والنسب المئوية وقيم الوسط الحسابى والانحراف المعيارى ومعامل الاختلاف لإجابات افراد عينة البحث بصدد الأسلوب الإبداعي

| المتغيرات | اتفق | | محايد | | لا اتفق | | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | معامل الاختلاف % |
|---|-------|------|-------|------|---------|------|---------------|-------------------|------------------|
| | ۱ | | ۲ | | ۳ | | | | |
| | العدد | % | العدد | % | العدد | % | | | |
| X13 | ۱ | ۳ | ۱ | ۳ | ۳۱ | ۹۳.۹ | ۲.۵۹ | ۰.۳ | ۱۴.۸ |
| X14 | ۲ | ۹ | ۱۰ | ۳۰.۳ | ۲۰ | ۶۰.۶ | ۲.۲۴ | ۰.۶ | ۲۹.۷ |
| X15 | ۰ | ۰ | ۶ | ۱۸.۲ | ۲۷ | ۷۸.۸ | ۲.۵۱ | ۰.۳ | ۱۵.۵ |
| | - | ۳.۷ | - | - | - | - | ۲.۳۴ | ۰.۴ | ۲۰ |
| X16 | ۰ | ۰ | ۵ | ۱۵.۲ | ۲۸ | ۸۴.۸ | ۲.۵۴ | ۰.۳ | ۱۴.۳ |
| X17 | ۱ | ۳ | ۲ | ۶.۱ | ۳۰ | ۹۰.۹ | ۲.۵۷ | ۰.۴ | ۱۶.۱ |
| X18 | ۰ | ۰ | ۱ | ۳ | ۳۲ | ۹۷ | ۲.۶۵ | ۰.۱ | ۶.۵ |
| | - | ۱ | - | - | - | - | ۲.۵۸ | ۰.۲ | ۱۲.۳ |
| X19 | ۰ | ۰ | ۱ | ۳ | ۳۲ | ۹۷ | ۲.۶۵ | ۰.۱ | ۶.۵ |
| X20 | ۲ | ۹.۱ | ۱۳ | ۳۹.۴ | ۱۷ | ۵۱.۵ | ۲.۱۶ | ۰.۶ | ۳۰.۶ |
| X21 | ۰ | ۰ | ۳ | ۹.۱ | ۳۰ | ۹۰.۹ | ۲.۵۹ | ۰.۲ | ۱۱.۲ |
| | - | ۳.۰۳ | - | - | - | - | ۲.۴۶ | ۰.۳ | ۱۶.۱ |
| الوسط والانحراف والمعامل الإختلاف العام | | | | | | | ۲.۵ | ۰.۳ | ۱۶.۱ |

(N=33)

ثانيا: اختيار نموذج البحتة وفرضياته

۱- العلاقة بين عمليات إدارة المعرفة والسلوك الإبداعي

يمثل مضمون هذه العلاقة التحقق من صحة الفرضية الأولى والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها التي مفادها وجود علاقة ارتباط معنوية لعمليات إدارة المعرفة والسلوك الإبداعي، اذ عدت عمليات إدارة المعرفة المتغير المستقل فيما مثل السلوك الإبداعي المتغير التابع، وتشير معطيات الجدول (۱۰) إلى عدم وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين اتخاذ القرار وكل متغيرات عمليات إدارة المعرفة حيث كانت معاملات الارتباط تتراوح بين (۰.۱۶) و (۰.۲۷۰) كما ويشير الجدول إلى عدم وجود علاقة ارتباط معنوية بين كل من الاتصالات وعمليات إدارة المعرفة اذ كانت معاملات الارتباط تتراوح بين (۰.۰۲) و (۰.۱۷).

أما بالنسبة للتغيير فإن النتائج تشير إلى عدم وجود ارتباط معنوي بينها وبين أية عملية من عمليات إدارة المعرفة حيث كانت معاملات الارتباط تتراوح بين (۰.۰۶) و (۰.۱۷۳) ولا توفر هذه النتائج دعما كافيا لإثبات صحة الفرضية الأولى والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها وهذا يعني:

- عدم تركيز القيادات الجامعية في الكليات المبحوثة على عمليات إدارة المعرفة وبما تتلاءم مع تنمية السلوك الإبداعي.
- عدم امتلاك أو إدراك القيادات الجامعية تصورا واضحا بالكليات المبحوثة عن عمليات إدارة المعرفة، وتعد ذلك المشكلة الكبرى لأن كليات الجامعة أخرج من غيرها إلى معرفة مضامين المعرفة وأدائها وعلاقتها بالسلوك الإبداعي.



الجدول (۱۰) علاقات الارتباط بين عمليات إدارة المعرفة و السلوك الابداعي

| عمليات إدارة المعرفة / السلوك لإبداعي | توليد المعرفة | خزن المعرفة | توزيع المعرفة | تطبيق المعرفة |
|---------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| اتخاذ القرار | ۰.۲۳۹ ۰.۱۸۱ ۳۳ | ۰.۱۶۱ ۰.۳۷ ۳۳ | ۰.۲۱۸ ۰.۲۲۳ ۳۳ | ۰.۲۷ ۰.۱۲۸ ۳۳ |
| الاتصالات | ۰.۱۷۳ ۰.۳۳۴ ۳۳ | ۰.۰۴۱ ۰.۸۲۰ ۳۳ | ۰.۰۲۳ ۰.۹۰۱ ۳۳ | ۰.۰۴۸ ۰.۷۹۴ ۳۳ |
| التغيير | ۰.۱۷۳ ۰.۳۳۴ ۳۳ | ۰.۰۶۹ ۰.۷۰۱ ۳۳ | ۰.۱۱۸ ۰.۵۱۳ ۳۳ | ۰.۰۹۳ ۰.۶۰۵ ۳۳ |

۲-تأثير عمليات إدارة في السلوك الإبداعي

يمثل مضمون هذا التأثير التحقق من الفرضية الرئيسية الثانية والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها والتي تنص على وجود تأثير معنوي لعمليات ادارة المعرفة في السلوك الإبداعي، وتوضع نتائج الإختبار تحليل الانحدار الجدول (۱۱) إلى عدم وجود تأثير معنوي لعمليات إدارة المعرفة في السلوك الإبداعي في الميدان المبحوث، إذ أن قيمة (F) المحسوبه (۰.۳۹۷) أقل من قيمة (F) الجدولية وعند مستوى معنوية (۰.۰۵) و(۰.۰۱). وهذه النتائج لا توفر دعما كافيا لإثبات صحة الفرضية الثابتة.

الجدول (۱۱) نتائج تحليل الانحدار لقياس تأثير عمليات إدارة المعرفة في السلوك الإبداعي

| | Sum of square | dF | Mean square | F | Sig | R2 |
|------------|---------------|----|-------------|-------|-------|------|
| Regression | ۰.۰۰۹ | ۱ | ۰.۰۰۹ | ۰.۳۹۷ | ۰.۵۳۳ | ۰.۱۶ |
| Residual | ۰.۷۰۸ | ۳۱ | ۰.۲۳ | | | |
| Total | ۰.۷۱۷ | ۳۱ | | | | |

الإستنتاجات والمقترحات

أولاً: الإستنتاجات

في ضوء نتائج البحث توصل إلى استنتاجات الآتية:

- تشير النتائج إلى امتلاك غالبية عينة البحث مؤهلا دراسيا عاليا وخبرة إدارية وعلمية طويلة في الكليات المبحوثة تساعدهم على أداء أعمالهم وهذا يعكس حجم المعرفة التي يمتلكونها، على الرغم من ذلك لم يكونوا على إدارك أهمية إدارة المعرفة ودورها في السلوك الإبداعي.
- على الرغم من حصول موضوع عمليات إدارة المعرفة على اهتمام من قبل المفكرين والباحثين كأساس للإبداع إلا أنها لم تحظى باهتمام الكافي وفقاً لنتائج البحث إذ اظهرت النتائج الاحصائية مستوى ضعيفا في الميدان المبحوث.
- عدم وجود علاقة ارتباط بين عمليات إدارة المعرفة والسلوك الإبداعي في الميدان المبحوث.
- عدم وجود تأثير لعمليات إدارة المعرفة في السلوك الإبداعي وبينت نتائج الدراسة عدم توظيف الكليات المبحوثة لعمليات إدارة المعرفة في تنمية السلوك الإبداعي ويعزى السبب في إن كليات جامعة صلاح الدين ما تزال تلتزم طريقها في حقل إدارة المعرفة.

ثانياً: المقترحات

إستنادا الى الاستنتاجات التي تمخضت عن البحث تم وضع المقترحات الآتية:

- إيلاء إدارة المعرفة مفهوما وفوائدا المزيد من الإهتمام وتوظيفه على مستوى الكليات المبحوثة لغرض تطوير القابليات الإبداعية لدى القادة الجامعيين.
- التركيز على عملية توزيع المعرفة واعتماد الأساليب اللازمة للمشاركة كالتدريب لرفع مستوى استخدام مبادئ إدارة المعرفة.
- تشجيع القيادات الجامعية على استخدام تقنيات الحديثة التي تساعد على تنفيذ مبادرات إدارة المعرفة.
- ضرورة قيام الكليات بإعادة صياغة استراتيجياتها وسياساتها وبما يسهل توظيف إدارة المعرفة في أعمالها.



- ۵- ضرورة اشراك العمءاء ورؤساء الأقسام في عملية التشارك في المعرفة بقصد تعزيز الجهود اللازمة إلى إدراك إدارة المعرفة بجميع أبعادها.
- ۶- انشاء هيئة جامعية تعني بشؤون إدارة المعرفة وتتلخص مهمتها برسم السياسات العامة المتعلقة بإطلاق مبادرات إدارة المعرفة في مختلف الكليات.
- ۷- ضرورة قيام إدارة الجامعات في الإقليم بإحداث أنظمة المكافآت والتعويضات التي من شأنها العمل على تشجيع توليد المعرفة ونقلها وانتشارها فيها وتوظيفها.

المصادر

۱- المصادر العربية

- ۱- الجاوشلي، سعد هادي، ۲۰۰۴، أثر نوعية حياة العمل على الإبداع، دراسة ميدانية في جامعة صلاح الدين، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة صلاح الدين.
- ۲- الزامل، ريم، ۲۰۰۳، إدارة المعرفة لمجتمع قادر على المعرفة، مجلة العالم الرقمي، المجلد (۷) العدد (۱۶) القاهرة.
- ۳- السامرائي، سلوى هاني عبدالجبار، ۱۹۹۹، الإبداع التقني وبعض العوامل المؤثرة فيه، دراسة ميدانية لأراء عينة من مدراء قطاع الصناعي، أطروحة دكتوراه غير منشورة في إدارة الأعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
- ۴- الصباغ، عماد عبدالوهاب، ۲۰۰۳، إدارة المعرفة ودورها في إرساء أسس مجتمع المعلومات العربي، المجلة العربية للمعلومات، المجلد (۲۳)، العدد (۲)، تونس.
- ۵- القريوني، محمد قاسم، ۱۹۹۸، السلوك التنظيمي، ط۱، دائرة المكتبات والوثائق الوطنية، عمان، ۲۰۰۱.
- ۶- الكبيسي، صلاح الدين عواد كريم، ۲۰۰۲، إدارة المعرفة وأثرها في الإبداع التنظيمي، دراسة تطبيقية أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية.
- ۷- مصطفى، شعيب ابراهيم، ۱۹۹۸، أثر المعرفة الثقافية على سلوك الإبداعي في مستوى أداء بعض المنظمات الصناعية، دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه فلسفية في إدارة الأعمال غير المنشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.

۲- المصادر الأنجليزية:

- 1- Coffee, p.2000 " what is knowledge Management ", Business week, Vo 1.17, Issue.43.
- 2- Heisig, R.A, 2001 " knowledge Management ". Journal, O/D. Vol.27, Issue2,.
- 3- Hempel, R. 1996 "Benchmarking knowledge Management, strategy and leadership, Journal of Nursing Leadership, 15(1), 18-2
- 4- Horder and Fearnley, 1997 " The relationship between knowledge Management and organization culture and examination of cultural factors that support the flow and management of knowledge, University of Oregon , USA.
- 5- Khandwalla, P.N. , 1997 "The design of the organization", Harcurt Brace, Jovonvoich, Inc, New York.
- 6- Mertins, K 2002 " knowledge Management: Best practice in Europe" , springer- verlag Berlin Heidelberg, New york.
- 7- Nonaka, I. And Takeuchi, H. 1995 " The knowledge creating Company. How Japanese companies create the dynamics of innovation" New york, Ny university press, Oxford.
- 8- Skyrme, morey, 2002 " Skills for new managers, USA, Mc Graw Hill.
- 9- Syrett, Micher and Lammiman, 2002. "The innovative individual", 1st edition wiley company UK.
- 10- Wiig, Kari M., 1993 " knowledge Management foundation thinking about thinking / How people and organization create, represent and use knowledge USA Schema press.



رۆلی کرداره به‌رئوه‌به‌ره‌کانی زانیاریه‌کانی له پهره‌پیدانی رهفتاری داهیتان شیکردنه‌وه‌یه‌که له ڤاوه‌رگرتنی بژاردیه‌ک له پسهپۆرانی ژماره‌یه‌ک له کۆلیژه‌کانی زانکۆی سه‌لاحه‌دین – هه‌ولیر

پوخته

ئامانج له‌م توێژینه‌وه‌یه دیاری کردنی رۆلی کرداره به‌رئوه‌به‌ره‌کانی زانیاریه‌کان له پهره‌پیدانی رهفتاری داهیتان له‌سه‌ر ئاستی بژاردی توێژینه‌وه‌یه‌که له سۆنگه‌ی وه‌رگرتنی مۆدیلێک که‌وا ره‌چاوی سروشتی په‌یوه‌ندییه‌کان و ره‌ه‌نده‌کانی بکات له نێوان گۆرانکارییه‌کانی توێژینه‌وه‌یه‌که که خۆیان ده‌نوێنن له کرداره به‌رئوه‌به‌ره‌کانی زانیاریه‌کانی (په‌یداکردن، ئاخنین، دابه‌شکردنی پراکتیکی) رهفتاری داهیتان که‌وا گه‌یاندنه‌کان و وه‌رگرتنی بریاری و گۆران) ده‌گرته‌وه.

به‌پێی ئه‌م مۆدیلێ دوو گریمانی سه‌ره‌کی بنیات نراوه‌که‌وا کۆمه‌لیک له گریمانی لقیه‌کان (لاوه‌کی) لێ داده‌تراشیت وه‌ بۆ تاقی کردنه‌وه‌ی گریمانه‌کان پشت به‌سه‌راوه‌ به‌ کۆمه‌لیک له شێوازه‌کانی ئاماری توێژینه‌وه‌یه‌که گه‌یشته‌ چه‌ند ئه‌نجامێکی گرنه‌گ له‌وانه سه‌لماندنی گریمانه‌کانی و پێشنیاره‌کانی چه‌نده‌ها پێشنیار که‌وا داکوکی له‌سه‌ر رۆلی کرداره به‌رئوه‌به‌ره‌کانی زانیاریه‌کان ده‌کات سه‌باره‌ت به‌ په‌یداکردنی رهفتاری داهیتان.

Abstract

This research aims at determining the role of knowledge management operation in developing the innovation behavior, According to a sample based on hypothetical type taking into consideration the nature and the variables of the research and their dimensions. This is represented by knowledge management operations, i.e. (generating, storing, distribution and application) the innovation behavior includes the communication, making decision and changing two main hypotheses have been put from which more sub-sectional hypotheses will appear. In order to choose the hypotheses, we depend on a series of statistical methods. The paper concludes some important conclusion which support the hypotheses and some recommendation which concentrate on the role of knowledge management operation in the innovation behavior.