



فصلنامه تحقيقات جديد درعلوم انساني

Human Sciences Research Journal

دوره جدید، شماره سی و چهارم، زمستان ۱٤٠٠، صص ۱۵۵-۱۳۷ New Period. No 34. 2022, p 137-155

شماره شاپا (۲۰۸۲–۲۰۵۸) (۲۰۸۸–۳۵۹۳) ISSN: (2588-3593)



أثر إدارة المعرفة في رفع مستوى الإبداع في المنظمات الفندقية "دراسة ميدانية لعينة من الفنادق العراقية"

د. اكرم عبدالرحمن عبدالكريم
الجامعة المستنصرية
كلية العلوم السياحية – قسم إدارة الفنادق

المستخلص

يهدف البحث الى تحديد مدى ادراك الادارات الفندقية لاهمية نماذج العمل الفندقى الحديث والمتمثلة بادارة المعرفة والإبداع المنظمى، فضلا عن توضيح الدور الذى تلعبه الادارة المعرفية بما تتضمنه من اليات ونماذج ومعايير فى رفع مستوى الابداع التنظيمى فى المنظمات العراقية، كما تبحث الدراسة فى مستوى استيعاب الادارات الفندقية للمتغيرات المذكورة ومدى تبينها ضمن اليات العمل، وشملت عينة البحث ١١٠ من المدراء العاملين فى الفنادق العراقية العاملة ضمن تصنيف (۴ و ۵) نجوم، ومن ابرز نتائج البحث هو ورود عنصر خزن المعرفة فى المرتبة الاولى مما يعنى ان الادارة الفندقية تولى الاهتمام الاكبر بجانب الاحتفاظ بالعناصر المعرفية البشرية والمتميزة بخبرة عالية فضلا عن اهتمامها بالمعلومات والنتاجات المعرفية الخاصة بها مما يرفع من منحنى التعلم الخاص بالادارة والمنظمة على حد سواء، ومن اهم توصيات البحث ضرورة توفير دعم قوى وفعال للعناصر والمبادرات والبرامج الابداعية كاقامة احتفالات سنوية لتكريم المبدعين وتحفيزهم ماديا ومعنويا واقامة المسابقات الابداعية وغيرها من الفعاليات.

الكلمات الدالة: ادارة المعرفة، الابداع المنظمي، القطاع الفندقي العراقي

أَثْرِ إِدارةَ المعرِفةُ في رفع مستوى الإبداع في المنظمات الفندقيةُ " دراسةُ ميدانيةُ لعينةُ من الفنادق العراقيةُ"



New Period, No 34, 2022

Abstract

The research aims to determine the extent of awareness of hotel departments of the importance of business models hospitality and modern of management knowledge and creativity Organizational as well as to clarify the role of knowledge management as contained in the mechanisms and models and standards in raising the level of innovation organization in Iraqi organizations as the study looking at the level of absorption of hotel departments variables mentioned Mdyy identified within the mechanics of work and included the research sample of 110 managers working in the Iraqi hotels operating under the category (4 and 5) stars and the most prominent search results is the receipt of knowledge storage element in the first place which means that the hotel management pay attention to the biggest side of retaining elements human cognitive and distinctive high as well as the experience of their interest in the information and outcomes of knowledge their own raising the curve of your administration learning and organization alike and the most important recommendations of the research need to provide a strong and effective support elements initiatives and programs of creative accommodation annual celebrations to honor the creators and motivate them financially and morally and the establishment of competitions of creative and other of events.

Key Words: knowledge management(KM) ¿Organizational Innovation 'Iraqi Hotels Sector

المبحث الاول: المنهجية اولا- مشكلة البحث

يطرح الباحث المشكلة عبر عدد من التساؤلات التي جاءت صياغاتها كالتالي:

١. هل تمتلك الإدارات العليا في الفنادق العراقية فهما واضحا لماهية ادارة المعرفة وهل تمتلك تلك
الادارات تقييما محددا للمعايير الرئيسية لإدارة المعرفة.

٢. هل ان ادارات المنظمات الفندقية العراقية تتبنى ادارة المعرفة من خلال مصادر ذات طابع معرفى واضح وصريح، أم انها ذات طابع كامن أو ضمنى و هل ان الأقسام العاملة فى هذه الفنادق قادرة على تنفيذ إدارة المعرفة فى برامجها وإجراءاتها وسياساتها الإدارية والتسويقية ؟

 ٣. ماهى حقيقة فهم الادارة الفندقية لمصطلح الابداع المنظمى كمفهوم ادارى ونموذج عمل واستراتيجيات وبرامج؟

بالى اى مدى تسعى الادارة العاملة في القطاع الفندقي العراقي الى رفع مستوى الابداع المنظمي من خلال
تبنى الاليات الادارية المعرفية وفق ظروف العمل الحالية التي تميزت بها السوق الفندقية ؟



New Period, No 34, 2022

ثانيا -أهمية البحث:

تبرز اهمية البحث من كونه يتعامل مع محورين غاية في الاهمية ويحتلان مكانة متميزة في ذهنية الباحثين والمختصين في عالم ادارات المنظمات بشكل عام وفي بيئة العمل الفندقي والسياحي على وجه الخصوص. فالتحول باتجاه دراسات وأبحاث إدارة المعرفة (KM) زاد وتوسع خلال العقدين الماضيين بشكل رئيسي وتكثفت المناقشات حوله خلال السنوات القليلة الماضية. وجاء ذلك مع تعمق ظاهرة القرية العالمية والبروز القوى لظاهرة العولمة المصاحبة لذلك، والانفتاح الشامل وتداعي الحواجز الجمركية وحرية التجارة والاحتكام لعوامل السوق والمنافسة. وتسارعت جهود المؤسسات والشركات في مجالات تطوير إدارة المعرفة لكسب السبق والتميز والريادة من خلال الفكر المبادر والخلاق في أساليب وتطبيقات إدارة المعرفة. وفي نفس الوقت استطاعت العديد من الشركات العالمية العاملة في القطاع الفندقي وعبر رفع مستوى الابداع وفي نفس الوقت استطاعت العديد من الشركات العالمية العاملة من تعزيز قدراتها وقابليتها على المنافسة وتثبيت جذور بقائها في الأسواق العالمية، وذلك يعني بالضرورة حتمية الاهتمام بكل من المحورين والتعرف على جوانبهما النظرية والتطبيقية من قبل كل من الاكاديميين والعاملين في حقل المنظمات السياحية والفندقية في العراق.

ثالثا - الاهداف: يسعى البحث إلى تحقيق:

١. تسليط الضوء على احدث التطورات الأكاديمية التى شهدها موضوع إدارة المعرفة (KM) فى جوانبه المفاهيمية وفى مجالات تطوير النماذج (Paradigms) المعرفية وتطبيقاتها، فضلا عن التعرف على مدى استخدام إدارة المعرفة وتطبيقاتها فى مؤسسات الضيافة وخاصة من قبل الادارة الفندقية فى العراق باعتبارها العمود الفقرى لصناعة السياحة على المستوى الدولى.

٢. بيان الملامح المعرفية والتطبيقية الخاصة بمفهوم الابداع المنظمى وماهى ابرز الاراء العلمية الخاصة بهذا المحور وماهى اهم الاليات والاستراتيجيات والنظريات الخاصة به فى المنظمات الادارية بشكل عام والمنظمات الفندقية على وجه التحديد.

٣. فهم نوعية العلاقة والتاثير الذى يمكن الادارة الفندقية المتبنية لنماذج الادارة المعرفية من رفع مستوى الابداع المنظمى داخل تلك المنظمات من خلال الدراسة الميدانية.

۴. الخروج بعدد من التوصيات التى من شأنها تنبيه الادارات الفندقية العراقية الى ضرورة تبنى الاليات والنماذج العلمية الحديثة التى اضحت السمة الرئيسية التى ميزت السوق الفندقية وعلى رأس تلك الاليات والنماذج هى ادارة المعرفة ونماذج الابداع المنظمى.

أَثْرِ إِدارةَ المعرِفةُ في رفع مستوى الإبداع في المنظمات الفندقيةُ " دراسةُ ميدانيةُ لعينةُ من الفنادق العراقيةُ"

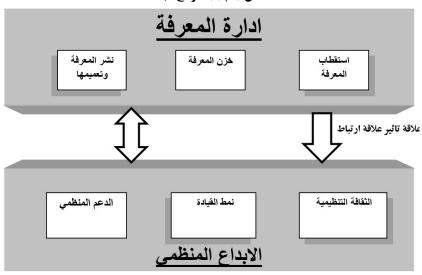


New Period, No 34, 2022

رابعا - انموذج البحث الفرضي:

يتكون انموذج البحث الافتراضى من متغيرين الاول (المستقل) ادارة المعرفة والذى يضم ثلاثة عناصر هى (استقطاب، خزن، نشروتوزيع) المعرفة، اما المتغير الثانى (المعتمد)الابداع المنظمى فيضم (الثقافة التنظيمية و نمط القيادة والدعم المنظمى) والشكل التالى يوضح هذه المتغيرات.

الشكل رقم (١) نموذج البحث



المصدر: الشكل من اعداد الباحث

خامسا - الفرضيات: ويمكن توضيحها في:

 الفرضية الرئيسية الأولى ((توجد علاقة ارتباط بين ادارة المعرفة و الإبداع المنظمى فى المنظمات الفندقية العراقية)) ومنها تنبئق الفرضيات الفرعية التالية:

أ ـ توجد علاقة ارتباط بين استقطاب المعرفة والإبداع المنظمي في المنظمات الفندقية العراقية.

ب- توجد علاقة ارتباط بين خزن المعرفة والإبداع المنظمي في المنظمات الفندقية العراقية.

ج- توجد علاقة ارتباط بين نشر وتوزيع المعرفة والإبداع المنظمي في المنظمات الفندقية العراقية.

٢ - الفرضية الرئيسية الثانية ((توجد علاقة تاثير لادارة المعرفة في رفع مستوى الابداع المنظمي في المنظمات الفرضيات الفرعيات الفرعيات الفرعية التالية: -

أ- توجد علاقة تاثير لاستقطاب المعرفة في مستوى الابداع المنظمي في المنظمات الفندقية العراقية.
ب- توجد علاقة تاثير لخزن المعرفة في مستوى الابداع المنظمي في المنظمات الفندقية العراقية.



New Period, No 34, 2022

ج- توجد علاقة تاثيرلنشروتوزيع المعرفة في مستوى الابداع المنظمي في المنظمات الفندقية العراقية

سادسا - المنهج:

اعتمد الباحث المنهج الوصفى التحليل باعتباره الانسب لطبيعة الدراسة والمتغيرات المبحوثة فضلا عن استخدام اسلوب الاستبانه في الجانب الميداني للبحث.

سابعا - اساليب جمع البيانات:

بهدف الحصول على البيانات اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحث على نوعين من المعلومات، الأولى منها المتمثلة بالجانب النظرى، من خلال الاطلاع على الأدبيات الادارية المتخصصة بمتغيرى الدارسة والدراسات السابقة التي أجريت.

إما النوع الثانى فقد تم المحصول عليها من خلال الدراسة الميدانية وذلك باللجوء إلى استخدام استمارة الاستبانة كأداة رئيسة في جمع البيانات، إذ روعى في صياغتها قدرتها على التشخيص وقياس المتغيرات الرئيسة والفرعية للدراسة وقد اعتمد الباحث في تحديد متغيراتها على العديد من الدراسات والأبحاث، فضلاً عن الاستفادة من الخبراء وذوى التخصص في هذا المجال.

١ - وصف استمارة الاستانة:

اشتملت الاستبانة على ثلاثة محاور رئيسية تضمن المحور الأول المعلومات العامة والتعريفية الخاصة بالأفراد المبحوثين فقد تضمنت (التحصيل الدراسي، سنوات الخدمة، الموقع الذي يشغله، عدد الدورات التدريبية العامة والمتخصصة) ويركز المحور الثاني من الاستبانة على المقاييس المتعلقة بادارة المعرفة والذي تضمن المتغيرات الآتية (استقطاب المعرفة، خزن المعرفة، نشر وتوزيع المعرفة) ويمثل المحور الثالث من الاستبانة مقاييس الابداع المنظمي إذ تضمن المتغيرات الآتية (الثقافة التنظيمية الابداعية ، نمط القيادة، الدعم المنظمي) وفي جميع مقاييس الاستبانة تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي، إذ خصص لكل خيار نقطة، ويعطى الباحث لإجابات المبحوثين درجات (١، ٢، ٣، ٢، ۵) إذا كانت إلاجابات (اتفق بشدة، اتفق، محايد، لا اتفق، لا المناق.

٢- المقايسس المعتمدة: فيما يتعلق بمقايس المتغير المستقل (ادارة المعرفة) تم اعتماد مقياس (الحورى،
٢٠١٢) اما بشان مقياس المتغير المعتمد (الابداع المنظمى)فتم تبنى مقياس (الدورى والعزاوى، ٢٠٠٤)
٣- اختيار صدق الاستبانة:

اجريت عدة إختبارات على إستمارة الإستبيان للتحقق من صدقها وثباتها وعلى النحو الاتي:

أ- اختبار الصدق الظاهري:

لمعرفة الصدق الظاهرى تم توزيع الإستبانة على عدد من الأساتذة المختصين (١٢ أستاذ) في مختلف الاختصاصات الادارية والفندقية وذلك من اجل تقصى أرائهم حول الأسئلة التي تنضمنتها استمارة الاستبيان

أثر إدارة المعرفة فى رفع مستوى الإبداع فى المنظمات الفندقية " دراسة ميدانية لعينة من الفنادة العراقية"



New Period, No 34, 2022

من حيث أبعادها وصياغتها وموازينها. وفى ضوء الملاحظات والمقترحات المقدمة جرى تعديل الإستبانة لتصبح أكثر دقة وتعبيراً عن واقع العمل الإدارى والعلمى. وقد حققت الاستبانة نجاحاً جيداً فى إيصال الأفكار المتوخاة للمبحوثين فى الحصول على استجابات موضوعية.

ب- اختبار صدق المحتوى:

يقصد به قدرة الإستبانة على التعبير عن الهدف الذى صممت من أجله وقد تم اختبار الصدق بعد ترتيب مجاميع الأجوبة عن فقرات المقياس تنازلياً، حيث تم تقسيمها إلى مجموعتين متساويتين. وقد تم أخذ ($^{\prime}$ $^{\prime}$ $^{\prime}$ $^{\prime}$ من أعلى الدرجات و ($^{\prime}$ $^{\prime}$

ج - اختبار ثبات فقرات الإستبانة:

وفيه يتم إثبات كون مقياس الإستبانة يعطى نفس النتائج لو اعيد تطبيقه على مجتمع الدراسة نفسه مرة اخرى ولحساب معامل الثبات فقد إستخدم الباحثان طريقتين وكالاتي:

_ إستخدام معامل الثبات بإستخدام مقياس (Alpha Cronbach) حيث كانت قيمه 6 ، Alpha وهي معامل الثبات بإستخدام مقياس (0. 05) معنوية عند مستوى ثقة (0. 05)

_ تم حساب معامل الثبات باستخدام مقياس (Split) أى التجزئة النصفية، كونه من الأساليب الحديثة والدقيقة. عن طريق إيجاد معامل الإرتباط بين درجات الأسئلة الفردية ودرجات الأسئلة الزوجية وقد كانت قيمته (89 ما) وهو معنوى بمستوى ثقة (0. 05). وعند تصحيح معامل الإرتباط بمعادلة (Brown) كان معامل الإرتباط (93 0.) وهذا يعد كافياً لإعتبار الإستبانة بمقايسها المختلفة ذات ثبات عال ويمكن اعتماده في اوقات مختلفة للأفراد نفسهم وتغطى النتائج نفسها. وحتى عندما تم استخدام مقياس (Alpha) لهذا الغرض وجد أنه معنوى بمستوى ثقة (0. 05) وكان بقيمة (92 0.0)

٢- أساليب التحليل الإحصائي:

من أجل التوصل إلى مؤشرات دقيقة تخدم أهداف الدراسة الحالية واختبار فرضياتها فقد اعتمدت الدراسة على مجموعة من الأدوات الإحصائية، تتمثل في الآتي:

أ- النسب المئوية والتكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لوصف متغيرات الدراسة وتشخيصها وعرض النتائج الأولية ومناقشتها.

ب- معامل ارتباط (بيرسون) Simple Correlationلأغراض قياس قوة العلاقة بين متغيرين، فضلاً عن استخدامه في تحديد الاتساق الداخلي بين فقرات متغيرات الدراسة.

ج- الانحدار الخطى البسيط Simple Regression في قياس التأثير المعنوى للمتغير المستقل في المتغيرات المعتمدة.



New Period, No 34, 2022

د-معامل التحديد (\mathbf{r}^2) والذي بوضح نسبة التغير التي يحدثها المتغير المستقل في المتغير المعتمد. هـ-اختبارات (\mathbf{F} , \mathbf{T}) لقياس العلاقة بين المتغيرات.

ثامنا - حدود الدراسة-:

يمكن تقسيم حدود هذه الدراسة إلى حدود مكانية وحدود زمنية وبشرية:

١- الحدود الزمنية: انحصرت حدود الدراسة في الفترة الزمنية في المدة التي تمت فيها وهي تموز واب
٢٠١٨

٢- الحدود المكانية: انحصرت في المنظمات الفندقية التي تندرج ضمن تصنيف الفنادق الممتازة (الخمس والاربع نجوم) في العراق.

٣- الحدود البشرية: تمثلت الحدود البشرية للدراسة بالأشخاص الذين تم توزيع استمارة الاستبانة عليهم وشملت الافراد الذين يشغلون المواقع الادارية في مجالس الادارة ورئاسة الاقسام في الفنادق الممتازة العراقية وممن يعرفون به (Key Persones) وفيما يلى جدول بالفنادق التي شملتها الدراسة وعدد الاستمارات التي تم توزيعها في كل فندق.

جدول رقم (١) الإطار العام لمجتمع الدراسة وعينتها

عدد الاستبانات	عدد الاستبانات	المحافظة	اسم الفندق التصنيف		ت
المستردة	الموزعة				
14	10	بغداد	۵ نجوم	فلسطين	١
٩	1.	بغداد	۵ نجوم	كرستال جراند (عشتار)	۲
11	۱۲	بغداد	۵ نجوم	الرشيد	٣
11	۱۲	بغداد	۵ نجوم	المنصور	۴
14	10	بغداد	۴ نجوم	بابل	۵
٨	1.	بغداد	۴ نجوم	بغداد	۶
1.	1.	كربلاء	۴ نجوم	كربلاء ريحانة	٧
1.	11	كربلاء	۴ نجوم	سفير كربلاء	٨
1.	1.	النجف	۵ نجوم	مجمع زمزم	٩
14	10	النجف	۵ نجوم	قصر الدر	1.
11.	۱۲۰		1.	المجموع	

المصدر: الجدول من اعداد الباحث

أُدْر إدارة المعرفة في رفع مستوى الإبداع في المنظمات الفندقية " دراسة ميدانية لعينة من الفنادق العراقية"



New Period, No 34, 2022

تاسعا - وصف عينة الدراسة:

اشتملت عينة الدراسة على مجموعة من العاملين في الإدارة والتي تشمل العناوين الوظيفية التالية (مدير عام، عضو مجلس ادارة، مدير مفوض، مدير قسم) وهم ممن يعرفون في الوسط الفندقي بـ(Key Persones) في الفنادق الخمس والاربع نجوم العراقية والبالغ عددها (١٠) فنادق ولقد تم اختيار هذه الشريحة من الفنادق وذلك لاعتبارات عديدة منها ان هذه الفنادق يمكن اعتبارها بيئة جيدة لاختبار متغيرات الدراسة من ناحية العمل الادارى المتميز مقارنة ببقية انواع الفنادق الاخرى، اضافة الى رغبة الادارات العاملة في تحقيق تميز نوعى داخل بيئة العمل الفندقي العراقي من خلال اعتماد المناهج العلمية الحديثة. حيث تم توزيع (١٢٠) استمارة، واتسمت عينة الدراسة وفقاً للبيانات التي قدمها أفرادها من خلال إجاباتهم عن الجزء الأول من استبانة الدراسة الخاصة بهم بالخصائص المبينة بالجداول الآتية:

أ-التحصيل الدراسي:

يتضح من الجدول (٢) إن التحصيل الدراسي لأغلب أفراد العينة هو شهادة البكالوريوس حيث شكلت ما نسبته (٨٠/)، وتليها النسبة (٧٪) لحملة شهادة الدبلوم، في حين شكلت نسبة حملة الشهادات العليا (دكتوراه-ماجستير - دبلوم عالى) من أفراد العينة (١٥٪) لكل منهما.

جدول رقم ٢ توزيع افراد العينة حسب التحصيل العلمي

النسبة المئوية (٪)	التكرار	التحصيل الدراسي
٧، ٢	٨	دبلوم
۸۰	М	بكالوريوس
۶،۳	۴	دبلوم عالى
۶،۴	۵	ماجستير
۶،۴	۵	دكتوراه
1	11.	المجموع

ب- سنوات الخدمة الإجمالية

يتضح من الجدول (٣) أن أغلب أفراد العينة تتراوح مدة خدمتهم بين (١٠-١٣) حيث كانت نسبتهم (٩١، ٨/) وهذا يعكس حجم الخبرة التي تضمها عينة البحث وبالتالي قدرة هذه العينة على فهم اغلب متغيرات الدراسة الفرعية وقدرتها على استيعاب الاسئلة الموجهه بخصوصها، وتلتها نسبة (١٣، ٩/) للذين مدتهم خدمتهم (٥- ٩) سنوات و (١٥ فاكثر)، أما الأفراد الذين مدة خدمتهم اكثر من (١-٩) سنة فكانت نسبهم (١٠، ٩/) وهي النسبة الاقل ضمن عينة الدراسة وذلك بحكم المواقع التي يشغلها افراد العينة.



New Period, No 34, 2022

جدول رقم (٣) توزيع افراد العينة حسب مدة الخدمة

النسبة المئوية (٪)	التكرار	مدة الخدمة في الفندق
٩،١٠	14	4-1
۶،۱۳	10	۹-۵
۸،۶۱	۶۸	14-1.
۶،۱۳	10	١٥-فاكثر
1	11.	المجموع

ج-الموقع الوظيفي:

من خلال الجدول (۴) ادناه يتبين لنا ان عينة البحث توزعت بين الافراد الذين يشغلون موقع المدير العام وكان عددهم (۸)مديرا في حين كان عدد اعضاء مجالس ادارات الفنادق الذين شملتهم الدراسة (۱۲) عضو مجلس ادارة وكانت بقية افراد العينة ممن يشغل موقع مدير قسم والذين يمكن اعتبارهم المحرك الاساسى للعمل الفندقي حيث بلغ عددهم (٩٠) مدير قسم.

جدول رقم (٤) توزيع افراد العينة حسب الموقع الوظيفي

النسبة المئوية (٪)	العدد	الموقع الوظيفي
۴۸	٨	مدير عام
١٠	17	عضو مجلس ادارة
۶۵۱	٩.	مدير قسم
1	11.	المجموع

المبحث الثاني: الاطار النظري

اولا – ادارة المعرفة

 المفهوم: تعددت التعريفات التى اوردها الباحثون ومنها (القدرة على ترجمة المعلومات الى اداء لتحقيق مهمة محددة، او ايجاد شىء محدد وهو مالايتوفر الاعند البشر اصحاب العقول والمهارات الفكرية)
Dermott). 1998:4

٢. اليات ادارة المعرفة: وتشمل (الحوري، ٢٠١٢: ٣٥)

ا. جذب المعرفة: وتعنى شرائها والحصول عليها من كافة المصادر.

أثر إدارة المعرفة فى رفع مستوى الإبداع فى المنظمات الفندقية " دراسة ميدانية لعينة من الفنادة العراقية"



New Period, No 34, 2022

خزن المعرفة: باتت عملية خزن المعرفة والاحتفاظ بها مهمة جدا لا سيما للمنظمات التى تعانى من معدلات عالية لدوران العمل كالفنادق والمنظمات السياحية والتى تعتمد على التوظيف والاستخدام بصيغة العقود المؤقتة والاستشارية لتوليد المعرفة فيها، لأن هؤلاء يأخذون معرفتهم الضمنية غير الموثقة معهم، أما الصريحة فتبقى مخزونة وموثقة في قواعدها، كالذاكرة التنظيمية التى تحتوى على المعرفة الموجودة في أشكال مختلفة بما فيها الوثائق المكتوبة والمعلومات المخزنة في قواعد البيانات الالكترونية

ج. نشر وتوزيع المعرفه: تمثل هذه المرحلة بمثابة المحور التطبيقى فى ادارة المعرفة فالمعرفة بوصفها موجودا تزداد بالاستخدام والمشاركة، وبتبادل الأفكار والخبرات والمهارات بين الأشخاص تنمو وتتعاظم لدى كل منهم، لذا سعت المنظمات إلى تشجيع المشاركة والتطبيق من اجل استغلال العنصر المعرفى، وتشمل عملية نشر توزيع المعرفة على العمليات التالية:التوزيع، النشر، التطبيق، المشاركة، التدفق، النقل والتحريك، ومن أساليب توزيع المعرفة ما يلى:

- _فرق المشروع المتنوعة معرفيا للتوزيع الداخلي.
 - _شبكة المعلومات الداخلية (الانترانت).
- _التدريب من قبل الزملاء القدامي ذوى الخبرة.
 - _ وكلاء المعرفة.
 - _مجتمعات داخلية عبر الوثائق.
- _ فرق الخبرة وحلقات المعرفة وحلقات التعلم.
 - _الندوات، الملتقيات، والمؤتمرات.

ومما سبق يتضح أن أساليب التدريب والحوار تلائم توزيع المعرفة الضمنية، أما المعرفة الظاهرة فيمكن نشرها بالوثائق والنشرات الداخلية والتعلم، والمهم في التوزيع هو ضمان وصول المعرفة الملائمة إلى الشخص الباحث عنها في الوقت المناسب.

٣- خصوصية المنظمات الفندقية في ادارة المعرفة: تتصف صناعة الضيافة بالعديد من الصفات والسمات التي تجعلها متميزة وبشكل كبير عن بقية النشاطات الانسانية من ابرزها ان هذه المنظمات تخدم اعداد هائلة من الافراد وانها تنتشر في مواقع مختلفة فضلا عن تميز منتجها الاساسي (الخدمة الفندقية) بتنوع هائل من المفرادت اضافة الى انها صناعة تتسم بانها كثيفة راس المال فضلا عن اعتمادها على العنصر البشرى بشكل اساسي كذلك تتسم بارتفاع معدلات دوران العمل وتلعب الموسمية دورا كبيرا في تذبذب منحني الطلب وغيرها من السمات الايجابية والسلبية ، كل ذلك يعني بالضرورة ان يتعامل القائمون على هذه الصناعة مع كم كبير وضخم من المعلومات الخاصة بكل عنصر ومفردة وجزء من اجزاء هذا الحقل. مما يعطى اهمية مضاعفة لادارة المعرفة في تحقيق نجاح اي منظمة ضمن هذه البيئة.



New Period, No 34, 2022

ثانيا - الابداع المنظمي

1. المفهوم: لابد من الاشارة الى انه بحسب اطلاع الباحث على ادبيات موضوع الابداع، هنالك عدد من الاتجاهات الخاصة بتحديد هذا المفهوم فمنهم من عبر عن الابداع مركزا على كونه عملية تمر بمراحل متعددة، ومنهم من يرى الابداع توليد او تبنى افكار جديدة وتطبيقها (1996:40، Clark)، اما النتاج الابداعي فهو المنهج الذي التزم به اصحاب الاتجاه الثالث، واعتمدوا مدخل قدرات الافراد او سماتهم في التفكير الابداعي، والحصول على نتيجة اصيلة (Dudly، 40:1998:194)، وركز اصحاب المدخل الرابع على ان مفهوم الابداع ماهو الا سلوك تعبر عنه المنظمة ويكون جديد على صناعتها او سوقها او بيئتها العامة، وحينها فالمنظمة الاولى التي تقدم منتج جديد تكون (مبدعة)، اما المنظمات التي تقوم بالتغيير نفسه فمقلدة تتغييراً سبقتها اليه منظمة اخرى.

۲. عناصر الابداع: تنوعت الاراء المتعلقة بالعناصر التي تنطوى عليها عملية الابداع داخل المنظمات العاملة وسيتم استعراض العناصر التي تعد مشتركة بين الاراء المختلفة وهي كالتالي، (اللامي و حسين، ٢٠٠٩، ٢٩- ٣٩):

ا. ثقافة المنظمة: تعددت الرؤى النظرية الخاصة بهذا البعد ويرجع ذلك الى سعة مفهوم الثقافة التنظيمية، اذ ان مثل هذا العنصر الادارى المهم والذى شغل حيزا واسعا فى ادبيات البحوث الادارية لابد وان ينطوى على اراء وافكار متنوعة اذا ما اقترن بعنصر الابداع بالتالى يمكن ان نذكر هنا عدد من النقاط التى تشكل جزءا من محاور العمل الادارى التى تتبنها الادارات فيما يخص هذا البعد وهى صياغة هيكل ابداعى من المعتقدات والافكار والاراء التى تؤطر الموروث الحضارى والقيمى للمنظمة الذى يحكم تصرفات وسلوكيات الأفراد ومواقفهم تجاه القضايا الادارية والعملية المختلفة فالثقافة التنظيمية فى المنظمات المبدعة تتمثل فى القيم والمعتقدات والمفاهيم وطرق التفكير المشتركة بين أفراد المنظمة، فهى تنشأ كنتيجة تفاعل ثقافات الافراد والجماعات داخل التنظيم وقطاع المنظمة، والسياسات والقوانين الخاصة بها.

ب. نمط القيادة الابداعية: يعرف نمط القيادة على انه "مجموعة من السمات التي يتسم بها المسؤول في المنظمة، والتي تجعله متميزاً عن غيره في العمل كقائد، بهدف التأثير في المرؤوسين لانجاز أهداف المنظمة "(Vedpuriswar، Vedpuriswar)، 2007، Vedpuriswar).

ت. الدعم المنظمى للابداع: لايمكن لاى منظمة ان توصف بانها مبدعة مالم تتبنى اداراتها منهج العمل الابداعى ولايمكن تحقيق حالة الابداع على المستوى الفردى والمنظمى مالم تكون هنالك ادارة داعمة وبشكل حقيقى لكافة المبادرات الابداعية وفى كافة الانشطة والوظائف.

أثر إدارة المعرفة في رفع مستوى الإبداع في المنظمات الفندقية " دراسة ميدانية لعينة من الفنادق العراقية"



New Period, No 34, 2022

المبحث الثالث - الدراسة الميدانية:

أولا: عرض نتائج استجابات أفراد العينة

لقياس مستوى الاستجابة لأفراد العينة تم تحويل الاجابات على مقياس ليكرت الخماسي الذي يتوزع من أعلى وزن له والذي أعطى(۵) درجات لتمثل حقل الإجابة(أتفق تماما) الى اقل وزن له والذي أعطى(۱) درجة واحدة لتمثل حقل الإجابة(لا أتفق إطلاقا) وبينهما ثلاثة اوزان أخرى هي (۲، ۳، ۴) لتمثل حقول الإجابة (أتفق، محايد، لا أتفق)على الترتيب.

من جانب آخر، اعتمد الوسط الفرضى البالغ(٣) كمعيار لقياس وتقييم الدرجة المتحصل عليها من خلال استجابات افراد العينة، وذلك ضمن التقدير اللفظى لأوزان استمارة الاستبيان الخمس، علما بأن الوسط الفرضى (٣) هو عبارة عن الوسط الحسابى لأوزان المقياس، وفق المعادلة التالية:

وتأسيسا على ما تقدم، سيتم اعطاء الوصف التفصيلي لاستجابات افراد العينة.

أ- عرض نتائج استجابات أفراد العينة حول عناصر ادارة المعرفة: يشير الجدول(۵) ادناه الى الوصف العام لاستجابات أفراد العينة الخاصة بمتغير ادارة المعرفة وعناصره الفرعية ولغرض تحديد الأهمية النسبية لكل عنصر من العناصر المذكورة، وبهدف الوقوف على اولويات اهتمام ادارة المنظمة الفندقية عينة البحث وتحديد العناصر الأكثر تأثيرا وأهمية بالنسبة لأفراد العينة فأن الجدول(۵) يوضح نتائج الترتيب.

جدول(٥) نتائج ترتيب الأهمية النسبية لعناصر ادارة المعرفة

الترتيب النسبي	الوزن المئوى	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	عناصر رأس المال الفكري	ت
الثانى	7. YY .00	1. 44	۴۷ ۳	الاستقطاب	١
الاول	7. 10 .00	۱۸ .۱	۵۳ .۳	الخزن	۲
الثالث	7. 44.04	1.71	45.4	النشر والتوزيع	٣
	% 84 .08	۱۸ .۱	۴۸ .۳	ادارة المعرفة	

المصدر: الجدول من اعداد الباحث

يتضح من الجدول اعلاه ان متغير ادارة المعرفة في المنظمات الفندقية عينة البحث جاء بمتوسط موزون مقداره (٣. ٨٦)، ووزن مئوى(٨٥٪. ٩٤). ومن خلال القيم المذكورة والتي تؤشر ارتفاع متوسط متغير ادارة المعرفة عن الوسط الفرضي بمستوى طفيف

New Period, No 34, 2022

يمكن القول ان الادارة الفندقية العراقية تحتاج وبشكل ملح وضرورى، اذا ماارادت دخول سوق المنافسة الحقيقي وتبنى اليات العمل الفندقي الحديث، الى ان تسعى وبشكل حثيث نحو فهم واعتماد منهج واليات وبرامج الادارة المعرفية الحديثة

ب- عرض نتائج استجابات أفراد العينة حول أبعاد الإبداع المنظمى: يشير الجدول(۶) ادناه الى الوصف العام لاستجابات أفراد العينة الخاصة بمتغير الابداع المنظمى وعناصره الفرعية ولغرض تحديد الأهمية النسبية لكل بعد من الأبعاد المذكورة، وبهدف الوقوف على أولويات اهتمام ادارة المنظمة، وتحديد أى الأبعاد أكثر أهمية بالنسبة لأفراد العينة، فأن الجدول(۶) يوضح نتائج الترتيب.

جدول(٦) نتائج ترتيب الأهمية النسبية لأبعاد الإبداع المنظمي

الترتيب	الوزن المئوي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أبعاد الإبداع المنظمي	ت
الثانى	7. 54 .01	۲.۱	۳۹ .۳	ثقافة الأبداع	١
الأول	7. • • • • • •	۱.۱	۳. ۲۲	نمط القيادة	۲
الثالث	% • A .FA	۲.۱	74.7	الدعم المنظمي	٣
	٩٠٪ ۴۸	۲. ۲	70.7	الإبداع المنظمي الكلي	

المصدر: الجدول من اعداد الباحث

يتضح من النتائج الواردة بالجدول اعلاه، ان الابداع المنظمى فى ادارات الفنادق المبحوثة جاء بمتوسط موزون مقداره (٣. ٣) وهو اعلى من الوسط الفرضى بقليل، وبانحراف معيارى (١. ٢) ووزن مئوى (٨٠٠. ٩٠)، وعلى العموم يمكن القول هناك اهتمام وان كان يوصف بانه محدود من قبل ادارات الفنادق بالإبداع المنظمى مما يستلزم تغيير اسلوبها القيادى نحو تشجيع وتنمية ثقافة الإبداع فيها وتوفير الدعم المنظمى للمبدعين والعمل الابداع.

ثانيا: تحليل واختبار علاقات الارتباط بين متغيري البحث:

تختص هذه الفقرة بقياس علاقات الارتباط بين متغيرى البحث التي تضمنتها الفرضية الرئيسية الأولى، مفادها ((توجد علاقة ارتباط بين المتغير المستقل(ادارة المعرفة) والمتغير المعتمد (الإبداع المنظمي) في المنظمات

أقر إدارة المعرفة فى رفع مستوى الإبداع فى المنظمات الفندقية " دراسة ميدانية لعينة من الفنادة العراقية"



New Period, No 34, 2022

الفندقية العراقية)) وقد تم استخدام معامل الارتبط البسيط من اجل اكتشاف طبيعة العلاقة الواردة في هذه الفرضية، والجدول(٧) يوضح نتائج علاقات الارتباط بين عناصر رأس المال الفكرى والابداع المنظمي.

جدول (٧) نتائج علاقات الارتباط بين ادارة المعرفة والابداع المنظمي

		المتغير المعتمد			
درجة الثقة	مستوى المعنوية	t الجدولية	t المحسوبة	R	المتغير المستقل
۹۵%	۵٪.	7. 767	۳. ۶۴۰	۰، ۹۳	استقطاب المعرفة
99%	17.	۴. ۱۴۵	.19.5	96.0	خزن المعرفة
99%	١٪.	241.4	A99 .9	۹۸،۰	نشر وتوزيع المعرفة
7. 99	١٪.	5·F.F	497.9	۰، ۵۵	المؤشر الكلى

المصدر:الجدول من اعداد الباحث

ومن أجل إعطاء قرار علمي سليم بشان قبول الفرضية الرئيسية الاولى، وبالاعتماد على النتائج الواردة في الجدول(٧)، فان الامر يستلزم اختبار الفرضيات الفرعية المنبثقة منها وكالآتي:

١- اختبار الفرضية الفرعية الأولى (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين استقطاب المعرفة والابداع المنظمي في المنظمات الفندقية العراقية).

يشير الجدول(۷) الى ان هناك علاقة ارتباط معنوية بين استقطاب المعرفة والابداع المنظمى، اذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (۰. ۹۳)، وهى قيمة تعكس وجود علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بمستوى ثقة (۱۵۸)، اذ يعزز هذا الارتباط اهمية استقطاب المعرفة فى الابداع المنظمى فى الفنادق عينة البحث، وهى علاقة ذات دلالة معنوية، مما يؤكد ذلك ان قيمة t المحسوبة بلغت (۳. ۶۴۹) وهى اكبر من قيمة t الجدولية (۲. ۳۵۳) عند مستوى معنوية (۱۵٪)، وبناء على ذلك تقبل الفرضية الفرعية الأولى.

٢- اختبار الفرضية الفرعية الثانية ((توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين عنصر خزن المعرفة والابداع المنظمي في المنظمات الفندقية العراقية)).



New Period, No 34, 2022

يتضح من الجدول (۷) ان هناك علاقة ارتباط معنوية بين خزن المعرفة والابداع المنظمى، اذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما(۰. ۹۶)، وهى قيمة عالية تعنى وجود علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بمستوى ثقة (۹۹٪)، وتدلل هذه العلاقة على انه كلما زاد اهتمام ادارة الفنادق بعنصر خزن المعرفة ادى ذلك الى الارتقاء بمستوى الابداع المنظمى، وهى علاقة ذات دلالة معنوية، اذ بلغت قيمة t المحسوبة(۹. ۹۹) وهى اكبر من قيمة t الجدولية(۲. ۱۹) عند مستوى معنوية(۱٪)، وبناءا على ذلك تقبل الفرضية الفرعية الثانية.

٣- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة ((توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين عنصر نشر وتوزيع المعرفة والابداع المنظمى في المنظمات الفندقية العراقية)).

يظهر الجدول (۷) ان هناك علاقة ارتباط معنوية بين عنصر نشر وتوزيع المعرفة والابداع المنظمي، اذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما(۱۰ . ۹۸)، وهي قيمة تعكس وجود علاقة ايجابية قوية ذات دلالة احصائية بمستوى ثقة (۹۹٪)، وتفسر هذه العلاقة انه كلما زادت وتيرة نشر وتوزيع المعرفة في القطاع الفندقي كلما ادى ذلك الى زيادة قدرة المنظمات العاملة على تحقيق الابداع المنظمي، وهي علاقة ذات دلالة معنوية، اذ بلغت قيمة \mathbf{t} المحسوبة (۹ . ۵۶۶) وهي اكبر من قيمة \mathbf{t} الجدولية (۴ . ۵۴۱) عند مستوى معنوية (۱٪)، وبناءا على ذلك تقبل الفرضة الفرعة الثالثة.

و بما انه تم قبول الفرضيات الفرعية الثلاث المنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى لذا تقبل الفرضية الرئيسية الاولى ((توجد علاقة ارتباط بين المتغير المستقل(ادارة المعرفة) والمتغير المعتمد (الإبداع المنظمى)فى المنظمات الفندقية العراقية))

ثالثا: تحليل واختبار علاقات التاثير بين متغيري البحث:

تتناول هذه الفقرة تحليل علاقات التأثيرلعناصر ادارة المعرفة في الإبداع المنظمي من اجل اختبار الفرضية الرئيسية الثانية ومفادها ((توجد علاقة تاثير للمتغير المستقل (ادارة المعرفة) في رفع مستوى المتغير المعتمد (الابداع المنظمي)في المنظمات الفندقية العراقية)) والجدول(٨) يوضح نتائج العلاقات التأثيرية بين عناصر رأس المال الفكرى والابداع المنظمي.

أثر إدارة المعرفة فى رفع مستوى الإبداع فى المنظمات الفندقية " دراسة ميدانية لعينة من الفنادق العراقية"



New Period, No 34, 2022

جدول(٨) نتائج العلاقات التأثيرية لادارة المعرفة في الابداع المنظمي

	المتغير المعتمد					
المعامل المعياي للانحدار	² r	F الجدولية	F المحسوبة	² X	الثابت	المتغير المستقل
۹۰۳.۰	۸۱۵ .۰	1.10	181 .18	٧٩٠ .٠	۱۰۱ .۱۴	استقطاب المعرفة
981.0	۹۲۳.۰	1 .44	۰۰۳ ۳۶	۰. ۲۲۸	474.1.	خزن المعرفة
۹۸۴.۰	۹۶۸ .۰	1 .44	۰۹. ۵۵۰	۰. ۲۸۸	954.5	نشر وتوزيع المعرفة
۰. ۵۵۹	9.7.	1 .44	414.46	۸۳۳ .۰	۷۴۶ .۱۰	المؤشر الكلى

المصدر:الجدول من اعداد الباحث

من اجل اتخاذ قرار سليم بشأن قبول الفرضية الرئيسية الثانية، وبالاعتماد على النتائج الواردة بالجدول اعلاه، فان الامر يستلزم اختبار الفرضيات الفرعية المنبثقة منها وكالآتي:

١- اختبار الفرضية الفرعية الأولى ((توجد علاقة تاثير لاستقطاب المعرفة في مستوى الابداع المنظمى في المنظمات الفندقة العراقة)).

يتضح من الجدول(Λ) وجود تأثير ذى دلالة احصائية موجبة لعنصر استقطاب المعرفة فى الابداع المنظمى، اذ يؤشر معامل التحديد (\mathbf{r}) ان نسبة الاختلاف المفسر فى الابداع المنظمى بسبب تأثير استقطاب المعرفة لا تقل عن (Λ Λ)، وان النسبة الباقية وهى (Λ Λ) تعود لمتغيرات اخرى غير داخلة فى الانموذج الحالى أو متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها. ويدعم ذلك اختبار Λ اذ بلغت قيمة Λ المحسوبة (Λ Λ)، وهى اكبر من قيمتها الجدولية البالغة (Λ Λ)، عند مستوى معنوية (Λ Λ) أى بدرجة ثقة (Λ Λ). وبناءا على ذلك يمكن القول ان هناك علاقة تأثير معنوية لاستقطاب المعرفة فى الابداع المنظمى، وبذلك يتم قبول الفرضية الفرعية الاولى.

٢- اختبار الفرضية الفرعية الثانية: ((توجد علاقة تاثير لخزن المعرفة في مستوى الابداع المنظمى في المنظمات الفندقية العراقية)).

يظهر الجدول(Λ) ان هناك تأثير ذى دلالة احصائية موجبة لعنصر خزن المعرفة فى الابداع المنظمى. حيث بلغ معامل التفسير بين المتغيرين(Λ , Λ , Λ)، مما يدل على قدرة المتغير المستقل فى تفسير التغير الذى يطرأ على متغير الابداع المنظمى بنحو (Λ , Λ) وان النسبة الباقية وهى(Λ , Λ) تعود لمتغيرات اخرى غير داخلة فى الانموذج الحالى أو متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها. ويدعم ذلك اختبار Λ اذ بلغت قيمة Λ



New Period, No 34, 2022

المحسوبة (۳۶. ۳۰۳) وهى اكبر من قيمة \mathbf{F} الجدولية البالغة(۳۳. ۱)، عند مستوى معنوية (۱٪)، أى بدرجة ثقة(۹۹٪)، مما يدل على ان هناك علاقة تأثير معنوية لخزن المعرفة فى الابداع المنظمى، وبناءا على ذلك تقبل الفرضية الغانية.

٣- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: ((توجد علاقة تاثير لنشر وتوزيع المعرفة في مستوى الابداع المنظمي في المنظمات الفندقية العراقية)).

يشير نفس الجدول اعلاه ان هناك علاقة تأثير ذى دلالة احصائية موجبة لعنصر نشر وتوزيع المعرفة فى الابداع المنظمى، اذ بلغ معامل التحديد بين المتغيرين (٠٠ . ٩٩٨)، وهذا يؤشر على قدرة المتغير المستقل فى تفسير التغير الذى يطرأ على متغير الابداع المنظمى بنحو(٩٩. ٨ .٪) وان النسبة الباقية وهى (٣٠ . ٢ .٪) تعود لمتغيرات اخرى لم تدخل فى الانموذج الحالى أو متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها، يدعم ذلك اختبار \mathbf{F} ، حيث بلغت قيمة \mathbf{F} المحسوبة (٩٠. ٥٥٠) وهى اكبر من قيمة \mathbf{F} الجدولية البالغة(٣٠. ١) عند مستوى معنوية(١ ٪)، أى بدرجة ثقة (٩٩ ٪)، وبناءا على ذلك يمكن القول ان هناك علاقة تأثير معنوية لنشر وتوزيع المعرفة فى الابداع المنظمى، واستنادا الى ذلك تقبل الفرضية الفرعية الثالثة.

وبما انه تم قبول الفرضيات الفرعية المنبثقة من الفرضية الفرعية الرئيسية الثانية لذا تقبل الفرضية الرئيسية الثانية ((توجد علاقة تاثير للمتغير المستقل (ادارة المعرفة) في رفع مستوى المتغير المعتمد (الابداع المنظمي) في المنظمات الفندقية العراقية)).

المبحث الرابع:الاستنتاجات والتوصيات

اولا - الاستنتاجات:

١. الاستنتاجات الخاصة بمتغير ادارة المعرفة واظهرت مايلي:-

ا. جاء عنصر خزن المعرفة في المرتبة الاولى مما يعنى ان الادارة الفندقية تولى الاهتمام الاكبر بجانب
الاحتفاظ بالعناصر المعرفية البشرية والمتميزة بخبرة عالية فضلا عن اهتمامها بالمعلومات والنتاجات المعرفية الخاصة بها مما يرفع من منحنى التعلم الخاص بالادارة والمنظمة على حد سواء.

ب. جاء عنصر نشر وتوزيع المعرفة في المرتبة الثالثة والاخيرة وهو مايؤشر وبشكل نسبى ضعف اهتمام ادارات الفنادق عينة البحث بالجانب التطبيقي لادارة المعرفة حيث ان عمل استيعاب النتاجات المعرفية من قبل الافراد العاملين وتطبيقها يعد البعد الاهم والمؤشر الحقيقي تجاه حرفية الادارة الفندقية وقدرتها على صناعة منظمة معرفة.

٢. الاستنتاجات الخاصة بمتغير الابداع المنظمية واشرت مايلي:-

 ا. جاء عنصر نمط القيادة الابداعي في المرتبة الاولى وهو مايبين ان العمل الابداعي رهين بوجود نمط قيادة يؤمن بالابداع كاساس في عملية بناء وقيادة اى منظمة وانه اى الابداع العنصر الحاسم الذى تراهن عليه الادارة في المنافسة وتحقيق النجاح في عالم الفنادق اليوم والذى يشهد تنافسا محموما.

أُثَر إدارةِ المعرفةُ في رفع مستوى الإبداع في المنظمات الفندقيةُ " دراسةُ ميدانيةُ لعينةُ من الفنادق العراقيةُ"



New Period, No 34, 2022

ب. يتمتع عنصر الثقافة التنظيمية الابداعية باهمية متميزة لدى ادارات الفنادق عينة البحث حيث جاء فى المرتبة الثانية مما يؤشر اهمية الثقافة التنظيمية فى ترسيخ قيم وافكار الابداع بين عناصر العمل داخل المنظمات الفندقية.

ج. جاء عنصر الدعم المنظمى للابداع فى المرتبة الثالثة والذى يؤشر حالة العمل الادارى العام داخل بيئة صناعة الفنادق العراقية والتى تعتبر متراجعة نسبيا فى ان توفر بيئة داعمة للابداع والروح الابداعية داخل المنظمات العاملة.

 ۴. هناك علاقة بين المتغيرين، ولابد من الاشارة هنا الى انه وبحسب النتائج الاحصائية فان عناصر ادارة المعرفة تتفاوت في القوة التاثيرية على الابداع المنظمي وفقا لقيمة معامل التفسير (2 r) وقيم معامل الانحدار.

ثانيا -التوصيات:

١ على الفنادق ان تعمل على الجوانب التالية:

أ-انشاء مقاييس عمل محددة وفقا للمنظمات الدولية.

ب ـ تحسين مستوى اداء الموارد البشرية الفندقية عبر اعطائهم مهام جديدة تتسم بالتنوع ومستويات اعلى من المهارات المعرفية والابداعية.

ج - جذب العاملين الممزين.

د- التوجه نحو استقطاب وتعيين الخريجي الاوائل من الكليات والمعاهد والمدارس السياحية والفندقية
العراقية.

٢- يمكن للمسؤلين الفندقيين الاستفادة من المبادئ الآتية:

توطيد العلاقة مع المجتمع وهي احد نتائج الادارة المعرفية.

بناء اسس الشبكات المعلوماتية وبكافة انواعها.

 ٣-بناء ثقافة تنظيمية شاملة للقيم والافكار والاراء الايجابية تجاه المواقف الابداعية واشاعة الروح الجماعية فلايمكن لاى فرد ان يحقق حالة الابداع بشكل منفرد.

۴-توفير دعم قوى وفعال للعناصر والمبادرات والبرامج الابداعية كاقامة احتفالات سنوية لتكريم المبدعين وتحفيزهم ماديا ومعنويا واقامة المسابقات الابداعية وغيرها من الفعاليات.

۵-ضرورة ان يهتم الاكاديميين المختصين بالشان الادارى بشكل عام وادارة الفنادق على الوجه الخصوص بالبحث فى المواضيع التى تعد استكمالا لهذه الدراسة نتيجة النقص الواضح الذى تعانيه المكتبة الفندقية فى الدراسات المتعلقة بمتغيرى الدراسة والتى يمكن ان تكون بداية لدراسات اخرى تهتم بالاليات المعرفية فى الفنادق مثلا او البرامج الابداعية وطريقة تبنيها من قبل ادارات تلك المنظمات.



New Period, No 34, 2022

المصادر

اولا المصادر العربية:

الدورى، زكريا و العزاوى، بشرى، ادا رة المعرفة وانعكاسها على الابداع التنظيمى، بحث مقدم الى المؤتمر العلمى الرابع لجامعة الزيتونة، عمان -الاردن- ٢٠٠۴

٢. اللامي، غسان وحسين، يسرى، قياس مؤشرات الابداع لدى الادارات الفندقية، مجلة الادارة والاقتصاد،
١١-١٠ ٢٠٠٩

٣. مثنى طه الحورى، استخدام وتوظيف تكنولوجيا الاتصالات في منظمات الضيافة، بحث منشور في المؤتمر
العلمي الحادي عشر جامعة الزيتونة نسيان، عمان -الاردن، ٢٠١٢

ثانيا - المصادر الاجنبية

- 1. Clark "Knowledge Flows in Innovation Network: Comparative Analysis of Japanese & US High Technology Firms" Journal of Knowledge Management V (3) N (3). USA 1996
- 2. Dudley "Creativity in business" McGraw hill USA 1998
- 3. Dermott A. "How Does Knowledge Management Influence Innovation & Competitiveness?" Journal of Knowledge Management V (4) N (2). 1998
- 4. Vedpuriswar 'organization creativity 'john wiley sons 'USA '2007 '