متطلبات تصوير الإبداع في المؤسسة الجزائرية ﴿دراسة ميدانية﴾

مريم روابحية* سميرة سطوطاح**

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الإبداع ودوره في تشجيع عملية التعلم التنظيمي في المؤسسة الجزائرية ، من منطلق أن التعلم التنظيمي يعتبر خطوة رئيسية في المنظمة المتعلمة ، ولتحقيق هذه الغاية قمنا باستطلاع آراء العمال في مؤسسة "محبوبة للعجائن الغذائية" التي تنشط في القطاع الصناعي لولاية عنابة ، بناءا على إستمارة شملت أسئلة لجوانب من الإبداع الذي له أثر إيجابي في عملية التعلم التنظيمي في المؤسسة محل الدراسة ، واختتمت الدراسة بإظهار عدة نتائج أهمها التي أظهرت عدة مقترحات لمعالجة المعيقات التي تواجه منظمات الأعمال في إدخال التكنولوجيا.

الكلمات المفاتيح: الإبداع ، التعلم ، التعلم التنظيمي ، المؤسسة ، العاملين.

Résumé

Cette étude vise à mettre en valeur l'innovation et son rôle dans le processus de l'apprentissage organisationnel en algérienne, nous considérons l'apprentissage organisationnel comme une étape clé dans l'organisation apprenante. Pour cela, nous avons interrogé les employeurs dans l'entreprise « sarl mahbouba », sur l'innovation qui a un effet positif sur le processus d'apprentissage organisationnel. Les résultats de l'étude nous ont permis de faire plusieurs propositions qui peuvent aider à dépasser les obstacles de l'intégration de la technologie.

Mots clés : l'innovation, l'apprentissage, l'apprentissage organisationnel, l'entreprise, les employeurs.

Summary

This study aims to shed light on innovation and its role in the process of organizational learning in the Algerian companies, for that purpose, we interviewed employers in "sarl Mahbouba" company which is operating in Annaba industrial sector, based on a questionnaire that includes questions related to innovation and its positive effects on the process of organizational learning. The study concludes by showing the importance of overcoming obstacles through the integration of technology.

Keywords: Innovation, learning, organizational learning, company, employers.

*أستاذة مساعدة ب، جامعة 8 ماي 1945 قالمة

** استاذة محاضرة صنف أ، عضو في هيئة تحكيم مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية " التواصل"، جامعة باجي مختار عنابة.

مقدمة

نال موضوعا التعلم التنظيمي والإبداع في العقود الأخيرة اهتماماً بارزاً من قبل المختصين والباحثين، ومن خلال تتبع حركة بعض البحوث والدراسات في المجالين المذكورين، وقد أشارت العديد من الدراسات إلى ايجابية العلاقة بين التعلم التنظيمي والإبداع وتأثيرهما على حياة المنظمة ونجاحها، وعلى الرغم من المحاولات العديدة للباحثين للولوج في تشعبات ومفاصل المتغيرين، الا انهما لم يحظيا باهتمام كافٍ في دراسة بناء عملية التعلم التنظيمي وتأثيراته على الإبداع، دراسة المشكلة للوقوف على مستوى التعلم التنظيمي فيها ومدى إسهامه في تحقيق الإبداعات واستمراريتها، ومن ثم محاولة وضع الحلول الملائمة التي تخدم عمل تلك المنظمات من جهة والإسهام في إحداث التراكم المعرفي للإطار النظري في مثل هكذا متغيرات من السلوك التنظيمي.

وفي ظل الطرح السابق سيحاول هذا البحث الإجابة على التساؤل التالي:

هل يؤثر التعلم التنظيمي على الإبداع في المؤسسة الجزائرية ؟

من خلال التساؤل السابق يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مستوى التعلم التنظيمي في مؤسسة محبوبة للعجائن ؟
- ما مستوى الابداع التنظيمي في مؤسسة محبوبة ؟
- هل هنالك علاقة بين التعلم التنظيمي والإبداع التنظيمي في مؤسسة محبوبة للعجائن ؟

هذه التساؤلات قادتنا لوضع فرضيتين أساسيتين للبحث هما :

-إن تبني مؤسسة محبوبة للتعلم بوصفه نشاطا أساسيا يعمل على تطوير الابداع في المنتجات .

-مؤسسة محبوبة تهدف لتفعيل الابداع بإدخالها وسائل تكنولوجية جديدة.

أهمية الدراسة

تكتسب الدراسة الحالية أهميتها من خلال متغيري الدراسة الرئيسين وهما التعلم التنظيمي والإبداع بوصفهما بحسب اغلب الباحثين مقدرات جوهرية لها فعل استراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ومسك مفاتيح التفوق والنجاح، ولارتباطهما بالمتغيرات البيئية الكبيرة التي شهدتها بيئة الأعمال وثورة الاتصالات وباستكشاف المستقبل. كما تتجسد أهميتها في محدودية الدراسات العربية الرابطة لمتغيراتها والتي حاولت متابعة التواصل الفكري والمعرفي مع العالم من خلال التأطير المفاهيمي لمتغيري الدراسة (التعلم التنظيمي والإبداع) ومحاولة اختبار العلاقة والأثر بينهما، وتتمثل الأهمية المكانية لإجراء الدراسة في مؤسسة محبوبة لصناعة العجائن الغذائية (ولاية عنابة) لما لها من دور بالغ بوصفها مؤسسات صناعية تسعى للبحث عن المعرفة والتشارك فيها والتجديد المستمر في صناعة منتجات جديدة.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى محاولة بناء انموذج نظري يصف عملية التعلم التنظيمي وأثره في الإبداع في المنظمات، واختباره تجريبياً على مؤسسة محبوبة للعجائن الغذائية، كما تسعى إلى تحقيق الآتي:

- تحديد مستوى التعلم التنظيمي إجمالا وعلى مستوى كل بُعد من أبعاده في المنظمات.
- تحديد مستوى إبداع المنظمة المبحوثة إجمالاً وعلى مستوى كل بُعد من أبعاده.
- توضيح وتفسير طبيعة علاقات الارتباط والتأثير بين التعلم التنظيمي والإبداع.
- تحديد أيّ من أبعاد عملية التعلم التنظيمي الأكثر تأثيراً في الإبداع.
- الخروج بجملة استنتاجات وتوصيات قد تسهم في تعزيز إدراك المنظمات قيد الدراسة لأهمية التعلم التنظيمي كاستراتيجية شاملة لدعم الإبداع.

مبررات اختيار موضوع البحث

- تماشي الموضوع مع ميولنا لدراسة مثل هذه المواضيع التسييرية وخاصة المرتبطة بالإبداع والتطوير والسلوك التنظيمي.
- يَعرف المحيط تغييرات كبيرة تؤكد ضرورة اعتماد المؤسسة أينما كانت، على تقنيات تكنولوجية ووسائل اتصالية جديدة كافية لمواجهة هذا المحيط.
- ملاحظتنا أن هناك نقصا، إن لم نقل فراغا فيما يتعلق بالدراسات والبحوث التي تتناول تحليل واقع الإبداع والتعلم التنظيمي على مستوى المؤسسات.

الدراسات السابقة

– **أطروحة دكتوراه** نوقشت سنة 2006 بجامعة Paris 1 panthéon Sorbonne بفرنسا، بعنوان: **L'apprentissage Organisationnel entre processus adaptatif et changement dirigé** للباحث **David Cayla**، حيث قام الباحث دراسة الجانب النظري من التعلم التنظيمي بالإضافة إلى اقتراحه نموذجا نظريا مبنيا على أساس عملية تميز سيرورة لتكيف المشرفين على عملية التعلم التنظيمي داخل المنظمات. وتوصلت الدراسة إلى وضع مقاربة مقترحة. وبيّن الباحث أنها قد تكون ضمن إطار للنظريات الحديثة للمنظمات التي ركزت على العلاقة بين الهيكل التنظيمي والأداء والتعلم في المنظمات.

– **غادا عرف أحمد الرجوب، التعلم التنظيمي من وجهة نظر الإداريين في جامعة اليرموك، أطروحة دكتوراه** جامعة اليرموك إربد الأردن 2008. هدفت هذه الدراسة إلى اختيار إمكانية تطبيق مفهوم التعلم التنظيمي في جامعة اليرموك من وجهة نظر الإداريين العاملين فيها. وتوصلت إلى وجود تطوير وتحسين إمكانيات جامعة اليرموك ذات الصلة بتطبيق مفهوم التعلم التنظيمي والمنظمة المتعلمة التي تمثلت في الأبعاد التي تضمنها مقياس «Marquerdt » للتحول إلى منظمة التعلم.

– **أطروحة دكتوراه** نوقشت سنة 2006 من مدرسة دكتوراه école doctorale systèmes بفرنسا في المعهد الوطني بتولوز institut national Toulouse تحت عنوان: **Management de L'innovation Technologique et des connaissances synergie entre la théorie TRIZ et le raisonnement à partir de cas** للباحث **Guillermo Cortes Robles** ، حيث قام في هذه الأطروحة بدراسة الإبداع التكنولوجي وعلاقته بالمعارف بوضع حل مبتكر لنظرية TRIZ ، لما لها من قدرة على تطوير الأنظمة التقنية للمنتجات، كما أنها مبنية على المعارف وتطبيقاتها في مختلف الميادين. وتوصلت هذه الدراسة بوضع نظرية أخرى ومحاولة الباحث بمقارنتها مع نظرية TRIZ من خلال دراسات حالة قام بها الباحث، واستنتج أنه يجب تآزر هذين النظريتين حتى يسمح بحل المشاكل داخل المنظمات بطريقة مبتكرة لإعادة نشر المعارف بطريقة سهلة من خلال هذه العملية.

– **أطروحة دكتوراه** نوقشت في 1999 بجامعة La Méditerranée Aix Marseille 2 بفرنسا، بعنوان: **L'innovation Technologique comme processus d'apprentissage industriel :(analyse de la formation et de la diffusion des connaissance dans le cas des hauts fourneaux a injection en France et au Japon)** للباحث **Eris Jolivet** حيث قام بدراسة الإبداع لسيرورة التعلم الصناعي، وقام بتحليل التكوين والتدريب ونشر المعارف داخل المنظمات بقيامه بدراسة مقارنة لفرنسا واليابان. وتوصلت نتائج الدراسة بأنه يجب أن تكون ظروف التعلم جيدة وألا تكون الخبرة محدودة حتى يتم التعلم بنجاح، كما أكد الباحث أن الشركات يجب أن تطور في مجال معارفها خاصة المجزأة منها المرتبطة بمتطلبات العمال وخاصة في مجال العمل التطبيقي.

رغم أن هذه الدراسة امتداد للدراسات السابقة، فإنها تركز على اعتماد المؤسسات على الإبداع وربط هذا المفهوم مع التعلم التنظيمي، فقد كانت الدراسات السابقة مقتصرة إما على الإبداع أو على التعلم التنظيمي ؛ إذن فموضوع بحثنا يركز على الإبداع بوصفه وسيلة ومدخلا من مداخل تحسين ودعم عملية التعلم التنظيمي في منظمات الأعمال، وهو بذلك يختلف عن الكثير من الدراسات التي ناقشت مفهومي الدراسة ولكن بإشكاليات مختلفة.

بناءا على ما سبق جاء هذا البحث لدراسة منظمة وشاملة للمحاور التالية:

I.الإطار المنهجي للدراسة

II.التعلم التنظيمي مفاهيم أساسية وأبعاده.

III.الإبداع التنظيمي مفاهيم أساسية ومتطلباته.

IV.العلاقة بين التعلم التنظيمي والإبداع التنظيمي.

V.دراسة ميدانية في مؤسسة محبوبة لصناعة العجائن الغذائية.

I.الإطار المنهجي للدراسة

1. مجتمع الدراسة وعينتها

قمنا باختيار دراسة حالة مؤسسة محبوبة لصناعة العجائن الغذائية لولاية عنابة من ضمن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في ولاية عنابة، من خلال قيامنا بإجراء مسح شامل لمجتمع البحث ككل الذي يتكون من 122 مفردة وهو العدد الإجمالي لفاعلين المؤسسة محل الدراسة، علما أن دراستنا هذه لا تحتوي على عينة دراسة نظرا لصغر

حجم المجتمع الذي تحتويه مؤسسة محبوبة وكان بإمكاننا تغطية المجتمع ككل.

حيث تم اختيار مؤسسة محبوبة لصناعة العجائن الغذائية (ولاية عنابة) لاحتوائها على متطلبات موضوع بحثنا، إذ تعمل هذه الأخيرة في القطاع الصناعي، وهي مؤسسة متوسطة تحتوي على 122 عامل يبلغ رأس مالها 186.360.000 دينار جزائري. تنشط في هذا المجال منذ سنة 2000 وتقدم منتوجات متنوعة من حيث نوعية العجائن (type de pâtes). إذ تحاول المؤسسة التركيز بشكل مستمر على تنويع منتجاتها بصفة دائمة، كما تركز على الإبداع في تغليف المنتج والتحسين المستمر في وصفة الإنتاج، وتقوم هذه المؤسسة أيضا بالتركيز على التعلم وعملية تدريب عمالها بالإعتماد على مدربين من داخل وخارج الوطن محاولة منها تسهيل عملية الإنتاج.

2. المجال الزماني والمكاني

2.1 المجال الزماني: يتمثل المجال الزماني لهذه الدراسة في الفترة الممتدة من تاريخ مباشرة العمل الميداني إلى غاية استكمال جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها، ثم الخروج بنتائج وإجابات عن التساؤلات المطروحة لتأكيد أو نفي فرضيات الدراسة، وعموما فقد استغرقت هذه الفترة ثلاث أشهر أي انطلاقا من أكتوبر 2014 إلى غاية ديسمبر 2014.

2.2 المجال المكاني: اقتصرت الدراسة على مؤسسة واحدة وقد وقع اختيارنا على مؤسسة محبوبة التي تنشط في قطاع صناعة العجائن الغذائية المتواجدة في المنطقة الصناعية بولاية عنابة.

3. منهج الدراسة

بغية القيام بتحليل علمي ومنهجي لإشكالية الدراسة استخدمنا في بحثنا المنهج المسحي؛ حيث ان صغر حجم مجتمع الدراسة جعلنا نقوم بمسح لكل مفرادات المجتمع الكلي.

4. أداة الدراسة

اعتمدنا في هذه الدراسة على الاستبيان (الإستمارة) بشكل أساسي كوسيلة لجمع البيانات، حيث تم إنجاز الإستمارة بعد الاطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، ووزعت على جميع أفراد البحث (112 عاملا). شملت 35 سؤالا وقسمت إلى قسمين رئيسيين: حيث يتمثل القسم الأول البيانات المتعلقة بخصائص المؤسسة ونشأتها وكذا البيئة التي تنشط فيها أما القسم الثاني فيحتوي على مجموعة من الأسئلة مقسمة إلى ثلاث محاور:

أ) المحور الأول: أسئلة تستفسر عن واقع التعلم التنظيمي في المؤسسة؛

ب) المحور الثاني: أسئلة تستفسر عن واقع الإبداع؛

ج) المحور الثالث: أسئلة تقيس علاقة الإبداع بالتعلم التنظيمي.

بالإضافة للاستبانة قمنا أيضا بتدعيم الدراسة ببعض الأدوات الأخرى التي تتلاءم مع طبيعة هذا الموضوع، كالمقابلة مع مسؤولي المؤسسة محل الدراسة طيلة فترة إنجاز البحث وذلك لعدة مرات لجمع معلومات كافية مؤكدة حول مشكلة الدراسة، كما استخدمنا الملاحظة بشكل أقل نسبيا كوسيلة مكملة لجمع البيانات، بالإضافة إلى أدوات المسح المكتبي والإحصاءات.

1.4 صدق الأداة

يقصد به قدرة الفقرات على قياس الاهداف التي صممت من اجلها، واستناداً الى ذلك لجأنا الى الصدق الظاهري وصدق المحتوى، يستخرج الصدق الظاهري عن طريق عرض فقرات المقياس على مجموعة من الخبراء للحكم على صلاحيتها وإمكانيتها في قياس الخاصية المراد قياسها وبناءاً على ذلك فقد تم توزيع الاستبانة على عدد من المحكمين المختصين من اجل التعرف على الثغرات والملاحظات المؤشرة على الفقرات المكّونة للاستبانة وفي ضوء ذلك جرى تعديل الاستبانة كما سبق ذكره لتصبح اكثر دقة وتعبيراً عن مجتمع الدراسة.

أما صدق المحتوى فيقصد به قدرة الاستبانة للتعبير عن الهدف الذي وضعت من اجله، وقد تم اختبار الصدق بعد ترتيب مجاميع الاجابات عن فقرات المقياس تنازلياً إذ تم تقسيمها إلى مجموعتين متساويتين وقد تم اخذ (27 %) من اعلى الدرجات و (27%) من ادناها ومن ثم تم قياس الفرق بين المجموعتين باستخدام معامل اختبار (Mann-Whitney) فكانت P-value اقل من (0.05) مما يشير الى صدق المقياس في جميع فقراته.

2.4 ثبات الاستبانة

يقصد بالثبات ان مقياس الاستبانة يعطي نفس النتائج عند اعادة تطبيقه على مجتمع الدراسة نفسه مرة اخرى، وقد تم حساب معامل الثبات باستخدام مقياس (Split) اي

التجزئة النصفية عن طريق ايجاد معامل الارتباط بين درجات الاسئلة الفردية ودرجات الاسئلة الزوجية وقد كانت قيمته (0.89) وبمستوى معنوية (0.05)، وعند تصحيح معامل الارتباط كانت قيمته (0.91)، وعند استخدام مقياس (Alpha) وجد انه معنوي بمستوى معنوية (0.05) وكانت قيمته (0.96) وهي نتائج تؤكد ان الاستبانة بمقاييسها المختلفة تتمتع بثبات عالٍ يمكن اعتماده في اوقات مختلفة للأفراد أنفسهم لتعطي النتائج ذاتها.

3 المعالجة الإحصائية

تم تفريغ المعلومات والبيانات وتحويلها من الصيغة النوعية إلى الصيغة الكمية وإدخالها في برنامج خاص في الإعلام الآلي (برنامج SPSS *)، كما تم تبويب البيانات وجدولتها بالاعتماد على الوسيط والانحراف المعياري. وتم تحليل وتفسير البيانات المبوبة والمجدولة، وربط العناصر المكونة لها بالاعتماد على تحليل محتوى البيانات بربط النتيجة بالسبب، وتحليل العناصر وفقا للأبعاد والجوانب الظاهرة والخفية.

II.التعلم التنظيمي مفاهيم أساسية وأبعاده

1) مفهوم التعلم التنظيمي

لا يعدُ مفهوم التعلم التنظيمي مفهوماً حديث النشأة بل يعود الى كتابات كل من الباحثين Argyris & Schon [1] كما تمتد جذوره الى أدبيات نظريات المنظمة ونظرية النظم (Senge,1990)، وقد نشأ الاهتمام العملي بهذا المفهوم في إدارة المنظمات من خلال مفهوم التخطيط الاستراتيجي والادارة الاستراتيجية، إذ أكد كل من الباحثين (Hosley, Lan, Levy& Tan, 1994; Foil & Lyles, 1985) أن التعلم التنظيمي هو المصدر الأساس للتغيير الاستراتيجي في المنشآت المختلفة والهادفة الى ايجاد مزايا تنافسية والمحافظة عليها.[2] وقد ساهم العديد من الكتاب في مفهوم التعلم التنظيمي من مثل الباحثين Pedler, Boydell & Burgone، إلا أن الباحث Peter Senge ربما كان أكثرهم تأثيراً في فترة التسعينات من خلال مضامين كتابه الموسوم بالنظام الخامس "Fifth Discipline" الذي دفع نجاحه العديد من الباحثين والمهتمين الى اتباع قضيته واصدار الكتب والمقالات في مدح فضائل المنظمة المتعلمة والتي وصفها بأنها "منظمات يعمل فيها الأفراد باستمرار على زيادة قدراتهم في تحقيق النتائج التي يرغبون فيها، والتي يتم فيها مساندة وتشجيع وجود نماذج جديدة وشاملة للتفكير, كما يطلق فيها المجال لطموحات الجماعة والتعلم من بعضهم كمجموعات" (Senge, 1990) وقد حدد في كتابه خمسة قواعد يرى أن المنظمات تحتاج لاحتضانها بين الأفراد والجماعات لتعزيز التعلم والنجاح وهي: النبوغ الشخصي والرؤية المشتركة ونماذج العقل وتعلم الفريق وتفكير النظم [3]. وقد وسع الباحث Nonaka فيما بعد منظور الباحث Senge من خلال المعرفة الضمنية واستخدم نفاذ بصيرته المتأتية من أبحاثه وبشكل خاص من تجارب الشركات اليابانية [4] ويعد (Shrivastava, 1983) أول باحث ميّز بشكل نظامي بين أربع وجهات نظر بشأن التعلم التنظيمي هي: التعلم التكييفي "adaptive learning" والذي يسمى بالاتجاه الواحد من التفكير، وتقاسم الافتراض " assumption sharing" والذي يعد من المفاهيم المتأصلة في النظريات الاجتماعية للمعرفة, وتطوير القاعدة المعرفية " development of knowledge base" ويتم التشديد فيها على تطور علاقات الفعل بالناتج والمرتبطة بالنشاطات التنظيمية وأخيراً تأثيرات الخبرة المؤسساتية " Institutionalized experience effects" التي تشمل الطرائق المتعلقة بالخبرات المؤسساتية بشأن منحنيات التعلم [5].

2) أنواع التعلم التنظيمي

أفرزت الدراسات والبحوث في الحقل التخصصي للتعلم التنظيمي أنواعاً عديدة للتعلم، وعلى الرغم من اختلاف مسمياتها الا أنه يمكن تمييز ثلاثة أنواع أساسية للتعلم:

النوع الأول: يتعلق بالتحري عن ومعالجة الأخطاء ضمن مجال الممارسات والسياسات والنماذج السلوكية في المنظمة، ويهتم بكيفية التحقيق الأفضل للأهداف مع بقاء الأداء ضمن المدى المحدد بالقيم والمعايير الحالية دون تغيير [6] ويتحقق التعلم من عملية مراقبة نتائج الأفعال واستخدام هذه المعرفة لتصحيح الإجراءات اللاحقة لغرض تجنب أخطاء مشابهة في المستقبل وإنشاء نماذج ناجحة للسلوك [7].

النوع الثاني: يذهب اهتمام هذا النوع إلى ما خلف الإصلاح والتصحيح في المواصفات والأهداف فهو يشمل تحدي صحة النماذج والقيم والسياسات الأساسية للمنظمة وإجراءات العمل المكونة لهذه المواصفات والأهداف، وهو

تعلم إعادة البناء في المجالات الأساسية لعمليات المنظمة كتبني هيكل منظمي جديد أكثر انفتاحاً ليجعلها متزنة مع بيئتها وتتولد عنه ممارسات وسياسات ونماذج جديدة للسلوك ناتجة عن مثل هذه التغييرات [8].

النوع الثالث: وهو تعلم حل المشكلات ، أو التعلم من أجل التعلم ، ويتطلب هذا النوع التفكير الجماعي لقواعد الحكم والافتراضات ، ويعد هذا النوع من التعلم البناء الراقي للمنظمة المرتكز على الخبرات والتجارب ونفاذ البصيرة [9]اذ تنشأ المنظمة تغييرات جوهرية في بيئتها محاولة منها لإعادة ابتكار ذاتها ، كتحول منظمة صناعية تقليدية الى منظمة خدمية ، ويتطلب ذلك تغيير جميع مضامينها في الثقافة والهيكل والممارسات التي قد يحتاجها مثل هكذا تغيير ، ويعد أصعب أنواع التعلم التنظيمي ويركز على غرض أو مبادئ المنظمة وتحدياتها [10].

III.الإبداع التنظيمي مفاهيم أساسية وأبعاده

1) مفهوم الإبداع التنظيمي

لقد ساهم التباين في المجالات المعرفية في اختلاف نظرة الكتاب والباحثين إلى الإبداع من حيث المضمون والمحتوى ، ولعل ذلك يكشف محاولة الباحثين صياغة تعريفاتهم الخاصة التي تؤكد وجهات نظرهم في التعامل مع هذا المفهوم ، وستحاول الباحثة التأطير لمفهوم الإبداع التنظيمي والتعريف به من خلال وجهات النظر الآتية:

1-1 التركيز على الناتج الإبداعي: تناول عدد من الباحثين مفهوم الإبداع بوصفه ناتجاً إبداعياً فقد عرف بأنه العملية التي ينتج عنها شيء جديد ووصفه [12] بأنه القدرة على إنتاج أشكال جديدة في الفن والميكانيك أو حل مشكلات باستخدام طرائق مبتدعه ، ويرى روشكا [13] أن الإبداع وحدة متكاملة لمجموعة من العوامل الذاتية والموضوعية التي تعود إلى تحقيق إنتاج جديد وأصيل وذي قيمة من قبل الفرد والجماعة ، وفي السياق ذاته يعرف جواد [14] الإبداع بأنه إنتاج أفكار وحلول أصيلة وفريدة من نوعها وهي تحمل في الوقت ذاته بين طياتها التجديد والحداثة وإمكانية التشغيل والإفادة ، وتناول البغدادي [15] الإبداع على انه طريقة لحل مشكلة ما إذا ما خرج بإنتاج جديد أو طريقة تفكير أو أداء أو عمل شيء ما يعد مميزا للفرد من دون الآخرين.

2-1 التركيز على تبني الإبداع: يمثل الإبداع وفق منظور الباحثين Aiken & Haqe [16] توليداً وقبولاً وتطبيقاً للجديد من الأفكار والعمليات والمنتجات او الخدمات والسياسات والأدوات والأجهزة التي تكون جديدة على المنظمة وبيئتها" وعرّف الباحثين Shani &Lan [17] الإبداع بأنه "تطبيق فكرة أو منتوج مستخدم في مكان ما ويصبح تطبيق هذه الفكرة او المنتوج فريداً عند وضعه في إطار أو سياق جديد" وطبقاً لرؤية الباحث Daft [18] فإن الإبداع يمثل "تبني فكرة أو سلوك جديد لصناعة المنظمة أو سوقها أو بيئتها العامة" وعبّر عنه أيضا الباحث Robbins [19] بأنه "تطبيق الفكرة الجديدة على أنها مبتدئة أو محسنة لمنتوج ما أو عملية ما أو خدمة ما ، ويرى (McAdam & Galloway) الإبداع بأنه عملية اقتراح وتبني وإنشاء وتنفيذ فكرة جديدة مستقلة متعلقة بالمنتوج أو السياسة أو الممارسة أو السلوك أو البرنامج أو الخدمة والتي قد يكون مصدرها من داخل المنظمة أو خارجها [20].

3-1 التركيز على المعرفة في تعريف الإبداع: طبقاً للباحث (Koontz odonnell) إن الإبداع يستخدم المعرفة الحالية في مجموعة ضمن تركيب معين لحل مشكلة لا يمكن حلها من قبل [21] ويرى الصرن [22] الإبداع بأنه أفكار تتصف بأنها جديدة ومفيدة ومتصلة بحل مشكلة معينة أو تجميع أو إعادة تركيب الأنماط المعروفة من المعرفة في أشكال فريدة ، ويمثل الإبداع عملية تحويل المعرفة إلى منتجات وعمليات وخدمات جديدة يشتمل على أكثر من مجرد العلم والتقنية فهو يعنى بتمييز وإشباع حاجات الزبائن [23] والابداع من منظور الباحثين Guthrie & warda [24] أي قيمة اقتصادية أو اجتماعية يمكن استخلاصها من المعرفة من خلال التوليد والتنفيذ للأفكار أو المنتجات الجديدة او تحسين المنتجات والعمليات والخدمات ، ويقال عن الإبداع بأنه عملية فكرية متميزة تجمع بين المعرفة المتألقة والعمل الخلاق في شتى جوانب الحياة وتتعامل مع الواقع وتسعى للأفضل ، والإبداع شبكة من العوامل التي تخلق وتستثمر المعرفة والتكنولوجيا الجديدة [25].

وتعرف الباحثتين الإبداع بأنه عملية تبني المنظمة طرائق جديدة وغير مألوفة في التفكير أو الفعل أو التعلم لتضيف قيمة لمخرجاتها المعنية بإشباع حاجات زبائنها الداخليين والخارجيين المدركة أو غير المدركة.

تأسيساً على ما تقدم يمثل الإبداع:

- أكثر من مجرد عملية لحل مشكلة ما.

- عملية حضارية تسهم في بناء المجتمعات الإنسانية ورفاهيتها.
- عملية تضيف قيمة جوهرية للمنظمة ومخرجاتها.
- عملية تمتد إلى جميع وظائف وأنشطة وعمليات المنظمة وزبائنها وأسواقها.
- عملية تعلم مستمرة تنشأ من تبادل المعرفة بين الأشخاص والمنظمات ومختلف الأطراف ذات العلاقة.

2) أنواع الإبداع التنظيمي:

شخص الباحثون في مجال السلوك التنظيمي أنواعا مختلفة للإبداع يمكن إجمالها بالآتي:

2-1 أنواع الإبداع على وفق مصدره: إذ صنفه الباحث Ivancevich [26] إلى إبداع داخلي وإبداع خارجي، يتمثل الابداع الخارجي في حصول المنظمة على الافكار من مصادر خارجية مثل المنظمات الاخرى التي لها نشاط مماثل أو مراكز بحثية وغيرها، أما الإبداع الداخلي فيعبر عن الإبداعات التي تتبناها المنظمة ويكون مصدر الافكار فيها داخل المنظمة كالإدارة العليا والعاملين وأقسام المنظمة كالبحث والتطوير والتسويق وغيرها، أما الباحث (Gullec, 1999) فقد صنف الإبداع إلى إبداع عالمي وإبداع محلي وقد أشار إلى أن الإبداع العالمي هو ما يكون جديداً وغير مألوف للاقتصاد بالكامل، أما الابداع المحلي فهو ما يكون جديداً وغير مألوف عملياً فحسب وحصرياً لوجود المنظمة [27].

2-2 أنواع الإبداع على أساس القرار المتخذ: صنف كل من الباحثين Rogers & Shoemaker [28] الإبداع إلى نوعين هما: إبداعات بقرارات فردية تكون صادرة عن الإدارة العليا، وإبداعات بقرارات جماعية وتكون بمشاركة أعضاء المنظمة العاملين فيها.

2-3 انواع الإبداع على وفق نوع المنتوج: وهنا يصنفه الشيخلي [29] إلى إبداع ذهني وإبداع عملي وإبداع مختلط (ذهني/عملي) فالإبداع الذهني هو الإبداع القائم على العقل أي تكوين أفكار جديدة أو نظريات أو تأملات علمية سواء من حيث المضمون الداخلي أم المنتوج الذي يعرض على نحو غير مألوف المعلومات والحقائق مثل المحاضرات التعليمية والتدريبية والروايات والقصص والأشعار المنوعة، إما الإبداع العملي فيتخذ أشكالا ثلاثة هي الكمي والنوعي والكمي/النوعي، أما الإبداع الكمي فهو توسيع حسابي أو رياضي أو تصويري في ظاهرة قائمة أو حالة موجودة مثل قطع مسافة طول في الركض أو السباحة أو تأليف اكبر عدد من الكتب العلمية، أما الإبداع النوعي فيعني ظهوراً أو توسيعاً كيفياً أو موضوعياً أو مضمونياً مثل اختراع تكنولوجيا جديدة واستثمار أمثل للخبرات الفنية في حين أن الإبداع الكمي/النوعي يتضمن توسيع الشكل (العناصر الخارجية) إذ يؤثر تأثيراً كبيراً في البشرية لتحقيق كم اكبر ونوع أكثر كالعباقرة الذين يقدمون إبداعا يغير مجرى تاريخ العلم والتكنولوجيا، أما الإبداع الذهني/العملي فهو امتزاج النظرية بالتطبيق في حالة توازن مرسوم بين الجانبين مثل الألحان الموسيقية [30].

إن الحديث عن الإبداع يجعلنا نتكلم عن ديناميكية الاقتصاد الجديد التي تعمل على أن الكل يتحرك بسرعة كبيرة، لذا لا يسمح لأي مؤسسة ان تظل ثابتة في المحيط التنافسي الجديد، بل يجب عليها أن تكون دائما مفتوحة للأفكار المبدعة وطرق العمل المبتكرة، كما تكون أيضا مفتوحة للوسائل المستحدثة وتكون قادرة على إدماجها واستغلالها في نشاطها الكلي، فالمؤسسات اليوم لا تملك خيارا خارج إطار الفكر الابداعي الابتكاري، لكن تبقى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الأكثر حاجة الى معرفة الطرق الكفيلة التي تسمح لها بالاستعمال الأمثل والعقلاني لرأسمالها المعرفي، حتى يتسنى لها مواكبة المؤسسات الكبرى، وذلك حتى تستطيع أيضا تحويل المعلومة الى معرفة وبالتالي تحقيق الوثبة الانتقالية من منطق الإنتاجية الى منطق الإبتكار.

IV.العلاقة بين التعلم التنظيمي والإبداع التنظيمي

ميز الباحثين (Miller & Friesen, 1982) بين المنظمات المحافظة والمنظمات المبادرة بدلالة الدور الذي يلعبه الإبداع التنظيمي في استراتيجية المنظمة، ففي المنظمات المحافظة يحصل الإبداع عند الحاجة كاستجابة للتحديات والتهديدات البيئية، أما المنظمات المبادرة فانها تتخذ الإبداع كعنصراً مركزياً وحيوياً للاستراتيجية، كما ان المنظمات المبدعة لا تتفاعل مع بيئتها وحسب بل تخلقها أيضا، وتقوم بصياغة القوى والظروف التي تؤثر في المنظمة، ولأن الفاعلية تتحرك نحو تحوير البيئة وليس مجرد التكيف معها فإنها تفضل التعلم التوليدي الذي لا يسمح بمجرد الكشف عن الأخطاء وإنما يغير قيم النظرية قيد الاستخدام والاستراتيجيات والفرضيات [31] وان المنظمات الناجحة تشترك إلى حدٍ كبير في الإبداع من خلال تعبئة المعرفة

والمهارات التكنولوجية والخبرة لخلق منتجات وعمليات وخدمات جديدة ، وان احد الأسباب الرئيسة لقدرة المنظمة الصغيرة نسبياً مثل شركة أكسفورد للبقاء في أسواق عالمية متنافسة بشدة هو تعقيد ما تنتجه والصعوبات الكبيرة التي يواجهها الداخلين الجدد إلى السوق في محاولة تعلم وتوجيه تكنولوجياتهم [32] اذ إن الإبداع يقوم على أساس ادخال الأساليب أو العمليات أو المنتجات أو الخدمات الجديدة الذي يتطلب التعلم المستمر من اجل استيعاب وتطبيق الأشياء الجديدة بكفاءة بما يحقق أهداف المنظمة [33].

ومن خلال الاطلاع على ما تيسر من دراسات رابطة بين متغيري الدراسة (التعلم التنظيمي والابداع) يمكن تأطير إسهامات الباحثين من خلال وجهات النظر الآتية:

1) التركيز على التعلم والإبداع بوصفهما قدرات جوهرية

أشارا الباحثين Thompson & Strickland [34] الى أن القدرات الجوهرية Core-competence للمنظمة تتمثل في قابليتها على الإبداع وتقديم منتجات مميزة وخدمات أفضل للمجهزين ولزبائنها وتتسم بكونها فريدة من نوعها ، مؤكدين على أن هذه العمليات ناتجة عن تجارب المنظمة والمهارات التي تتعلمها.

وقد ميز الباحث April [35] الموارد الفكرية بتمثلها في ثقافة المنظمة والمعرفة التكنولوجية والعلامات التجارية وبراءات الاختراع والمعارف العلمية التي يتقاسمها العاملون في المنظمة والتعلم المتراكم والخبرة ، وأوضحا كل من الباحثين (Prahalad & Hamel) ان قيام المنظمة ببناء قدرات جوهرية يستند الى إمكانية المنظمة في التعلم المشترك ولاسيما تنسيق المهارات الانتاجية والتنظيمية وتحسين وتكامل تقنيات الإنتاج المستخدمة ، وان اتجاه المنظمات في الإنفاق والاستثمار على البحث والتطوير وتشكيل رأس مال فكري إنما يهدف الى زيادة قدراتها في خلق إبداع تكنولوجي عام مستند إلى المعرفة وقادر على تقديم الدعم الى عدد كبير من المنتجات والخدمات [36].

2) التركيز على العوامل المؤثرة في التعلم والإبداع التنظيمي

أشارت دراسة للباحثين (Ekvall & Ryhammer,1999) الى أن المناخ التنظيمي والموارد هما العاملان الأكثر قوة في التأثير على نتائج الإبداع والتعلم لدى أساتذة الجامعة. وقد أظهرت نتائج دراسة الباحثين (Tierney,etal.,1999) بان العلاقة التبادلية بين القائد-العضو كانت مؤشراً مهماً لتطوير وإبداع العاملين.

3) التركيز على التعلم التنظيمي بوصفه عامل نجاح في إبداع المنتوج الجديد

أشار كل من الباحثين (Imai, et al., 1985) الى أن التعلم يؤدي دوراً اساسياً في تمكين الشركات من تحقيق السرعة والمرونة في عملية تطوير المنتوج ، وان البحث الدؤوب لكسب المعرفة والمهارات المتنوعة يساعد على تكوين الفرق المتنوعة القادرة على حل طيف من المشكلات في فترة زمنية قصيرة ، واستنتج الباحث (Verganti, 1997) في دراسته لتخطيط المنتوج ، أن التعلم من الخبرات السابقة هو الحجر الأساس للمراحل المبكرة من عمليات تطوير المنتوج للإدارة الكفوءة ، وقد أيد الباحث (Zirger, 1997) في دراسته لأداء المنتوج المتقدم جداً تكنولوجياً الحاجة إلى الآليات التنظيمية للحفاظ على ونقل تعلم تطوير المنتوج ، وأشارت دراسة الباحث Herschel [37] ان المنظمات الناجحة أدركت بأنها لم تعد تتوقع بان المنتجات والخدمات التي جعلتها ناجحة في الماضي ، ستجعلها كذلك مستقبلاً ، لذا فإنها تسعى الى التميز من خلال التعلم والمعرفة ، وهذه المنظمات بوسعها التعلم والإبداع من خلال رفع المعرفة الضمنية لأعضائها ، وهذه المعرفة تصبح حيوية عند تحويلها إلى قابليات ومنتجات جديدة [38].

إن التعلم التنظيمي والإبداع يقدمان للمؤسسات قدرات جوهرية وامكانيات كبيرة للتموقع في السوق ، ولهذا فالحديث عنهما يقودنا للحديث عن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، لأن هذا المجال لم يبق حكرا على المؤسسات كبيرة الحجم أو المؤسسات العملاقة حتى وإن كانت هذه الأخيرة هي القائد في الإبتكار الجدري ، وذلك لبروز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بل وتفوقها فيما يعرف بالإبتكار التحسيني ، إذ أن أهم ما يلاحظ في الوقت الحاضر هو ذلك التسارع الأسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحسين المنتجات الحالية وإدخال منتجات جديدة مما يجعل السوق تعيش فيما يشبه انفجار المنتجات الجديدة والمحسنة.

V.دراسة ميدانية في مؤسسة محبوبة للعجائن الغذائية

انطلاقا من أدوات الدراسة قمنا بجمع عدة معلومات هذا عرض لأهمها:

1) مستوى التعلم التنظيمي في مؤسسة محبوبة

بالنسبة للسؤال الأول والذي نص على ما يلي: ما مستوى التعلم التنظيمي في مؤسسة محبوبة للعجائن؟ وبغرض التحقق من هذا السؤال، تم استخراج المتوسطات والانحرافات المعيارية لكل عبارة من عبارات الاستبيان المتعلق بالتعلم التنظيمي كما يوضحه الجدول التالي:

الجـدول (01) يوضح استجابات المفحوصين على الأسئلة المتعلقة بالتعلم التنظيمي

المتغيرات الفرعية	مضمون السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أ) إستراتيجية التعلم المخطط	- تنظر المؤسسة إلى عملية التعلم كإحدى أولويات أهدافها المستقبلية.	3.685	1.024
	- هناك خطة محددة لتعليم وتدريب الأفراد في المؤسسة.	3.314	1.112
	- تختار الإدارة الاستراتيجية المناسبة التي تدعم المركز التنافسي للمؤسسة.	3.796	1.103
ب) إيجاد المعرفة ونقلها إلى جميع إنحاء المؤسسة	- تشجع المؤسسة تنمية المعارف والمهارات لجميع العاملين.	3.463	1.076
	- تشجع المؤسسة على المشاركة في المعرفة بين أقسام المؤسسة المختلفة.	3.518	1.058
	- تنظر المؤسسة إلى المعرفة والخبرة على أنها المورد الأساسي للفرد والمؤسسة.	3.555	1.128
	- تهتم المؤسسة بتقنيات الاتصالات كإحدى الوسائل المهمة لنقل ومشاركة المعلومات.	3.277	1.207
	- تهتم المؤسسة بتخزين خبرات الأفراد ومعارفهم في قواعد البيانات	3.537	1.156
	- تشجع المؤسسة التعرف على طرائق العمل والتغييرات التي قد تتعرض لها.	3.500	1.127
	- تهتم المؤسسة بتسهيل إيصال المعلومات لأفرادها فيما يخص نشاطات المؤسسة وأدائها العام.	3.500	0.966
ت) تجنب التركيز على الفشل والتعلم من الأخطاء السابقة	- تسعى المؤسسة إلى تأمين بيئة عمل تسمح بحرية التعبير عن الرأي وتقديم الاقتراحات.	3.351	0.934
	- تناقش المؤسسة بروح ودية الأخطاء للتعرف على أسبابها وتعلم كيفية تجاوزها.	3.370	0.875
	- تكافئ المؤسسة الأفراد لما يقدمونه من أفكار جديدة ومبتكرة.	3.277	1.235
	- تهتم الإدارة بتزويد العاملين بالتغذية العكسية عن تقييم أدائهم وتشجيعهم على تشخيص أخطائهم وتجاربهم السابقة.	3.259	1.012
	- هناك دعم عالي من إدارة المؤسسة لعملية تعليم وتدريب الأفراد.	3.351	1.066

أ) **استراتيجية التعلم المخطط**: تشير نتائج هذا المتغير إلى اهتمام إدارة المؤسسة المبحوثة بتنمية الأفراد وتدريبهم بدرجة **تقترب من المتوسط** من خلال اعتمادها عملية التعلم وتأمين مستلزمات التحقيق بما يؤمن دعم الرصانة العلمية وتشجيع الإبداع لتعزيز المركز التنافسي للمؤسسة.

ب) **إيجاد المعرفة ونقلها إلى جميع أنحاء الكلية**: تشير النتائج من وجهة نظر الباحثة إلى أن المؤسسة المبحوثة تهتم **بدرجة مقبولة الى حد ما** بتنمية معارف ومهارات العاملين والمشاركة في المعرفة بين أقسامها المختلفة لنشر المعرفة والتعلم من خبرات وتجارب الآخرين.

ت) **تجنب التركيز على الفشل والتعلم من الأخطاء السابقة**: تشير نتائج هذا المتغير إلى أن هذه المؤسسة قد نجحت **وبدرجة مقبولة الى حدٍ ما** في تحقيق هذا المتغير، والتي تشير إلى أنها تهتم بدرجة مقبولة الى حدٍ ما بتأمين بيئة عمل تسمح بحرية الرأي وتقديم الاقتراحات لتطوير العمل وتحسين الأداء وتناقش أخطاء العاملين عن تقييم أدائهم لغرض التعلم وتجاوزها في المستقبل.

من خلال تفسير المعلومات المتحصل عليها من مؤسسة محبوبة انطلاقا من الجدول السابق، نستنتج أن مؤسسة محبوبة تهتم بتنمية معارف ومهارات العاملين والمشاركة في المعرفة لنشر التعلم من خبرات وتجارب الآخرين، كما نجحت المؤسسة محل الدراسة إلى حد ما في تحقيق التعلم من الأخطاء السابقة وتسمح بحرية الرأي وتقديم الاقتراحات وهذا ما يدل على احتواء مؤسسة محبوبة على عدة أساليب ناجعة في عملية التعلم ؛ وبهذا يمكننا القول إن مستوى التعلم التنظيمي لمؤسسة محبوبة **مرتفع إلى حد ما**.

2) مستوى الإبداع التنظيمي في مؤسسة محبوبة

بالنسبة للسؤال الثاني والذي نص على ما مستوى الابداع التنظيمي في مؤسسة محبوبة؟ تم استخراج المتوسطات والانحرافات المعيارية لكل عبارة من عبارات الاستبيان لغرض التحقق من السؤال وتم عرضه انطلاقا من الجدول التالي:

جـدول (02) يوضح استجابات المفحوصين على الأسئلة المتعلقة بالإبداع التنظيمي

المتغيرات الفرعية	مضـمـون السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أ) تبني الأفكار الإبداعية	- عادة ما أعد الشخص الأول بين زملائي في محاولة إيجاد عدد من الأفكار أو طرائق جديدة في العمل.	3.500	0.863
	- أحاول الاستفادة من مقابلة الأشخاص المهمين في المؤسسة للوصول إلى أفكار أو طرائق جديدة في الأداء	3.851	0.851
	- عادة ما اسند مقترحات زملائي بشأن ما يقدمونه من أفكار جديدة لزيادة عدد الإبداعات المقدمة إلى المؤسسة.	3.870	0.728
	- أحاول الاستفادة من الأسئلة التي يطرحها الآخرين لتحقيق عدد من الأفكار في مجال العمل.	4.074	0.723
ب) مدة الإبداعات المتبناة	- أرغب بالمشاركة في اختصار مدة حل المشكلات الإبداعية التي يواجهها زملائي عند أدائهم العمل.	4.074	0.748
	- أسعى إلى تعجيل حل المشكلات التي تقف أمام حالات الإبداع في المؤسسة بتطوير اتصالي الشخصي في ميدان العمل.	4.055	0.684
ت) دعم وإسناد الإبداع والمبدعين	- إن نقص التمويل لتقصي الأفكار المبدعة يعد مشكلة في المؤسسة.	4.370	0.784
	- يتوافر لدي الوقت الكافي للسعي وراء الأفكار الإبداعية.	3.185	1.010
	- تحظى أفكارنا الإبداعية باحترام وتقدير إدارة المؤسسة.	3.240	0.970
	- تميز مؤسستنا المبدعين بشكل صحيح وواضح للجميع.	3.111	1.075
	- تقدم مؤسستنا التسهيلات اللازمة لتطبيق الأفكار الجديدة.	3.259	1.102

أ) تبين نتائج الجدول أعلاه أن متغير تبني الأفكار الجديدة قد حقق أوساطاً حسابية تفوق المتوسط وبانحرافات معيارية (0.863، 0.851، 0.728، 0.723) على التوالي مما يعكس ذلك اهتماماً **فوق المتوسط** لأفراد عينة الدراسة بإيجاد عدد من الأفكار والطرائق الجديدة للأداء محاولين الاستفادة من خبرة ومعارف الأشخاص المهمين وإسناد مقترحات الآخرين لتحقيق عدد من الأفكار لغرض تطوير العمل وتحسين الأداء.

ب) يلاحظ من الجدول أعلاه أن متغير مدة الإبداعات المتبناة قد حقق أوساطاً حسابية بمستوى جيد، مما يعكس اهتماما **بمستوى عالي نسبياً** لأفراد العينة بمحاولة اختصار زمن حل المشكلات الإبداعية في العمل والرغبة في تطوير الإتصال الشخصي في ميدان العمل لتحقيق ذلك والسعي الى موازنة الوقت والجهد من أجل متابعة الأفكار الجديدة.

ت) يتضح من الجدول أعلاه أن هناك **اهتماماً مقبولا** إلى حد ما من قبل المؤسسة المبحوثة بدعم الأفكار الإبداعية وتمييز المبدعين عكسته استجابات متغير دعم وإسناد الإبداع والمبدعين، ونرجع السبب في ذلك إلى عدم كفاية التمويل اللازم للتقصي والبحث عن الأفكار المبدعة.

كما نستنتج من تحليلنا للمعلومات المجمعة أن النتائج تعكس اهتمام مؤسسة محبوبة **بمستوى عالي نسبيا** على تبنيها للإبداع وذلك انطلاقا من تبنيها للأفكار الإبداعية ودة الإبداعات المتبناة في ميدان العمل والسعي إلى دعم وإسناد المبدعين من أجل متابعة الأفكار الجديدة؛ وهذا مستوى جيد تصل إليه المؤسسة بالنسبة للتطورات المشهودة اليوم.

3) العلاقة بين التعلم التنظيمي والابداع

بالنسبة للسؤال الثالث والذي نص على هل هنالك علاقة بين التعلم التنظيمي والإبداع التنظيمي في مؤسسة محبوبة للعجائن؟ ولغرض التحقق منه تم وضع الجدول التالي الذي يبين علاقة الارتباط بين متغيرات الدراسة ألا وهي

التعلم التنظيمي والإبداع بتوضيح معامل الارتباط والدلالة للعلاقة في الجدول التالي:

الجدول (03): يوضح علاقة الارتباط بين التعلم التنظيمي والإبداع في مؤسسة محبوبة

المتغيرات	معامل الارتباط	الدلالة
عملية التعلم التنظيمي والابداع	0.533**	معنوية
مستوى المعنوية (0.01)		

يشير الجدول أعلاه الى وجود علاقة معنوية ايجابية بين عملية التعلم التنظيمي والابداع إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0.533) عند مستوى معنوية (0.01) فيها وهذا ما يجيب على السؤال الثالث الذي ينص على هل هنالك علاقة بين التعلم التنظيمي والإبداع التنظيمي في مؤسسة محبوبة للعجائن؟ وهذه النتيجة تعني أن المؤسسة المبحوثة تتبنى عملية التعلم التنظيمي بمستوى مقبول لتحقيق الابداع فيها وذلك ينسجم مع ما جاء في نتائج السؤال الأول والثاني اللذان يدوران حول التعلم والإبداع داخل المؤسسة محل الدراسة.

الخاتمة

لقد حاولنا في هذه الدراسة أن نبين علاقة الإبداع بالتعلم التنظيمي في المؤسسات، بعد أن تناولنا فيما سبق أهم الأسس النظرية لموضوع البحث وتعريفه وكذا ميدانه، وبينت نتائج الدراسة فيما يخص واقع الإبداع وعلاقته بعملية التعلم التنظيمي في مؤسسة "محبوبة للعجائن الغذائية" أن هناك اهتمام من طرف المؤسسة بالإبداع في المنتوج وكذا العملية الإنتاجية وكذلك اهتمام بالتعلم إذ تقوم المؤسسة محل الدراسة بفتح برامج للتعلم قصير المدى داخلها لهدف اكتساب المنظمة مهارات جديدة تساعدها على متابعة التطورات الإبداعية.

ومما سبق يمكننا القول إن الإبداع يقوم على أساس إدخال الأساليب أو العمليات أو المنتجات أو الخدمات الجديدة التي تتيحها المؤسسة، والذي يتطلب التعلم المستمر من أجل إستعاب وتطبيق الأشياء الجديدة بكفاءة بما يحقق أهداف المنظمة.

إضافة إلى النتائج المتوصل لها قمنا بوضع **مجموعة من المقترحات** لمعالجة المعيقات والمشاكل التي تواجه تبني الإبداع والتعلم داخل المؤسسة نذكر منها:

1. ضرورة تبني المؤسسة قيد الدراسة بناء شامل لعملية التعلم التنظيمي بأبعادها كافة والعمل على نشر ثقافة التعلم وتوفير بيئة أكثر ملائمة ومشجعة وداعمة تدرك أهمية التعلم في تعزيز فرص الابداع ووضع خطط وبرامج تعمل على تفعيل أبعاد عملية التعلم على مستوى المؤسسة.
2. أن تولي المؤسسة اهتماماً أكبر بعملية تكوين رؤية مشتركة حول أهداف التعلم وتشجيعهم على ابداء ملاحظاتهم واقتراحاتهم وتحديد حاجاتهم للتنمية والتطوير بما يؤمن وضع منهج استراتيجي لتطوير العاملين وتحسين أدائهم والمحافظة على مستوى متفوق للمعرفة يجعل الكلية أكثر استجابة للتغييرات البيئية.
3. وضع برامج محددة للتعلم والتدريب مبنية على أسس موضوعية على وفق احتياجات الكلية من المهارات والخبرات اللازمة لتطوير وتحسين أداء وسلوك العاملين فيها.
4. تنظيم وتشجيع الاتصال واللقاءات الجماعية بين الأفراد المهتمين بالمعرفة من داخل المؤسسة وخارجها لتحقيق الهدف الأساس للتعلم التنظيمي وهو التطوير المستمر للمعرفة وتشجيع التنوع الفكري والمعرفي.

الهوامش

* تم استعمال برنامج SPSS الإصدار (19) في عملية التحليل الإحصائي.

1. Argyris, C, & Schon, D, 1987, **Organizational Learning: A theory of Action perspective**, Addison Wesley, Reading. M.A, p 04.

2. Burnes Berard, 2000, **Managing Chang:Astrategic Approach to Organizational Dyamics**, 3ed, Prentic Hall, England, p 137.

3. Riesen, Hermann, 2004, « Organizational Learning Knowledge and Its Role », Seminar Work, Tu-53.252 Learning Organization, Full Term.

4. Senge, P, 1990, **The Fifth Discipline: The Art & practice of the Learning Organization**, Doubleday, New york, p 24.

5. Verganti, R, "Leveraging on Systemic Learning to Manage the Early Processes of Product Innovation Projects", **R&D Management**, vol(27), N(4), (1997), p377-392.

6. Moorbead, G, & Griffin, W, 1995, **Organizational Behavior**, Houghton Mifflin Company, USA, p 36.

7. Hatch, Mary. Jo, 1997, **Organization theory: Modern, Symbolic, & postmodern perspectives**, Oxford University Press, p 371.

8. جاسم محمد الذهبي ، 2001 ، **التطوير الإداري: مداخل ونظريات-عمليات واستراتيجيات** ، مطبعة التعليم العالي ، بغداد ، ص 66.

9. خليل محمد الشماع ، خضير كاظم ، 1989 ، **نظرية المنظمة** ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، ص 98.

10. Stewart, T.A, 1999, Intellectual **Capital: The New Wealth of Organizations**, Doubleday Currency, New york, p 26.

11. Tushman, M, & Moore, W, 1982, **Reading in the Management of Innovation**, Pitman Publishing, London, p 287.

12. Rogers, E.M, & Shoemaker, 1971, **Communication of Innovation: The Free Press**, Macmillan Company, New York, p 71.

13. Caplin, J.P, 1968, **Dictionary of psychology**, Dell, New york, p 115.

14. روشكا ، الاسكندر ، 1989 ، **الابداع العام والخاص** ، ترجمة غسان عبد الحي ، عالم المعرفة ، الكويت ، ص 19.

15. السعد ، مسلم علاوي والعلياوي ، مزهر عبد السادة ، "العوامل المؤثرة في تنمية الابداع في المنشأة الصناعية" ، **مجلة العلوم الاقتصادية والادارية** ، جامعة بغداد ، عدد خاص لوقائع المؤتمر القطري الأول للعلوم الإدارية كلية الادارة والاقتصاد ، (2001) ، ص 11.

16. محمد رضا البغدادي ، 2001 ، **الأنشطة الإبداعية للأطفال** ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ص 12.

17. Lampikoski, Kari, & Emden, Jack, 1996, **Igniting Innovation: Inspiring Organizations by Managing Creativity**, John Wiley & Sons, England, p 65.

18. Guthrie, Brian, & Warda, Jaeck, « The Rood Global Best: Leadership Innovation & Corporate Culture », **the Conference Board of Canada**, Series Challenge Paper, 2001, p 14.

19. Daft, Richard. L, 2001, **Organization theory and Design**, South Western, New york, p 357.

20. Guilford, J. P, 1962, **Creativity: It is Measurement & Development**, Sourcebook for Creative Thinking Charlessevise, New York, p 557.

21. Morales, Victor. J, & Montes, Francisco. J, "Antecedents & Consequences of Organizational Innovation & Organizational Learning in Entrepreneur Ship", **Industrial Management & Data Systems**, vol (106), N (1), (2006), p21.

22. الجبوري ، بلقيس ، "الابداع الإداري وأثره في تطوير النظم" ، **مجلة كلية الادارة والاقتصاد** ، جامعة المستنصرية ، العدد 17 ، 1995 ، ص 3.

23. الصرن ، رعد حسن ، 2000 ، **إدارة الابتكار والابداع: الاسس التكنولوجية وطرائق التطبيق** ، ط1 ، دار الرضا للنشر ، الأردن ، ص 28.

24. Aiken, M., & Hage, S, "The Organic Organization and Innovation", **Academy Management Journal**, vol (5), N (1), 1971, p 3.

25. Bear, M,& Frese, M, « Innovation is not Enough: Climates for Initiative and Psychological Safety » , **", Journal of Organizational Behaviour,** Process Innovations and firm performance, vol(24), 2003, p45.

26. European Commission, Innovation Management and the Knowledge- Driven Economy, http:// trendchart. Cordis. lu/ reforts/ documents / studies- innovation- management, Directorate- General for Enterprise, Luxembourg, 2004, p6.

27. السالم ، زين العابدين جاسم محمد ، "تحليل مقومات ادارة المعرفة وعلاقتها بالابداع" ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، تخصص ادارة الاعمال ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة البصرة ، 2005 ، ص 84.

28. Therin, Francois, "Organizational Learning and Innovation in High- Tech Small Firms", Proceedings of the 36th Hawaii International Conference on System Sciences, 2002, p 23.

29. السالم ، زين العابدين جاسم محمد ، مرجع سابق ، ص 91.

30. Sluis, Lidewey. E, "Designing the Work place for Learning and Innovation", **Development & Learning in Organization**, vol (18), N (5), 2004, p 10.

31. أيوب ، ناديا حبيب ، "دور ممارسة التعلم التنظيمي في مساندة التغيير الإستراتيجي في المنشآت السعودية" ، مجلة الإدارة العامة ، مجلد 44 ، العدد 1 ، 2004 ، ص 77.

32. Zirger, B.J, "The Influence of Development Experience and Product Innovativeness on Product Outcome", **Technology Analysis and Strategic Management**, vol(9), N(3), 1997, p 287.

33. Axtell, C., Holman, D, Unsworth, K, Wall, T, Waterson, P, & Harrington, E, "Shopfloor Innovation: Facilitating the Suggestion and Implementation of Ideas", **Journal of Occupational & Organizational Psychology**, vol(73), 2000, p 265.

34. نجم ، نجم عبود ، 2005 ، **ادارة المعرفة: المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات**، مؤسسة الوراق للنشر ، عمان ، 2005 ، ص283.

35. Daft, R.L, & Becker, S.W, 1998, **the Innovative Organization: Innovation Adoption In Organization**, North Holland, New York, p 94.

36. April, Kurt. A, "Guide Lines for Developing Astrategy", **Journal of Knowledge Management**, vol (6), 2002, p 55.

37. العامري ، صالح مهدي والغالبي ، طاهر محسن ، «رأس المال المعرفي: الميزة التنافسية الجديدة لمنظمات الأعمال في ظل الاقتصاد الرقمي" ، **المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع** 26-28 نيسان ، ادارة المعرفة في العالم العربي ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة الزيتونة الإدارية ، 2004 ، ص 11.

38. الكبيسي ، عامر ، 2005 ، "ادارة المعرفة وتطوير المنظمات" ، المكتب الجامعي الحديث ، ص 116.