

UKJAES

University of Kirkuk Journal
For Administrative
and Economic Science

ISSN 2222-2995

University of Kirkuk Journal For Administrative
and Economic Science



Khamis Hanaa Nasrallah. Components of information technology and its role in implementing the organizational innovation strategy (An analytical study of the opinions of a sample of workers in the cotton and wool industries companies in Iraq). *University of Kirkuk Journal For Administrative and Economic Science*. Volume (14) Issue (2) Appendix (1) The special issue of the Fifth Scientific Conference of the College of Administration and Economics - University of Diyala - Digital Transformation and its Role in Administrative and Economic Decision-Making - 24-25, April - 2024. p-p: 162-177.

Components of information technology and its role in implementing the organizational innovation strategy (An analytical study of the opinions of a sample of workers in the cotton and wool industries companies in Iraq)

Hanaa Nasrallah Khamis¹

⁽¹⁾ Rusafa Management Institute/ Central Technical University, Baghdad, Iraq

hanaa_nassrullah@mtu.edu.iq¹

Abstract. Increasing interest in both information technology and creativity strategy because they are of great importance to organizations of different nature of their activities, so the research aims to identify the reality of the work of companies and their departments and raise the interest of strategic leaders in companies to the importance of search variables.

The research problem was identified in two dimensions, the first dimension is cognitive. The second applied dimension describes the future vision and strategic plan related to the organizational innovation strategy at present. The research was applied in the field of the industrial sector, which is facing the process of change at the current stage with the accumulation of causes of neglect and lack of development. In order to achieve the objectives of the research, a number of hypotheses were formulated for the purpose of testing them in the two Iraqi companies, namely (Sufism and cotton), and the chairman and members of the board of directors and heads of departments and divisions, numbering (40) were chosen as a sample for research.

In order to obtain data and information related to the research variables, the researcher adopted an advanced scale suitable for research in addition to personal interviews, and for the purpose of analyzing responses and testing research hypotheses, the researcher used a number of statistical methods, including percentage, arithmetic mean, standard deviation, Pearson correlation coefficients, test (F, T) and simple linear regression. In light of the results obtained, the research reached a set of conclusions, the most important of which is the existence of a correlation between the main and secondary variables of both information technology and the organizational innovation strategy, and to make the necessary recommendations thereon, the most important of which is the need to apply creativity effectively by training senior management to absorb technology and advanced communication techniques and develop the administrative decision-making process.

Keywords: Information Technology, Organizational Innovation Strategy, State Company for Cotton Industries and General Company for Woolen Industries.

مكونات تقانة المعلومات ودورها في تنفيذ استراتيجية الابداع التنظيمي (دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في شركتي الصناعات القطنية والصوفية في العراق)

م.د. هناء نصر الله خميس^١

^(١) معهد الإدارة الرصافة/ الجامعة التقنية الوسطى، بغداد، العراق

المستخلص. تزايد الاهتمام بكل من تقانة المعلومات واستراتيجية الابداع لما يشكلانه من أهمية كبيرة للمنظمات على اختلاف طبيعة نشاطاتها، لذلك يهدف البحث إلى الوقوف على واقع عمل الشركات وأقسامها وإثارة اهتمام القادة الاستراتيجيين في الشركات لأهمية متغيرات البحث. حددت مشكلة البحث ببعدين البعد الأول معرفي. أما البعد الثاني التطبيقي بصف الرؤية المستقبلية والخطة الاستراتيجية المتعلقة باستراتيجية الابداع التنظيمي في الوقت الحاضر. وتم تطبيق البحث في ميدان قطاع الصناعة الذي يواجه عملية التغيير في المرحلة الراهنة مع تراكم مسببات الإهمال وعدم التطوير. ومن أجل تحقيق أهداف البحث تم صياغة عدد من الفرضيات لغرض اختبارها في الشركتين العراقية (الصوفية والقطنية) للفترة 2023/9/20 (إلى ٢٠٢٤/٢/٢٠). واختير رئيس واعضاء مجلس الادارة و رؤساء الأقسام والشعب فيها والبالغ عددهم (٤٠) كعينة قصدية للبحث وبهدف الحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بمتغيرات البحث اعتمدت الباحثة مقياس متطور ملائم للبحث إلى جانب المقابلات الشخصية، ولغرض تحليل الاستجابات واختبار فرضيات البحث استخدمت الباحثة عدد من الوسائل الإحصائية منها النسبة المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعاملات ارتباط بيرسون واختباري (F,T) والانحدار الخطي البسيط. وعلى ضوء النتائج التي تم الحصول عليها توصل البحث إلى مجموعة استنتاجات من أهمها وجود ترابط بين المتغيرات الرئيسية والثانوية لكل من تقانة المعلومات واستراتيجية الابداع التنظيمي، وتقديم التوصيات اللازمة بشأنها وأهمها ضرورة تطبيق الابداع بشكل فاعل عن طريق تدريب الإدارات العليا على استيعاب التكنولوجيا وتقنيات الاتصالات المتطورة وتطوير عملية صنع القرار الإداري. **الكلمات المفتاحية:** تقانة المعلومات ، استراتيجية الابداع التنظيمي ، الشركة العامة للصناعات القطنية والشركة العامة للصناعات الصوفية.

Corresponding Author: hanaa_nassrullah@mtu.edu.iq

المقدمة

ان التطور الهائل في مكونات تقانة المعلومات على مستوى التنوع والمهام ساهم في تعزيز عناصر الميزة التنافسية وتوفير المعلومات الدقيقة والمتكاملة التي تساعد المنظمات في اتخاذ القرارات الرشيدة. فأصبحت تقانة المعلومات من اهم سمات العصر. فأتت الانشطة تؤدي الى السرعة في انجازها وبالتالي تلبية احتياجات الزبون وادائها بقدرة عالية تسمح للمنظمة بالتمتع بمستوى اداء تنافسي وتغيير في اسلوب اداء الانشطة الانتاجية .

وتعد تقانة المعلومات هي محرك مهم لنجاح تنفيذ استراتيجية الابداع التنظيمي واتخاذ القرارات الاستراتيجية من أجل التطور باعتبارها مكونات محددة لاستراتيجيات الابداع التنظيمي التي بدورها تشير الى كيفية تحول الشركات الى تطوير منتج او تقنية جديدة للبقاء على قيد الحياة في ظل تغيرات السوق السريعة وتساعد في تحديد مكونات الموارد الحالية المنتجات والعمليات والانظمة للتكيف مع السوق وفي الوقت نفسه توجه المنظمة على اتخاذ القرارات المناسبة بشأن العمل والوظائف التي ينبغي اتخاذها في السوق المستقبلية وقد جاء البحث ليركز على دور مكونات تقانة المعلومات في تنفيذ استراتيجية الابداع التنظيمي وبعد من الموضوعات المهمة لما له من تأثيرات جوهرية في تحديد الاتجاه العام لأنشطة الشركتين قيد البحث .

فقد تضمن البحث اربعة مباحث ركز الاول على منهجية البحث ، فيما اوضح الثاني مفهوم كل من تقانة المعلومات واستراتيجية الابداع التنظيمي ومفهومهما واهميتهما وابعادهما ، في حين تناول الثالث الجانب العملي واخيرا المبحث الرابع تضمن الاستنتاجات والتوصيات .

المبحث الاول منهجية البحث

اولاً: مشكلة البحث:

تؤكد الدراسات المعاصرة ضرورة السعي نحو توظيف تقنيات المعلومات في استراتيجية الابداع التنظيمي، للاستفادة من الابداعات المقدمة من قبل المنظمة وتوظيفها في القرارات الرشيدة والمتمثل في تحسين أداء الابداع من قبل العاملين في المنظمة من خلال

دقة المعلومات وسرعة الحصول عليها مع إيصالها إلى المستفيدين منها لترشيد عملية صنع القرارات، فضلاً عن ممارسة أنشطة المنظمة من خلال الشبكات المحوسبة. ويواجه القطاع الصناعي لا سيما الحكومي منه صعوبات تحد من قدرات هذا القطاع على تحقيق أهدافه في تقديم منتوجات بمواصفات ترضي الزبائن وتجعل توقعاتهم عن تلك المنتوجات متفقة مع ما يحصلون عليه فعلاً. ولضمان تقديم منتج يتفق مع حاجات الزبائن ورغباتهم من حيث الجودة ، فقد اتجه البحث لمعرفة دور مكونات تقانة المعلومات في استراتيجية الإبداع التنظيمي من خلال الاستراتيجيات المتبعة لدى إدارة الشركة ، وانطلق البحث في صياغة المشكلة من التساؤلات الآتية :

- هل يوجد توظيف يتلائم مع ما تمتلكه مؤسساتنا الصناعية المبحوثة من تقانات في تحسين الإبداع ؟
- هل يمتلك الأفراد العاملون في مؤسساتنا الصناعية المبحوثة المؤهلات والخبرات التي تمكنهم من تطوير إبداعاتهم بما ينسجم والتطورات الحاصلة في تقانة المعلومات ؟
- هل ان تقانة المعلومات سائدة فكرياً وانتاجياً بما يناسب متطلبات العمل ؟
- هل ان الشريكتين الصناعية المبحوثة تتمايز بالأبداع التنظيمي الاستراتيجي مما يعزز حالات الخصوصية المميزة لها ويساهم في اثرائها ؟
- هل تعتمد المؤسسات الصناعية في عملها على استراتيجيات الإبداع التنظيمي ؟
- ما تأثير كل من تقانة المعلومات في استراتيجية الإبداع التنظيمي في الشريكتين؟

ثانياً: أهمية البحث:

- النشاط الكبير الذي يمارسه كل من (تقانة المعلومات) و(استراتيجية الإبداع التنظيمي) داخل المؤسسات الصناعية في القطاع الصناعي خاصة في ظل الثورة المعلوماتية والتطورات العلمية والتقنية.
- تعميق المعرفة التنظيمية الإدارية في موضوع حيوي وواسع لكي يمكن إفادة السادة مدراء الشركة ورؤساء الأقسام في الشريكتين لبيان أهمية التفكير المستقبلي في بناء تصور عام لاستراتيجية الإبداع التنظيمي.
- المساهمة في نقل التجارب العلمية المتقدمة على واقع المنظمات العراقية (القطاع الصناعي) عن طريق اختبار المقاييس العالمية المستخدمة ومحاولة تقويم تلك التجارب عن طريق التحليل والدراسة العلمية لكل متغير من متغيرات البحث، ومحاولة إدراك انسجامه مع طبيعة عمل المنظمات العراقية.
- تشخيص مستوى استخدام وتفعيل تقنيات المعلومات في انجاز الأنشطة وتطوير العمل الإداري وبخاصة في مجال اتخاذ القرارات وبناء تصورات لاستراتيجية الإبداع في المؤسسات العراقية وبشكل فاعل وكفوء مع محاولة التطوير المستمر لها.

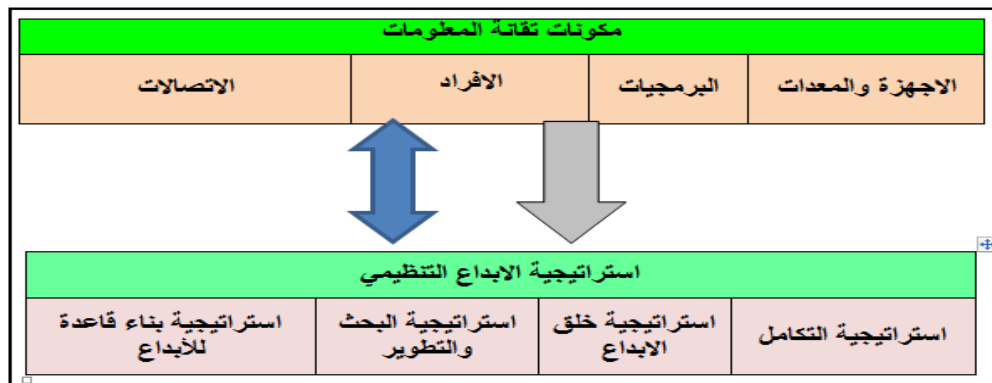
ثالثاً: أهداف البحث:

يسعى البحث الى تحقيق الاهداف الآتية :

- بناء إطار معرفي خاص بالبحث والتعرف على ماهية تقانة المعلومات ودورها في تنفيذ استراتيجية الإبداع واستخلاص أبرز المؤشرات التي تعزز بحثنا الحالي والاستفادة منها في بناء الإطار العملي للبحث .
- الوقوف على واقع عمل الشريكتين وأقسامها في مجال متغيرات البحث وعلاقة الارتباط المهمة ببعضها.
- تحديد مدى قدرة القادة الاستراتيجيين ورؤساء الأقسام على رسم رؤية بعيدة المدى وبناء تصور لاستراتيجية الإبداع التنظيمي وإدراك متغيرات البحث لتمكينهم من مواجهة الأحداث المستقبلية .
- تشخيص واقع مستوى استخدام تقانة المعلومات في استراتيجية الإبداع التنظيمي ومعرفة العلاقة بينهما.

رابعاً: أنموذج البحث الفرضي :

أعتمد أنموذج البحث الفرضي على العلاقة المنطقية بين متغيري البحث المتمثلين بتقانة المعلومات كمتغير مستقل واستراتيجية الإبداع التنظيمي كمتغير تابع له وما يتضمنه كلا المتغيرين من ابعاد فرعية .



الشكل (1) مخطط البحث الفرضي

المصدر : اعداد الباحثة

علاقة ارتباط
علاقة تأثير

خامساً: فرضيات البحث:

توضيحاً لأنموذج البحث وتحقيقاً لأهدافه فقد تم صياغة الفرضيات الآتية :

- ١- الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ارتباط معنوية ذو دلالة احصائية بين تقانة المعلومات واستراتيجية الابداع التنظيمي على المستوى الكلي والجزئي عند مستوى دلالة معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
- ٢- الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لتقانة المعلومات بدلالة ابعادها في استراتيجية الابداع التنظيمي على المستوى الكلي والجزئي عند مستوى دلالة معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
- ٣- الفرضية الرئيسية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة معنوية بين شركتي الصوفية والقطنية في تقانة المعلومات وابعادها (الاجهزة والمعدات، البرمجيات - الافراد، الاتصالات).
- ٤- الفرضية الرئيسية الرابعة: توجد فروق معنوية ذات دلالة معنوية بين شركتي الصوفية والقطنية في استراتيجيات الابداع التنظيمي (التكامل، خلق الابداع، البحث والتطوير ، بناء قاعدة للإبداع) .

سادساً: أهداف البحث:

يسعى البحث الى تحقيق الاهداف الآتية :

- بناء إطار معرفي خاص بالبحث والتعرف على ماهية تقانة المعلومات ودورها في تنفيذ استراتيجية الابداع واستخلاص ابرز المؤشرات التي تعزز بحثنا الحالي والاستفادة منها في بناء الإطار العملي للبحث .
- الوقوف على واقع عمل الشركتين وأقسامها في مجال متغيرات البحث وعلاقة الارتباط المهمة ببعضها.
- تحديد مدى قدرة القادة الاستراتيجيين ورؤساء الأقسام على رسم رؤية بعيدة المدى وبناء تصور لاستراتيجية الابداع التنظيمي وإدراك متغيرات البحث لتمكينهم من مواجهة الأحداث المستقبلية .
- تشخيص واقع مستوى استخدام تقانة المعلومات في استراتيجية الابداع التنظيمي ومعرفة العلاقة بينهما.

سابعاً: منهج البحث :

اعتمد البحث في اختبار فرضياته المنهج الوصفي التحليلي بدراسة العلاقات بين المتغيرات المستقلة والمعتمدة وجمع البيانات ذات العلاقة في تحليلها والاستعانة بالمصادر العلمية والبحوث والدراسات والتقارير المنشورة في الدوريات والمجلات العربية والاجنبية فضلاً عن شبكة الانترنت. واعتمدت استمارة الاستبيان للحصول على البيانات بوصفها أداة رئيسة .

ثامناً: عينة البحث :

تم اختيار عينة قصدية متمثلة ب (٤٠) فرداً من رئيس وأعضاء مجلس الادارة ومديري الأقسام والشعب والآتي وصف لخصائص العينة .

جدول (١) توزيع خصائص عينة البحث

ت	العمر	التكرارات	النسبة المئوية
١	٢٠ - ٣٩ سنة	٤	10%
٢	٤٠ - ٤٩ سنة	٢٨	٧٠%
٣	٥٠ فأكثر	٨	٢٠%
ت	الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
١	ذكور	٣٢	٨٠%
٢	إناث	٨	٢٠%
ت	المؤهل العلمي	التكرارات	النسبة المئوية
١	دبلوم . معهد	١٢	٣٠%
٢	بكالوريوس	٢٤	٦٠%
٣	ماجستير	٣	٧%
٤	دكتوراه	١	٣%
ت	سنوات الخدمة	التكرارات	النسبة المئوية
١	١ - ٢٠	٤	١٠%
٢	٢١ - ٢٩	٣٠	٦٠%
٣	٣٠ فأكثر	٦	٣٠%
ت	التخصص	التكرارات	النسبة المئوية
١	اداري	١٥	٢٢%
٢	فني	٢٥	٧٨%

المبحث الثاني الجانب النظري

أولاً: ثقافة المعلومات

١- مفهوم ثقافة المعلومات :

تمثل ثقافة المعلومات (العاني، ٢٠٠٩: ٦٣) كافة الأمور التي تتضمن الحواسيب والأجهزة المساعدة لها وشبكات الحواسيب بأنواعها المختلفة ومعالجه البيانات والمعلومات بكافة أشكالها وكافة المراكز والوظائف المتعلقة بالتكنولوجيا وخدمات التكنولوجيا في الأنظمة والمؤسسات إضافة إلى البرامج والحزم البرمجية التي تستخدم في أداء الأعمال والوظائف وتسويق المنتجات والخدمات وكل ما يتعلق في ذلك من برامج وأجهزة ومعدات. في حين أوضح (وصفي، ٢٠٠٧: ٢١) بأنها التقنيات اللازمة لعملية التقاط البيانات وتصنيفها وتحليلها وإعادة بثها لتوفير مخرجات ذات قيمة للمستخدم النهائي في الزمن والمكان الملائمين بهدف تحسين الاداء.

اما (عجام، ٢٠٠٧: ٣٥) فأكد فلسفة عمل ذات صبغة معرفية ظهرت بشكل واضح مع دخول عصر المعلومات، تعمل ضمن اطار يستخدم الثقافة بأدواتها المختلفة مع المعلومات ضمن سياق شمولي يهدف للكفاءة والفاعلية والابداع لعمل المنظمة والوصول لتحقيق استراتيجيتها بنجاح. وأشار (الشمرى، ٢٠٠٤: ٢٨٢) ان ثقافة المعلومات هي استخدام الآت الثقافة الحديثة في جمع البيانات ومعالجتها من اجل توفير الوقت والجهد والمال، واحداث تنمية شاملة، ومن ضمنها تنمية الفكر الانساني والمقدرة البشرية. اما (حريم، ٢٠٠٣: ١٨٨) يؤكد ان العلماء والباحثين اتفقوا على ان الثقافة لا تقتصر على المعدات والاجهزة والأدوات، بل تتضمن ايضا الجوانب المعرفية والفكرية والأساليب والفنون اللازمة لتحويل مدخلات المنظمة الى مخرجات. وأشار (العلاق، ٢٠٠٤: ٢٩) ان مصطلح ثقافة المعلومات من المصطلحات التي احتلت الصدارة في عصرنا الراهن لأسباب تحدد بأحدث ما توصلت اليه العقلية البشرية من المخترعات في مجال الإلكترونيات والاتصالات عن بعد، وقد اتسمت هذه الثقافة بدورها الداعم للأنشطة المختلفة وبنائها في المجتمع. فقد أشار (Kotler, 2000 : 52) ثقافة المعلومات تتكون من الأشخاص والاجهزة والمعدات والاجراءات التي تستخدم في جمع ومعالجة وتخزين البيانات والمعلومات من اجل الحصول على صور شاملة لأنشطة المنظمة. وترى الباحثة بأنها معدات وبرامج ومنتجات تستخدم في تخزين ومعالجة ونقل وعرض كل صور المعاملات، وقد اسهمت ثقافة المعلومات على تحسين وتطوير منتجات وخدمات وعمليات المنظمة .

٢- أهمية ثقافة المعلومات :

فقد حدد (زايد، ٢٠٠٦: ١٥) أهمية الثقافة بالنسبة للمنظمات الحديثة بزيادة قدرة المنظمة على السيطرة على الوقت والمسافات، زيادة القدرة في توليد ونقل وتوزيع الطاقة، زيادة قدرة المنظمة في تصميم مواد جديدة وتغيير خصائصها، زيادة قدرة المنظمة في توحيد الجهد البشري، زيادة القدرة في فهم الانسان وسلوك الجماعات في المنظمة. فقد أصبحت ثقافة المعلومات من أهم سمات العصر فأتمته الأنشطة تؤدي الى السرعة في انجازها، وبالتالي تلبية احتياجات الزبون وأدائها بقدرة عالية تسمح للمنظمة بالتمتع بمستوى أداء تنافسي، والى تغيير في اسلوب أداء الأنشطة الانتاجية (حسن، ٢٠٠٦: ٢٨٤).

تضيف (العسكري وآخرون، ٢٠٠٥: ٩٨) ان لثقافة المعلومات أهمية في نقل المعلومات بسرعة دون التأثير بالمسافات ودون استخدام اساليب التحليل المعقدة لدعم العمليات.

وتبرز أهمية ثقافة المعلومات في اسهاماتها الجادة لتعزيز عناصر الميزة التنافسية (حديد، ٢٠٠٣: ٤٩). ويضيف (اللوذي، ٢٠٠٣: ١٧٦) بان توافر المعلومات يساعد المنظمات الادارية على العمل على اتخاذ القرارات الرشيدة والعمل على استخدام أنظمة اتصالات فعالة.

٣- مكونات ثقافة المعلومات :

ان اهم ميدان أثرت فيه ثورة الالكترونيات كان ثقافة الحاسبات وتطبيقاتها، لذلك فان هذا المبحث سيتناول نبذة مختصرة عن الحاسوب وملحقاته والبرامجيات والشبكات والاتصالات.

أ- الاجهزة والمعدات :

يعد الحاسوب الركيزة الاساسية في ثقافة المعلومات، وهو من أهم المستجدات التقنية التي انتشرت بعد النصف الثاني من القرن الحالي، وأخذت تأثيراته تدخل الى مختلف مجالات الحياة وميادينها، والحاسوب عبارة عن مجموعة من الأجهزة والوحدات المستقلة (Hard ware) تعمل هذه الوحدات فيما بينها بشكل متناسق ومنظم من خلال البرامجيات software ، وتكون الأجهزة والبرامجيات معا ما يسمى بنظام الحاسوب. (السالمي والدباغ ٢٠٠١: ١٠١). وعرفه (المعاضدي وآخرون، ٢٠٠١: ٨٥-٨٦) بأنه نظام إلكتروني سريع ودقيق مصمم لقبول البيانات الداخلة إليه بشكل أوتوماتيكي، ومن ثم معالجة هذه البيانات وإخراج نتائج ومعلومات، وذلك في ضوء توجيه مجموعة من التعليمات المخزونة في ذاكرته على شكل برامج تعمل في سلسلة خطوات متتالية ومنسقة. ويمكن تعريفه اعتمادا على مفهوم نظرية النظم بوصفه نظاماً يتكون من مجموعة من العناصر المادية Hardware والبرمجية soft ware تشكل الأساس في بناء أنظمته الفرعية (الادخال – والمعالجة – والتخزين الثانوي - والإخراج) التي تعمل في إطار علاقة تنسيق وتفاعل تجمعها على النحو الذي يساعد في تحقيق اهدافه. ويعرف (الشبلي واحمد، ٢٠٠٣: ١٤) الحاسوب بأنه جهاز بارع في تخزين المعلومات ومعالجتها واسترجاعها عند الطلب ، وقد أطلق (السالمي ٢٠٠٥: ٢٣) . تسمية جهاز الخدمة الرئيس على جهاز الحاسوب الذي يقوم بالتحكم باستخراج برامج خاصة ، كتبت خصيصا لهذا الغرض تسمى برامج تشغيل

نظام الشبكة ، ويفضل ان يكون جهاز الخدمة الرئيس متميزا بالسرعة وان تكون ذاكرة التشغيل كبيرة ووحدة التخزين الصلبة كبيرة جدا.

من خلال ما تقدم يمكن تعريف الحاسوب بوصفه معالج بيانات ، بأنه جهاز مبرمج يتكون من مكونات مادية هي الاجهزة وملحقاتها والبرامجيات التي تتولى ادارة مواد الحاسوب .

ب- برمجيات الحاسب الإلكتروني :

مع ظهور الحاسبات كان لا بد من وجود وسيلة اتصال لنقل المعلومات من الانسان الى الحاسب فنشأت لغة البرمجة .والبرنامج عبارة عن قائمة من التعليمات المرتبة وفق ترتيب منطقي وموجه لتحقيق هدف معين ويمكن تصنيف برامجيات الحاسوب الى فئتين رئيسيتين هما:(ياسين ٢٠٠٦ : ١٤٥).

فئة برامج النظام System software وبرامج تقانة وادوات هندسة البرامجيات باستخدام الحاسوب والمعروفة (نظم التشغيل ، نظم ادارة قواعد البيانات ،برامج حماية موارد النظام)

فئة برامج التطبيقات Application software وتشمل (برامج معالج النصوص ، الجداول الإلكترونية ،برامج البريد الإلكتروني ، متعرضات شبكة الويب ، برامج دعم العمل).

واكد (الشرمان، ٢٠٠٤ : ٢٠٩) بأنها عبارة عن مجموعة من الايعازات والبرامج والأوامر والتعليمات التي تمكن الأجهزة المكونة للحاسبة من معالجة البيانات وتخزينها، واجراء العمليات المعقدة واستخراج النتائج المطلوبة منها، فضلاً عن الاشراف على وحدات الحاسبة المختلفة والتنسيق فيما بينها..

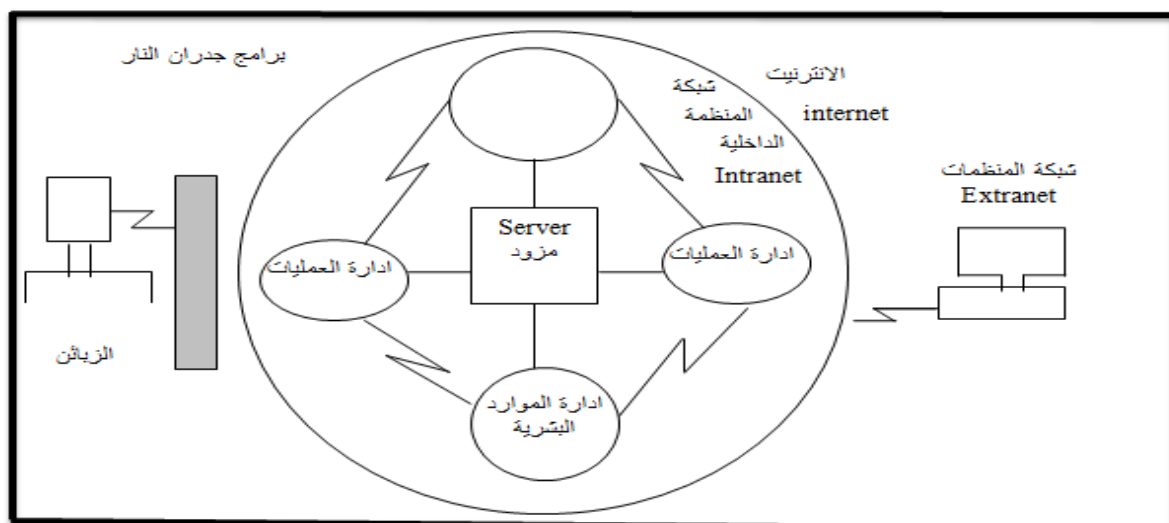
ويضيف (بصيص، ٢٠٠٤ : ١٠٧) بأن البرامجيات هي عبارة عن مجموعة من البرامج التي تستخدم في تشغيل أجهزة الحاسب وتنظيم وتنسيق العمل بين وحداته .

ترى الباحثة أن البرمجيات هي مجموعة من البرامج التي تتحكم بالكيان المادي للحاسوب، التي تقوم بحل المسائل لاستخراج النتائج المطلوبة.

ج- الشبكات والاتصالات :

فيما يخص الاتصال ، يشير(المعاضدي واخرون، ٢٠٠١ : ١٣٧) الى ضرورة اعتماد النظرة الشاملة في وصفه لما فيها من جذب الانتباه وادراك وفهم ،ومن فكرة الاتصالات جاءت الشبكات، فقد تمت ترجمة الاتصال الى نظام شبكات الحاسبات متصلة مع بعضها البعض حتى تنتج فرصة كبيرة لمستخدمي الحواسيب في الاستفادة من المعلومات بشكل أوسع وأكبر، فقد ظهرت مجموعة من المعطيات لغرض وصف الأنواع المختلفة من الشبكات التي تتدفق وتنساب فيها المعلومات وان أياً من هذه الشبكات تعرف من قبل نوع المستفيدين الذين يصلون ويستخدمون تلك المعلومات ، ويضيف كلاً من (السالمي والسليطي، 2008 : 71) ضرورة توفير البنية التحتية للاتصالات والتأكد من صلاحيتها ، وإعادة دراسة متكاملة لما موجود فعلاً من نظم معلومات منجزة وأجهزة ومعدات وشبكات في الادارات الحكومية ، والاستفادة منها في تنفيذ تقانة المعلومات .ويوجد فئات رئيسة للخدمات الإلكترونية هي: الانترنيت ،الانترانيت ،الاكسترانيت (Davis, Heineke 2003: 60) .

الشبكة العنكبوتية العالمية (شبكة الانترنت ، وشبكة الانترانت ، وشبكة الاكسترانت) لها الدور البارز في تقدم المنظمات والشركات وذلك من خلال نقلها الى منظمات رقمية.(العقابي،٢٠١٨ : ٥٤) ويمثل الشكل شبكة المنظمة الداخلية واتصالها بالشبكة الخارجية بالاشبكة الخارجية: (ياسين ٢٠٠٦ : ١٧٠)



الشكل (٢) يمثل شبكة المنظمة الداخلية واتصالها بالشبكة الخارجية

المصدر: ياسين، سعد غالب، ٢٠٠٦، نظم المعلومات الادارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع

د- الموارد البشرية :

يشكل الافراد احد المكونات الاساسية في ظل استخدام تقانة المعلومات، اذ يقع على عاتقهم استخراج المعلومات المطلوب تقديمها الى الجهات التي يمكن ان تستفيد منها، ويمثل المختصون في حقل تقانة المعلومات، ونظم المعلومات شريحة واسعة في العاملين بعقولهم ومعارفهم وخبراتهم وهؤلاء يتوزعون على اختصاصات تقنية دقيقة، ان الافراد العاملين من صانعي المعرفة والمختصين في حقول العلوم النظرية والتطبيقية لتقنية المعلومات والاتصالات هم محور الجدارة الجوهرية والاقتدار التنافسي، أي العامل الأهم في توليفة تحقيق الميزة التنافسية المؤكدة والمستخدم ومصدر الابتكار والابداع التنظيمي والتكنولوجي (ياسين، ٢٠٠٦ : ١٧٢).

ويضيف (ادريس، ٢٠٠٥ : ١٦) بأن التمييز الحقيقي يكمن في كيفية استثمار الموارد البشرية التي تشكل الميزة التنافسية التي يصعب تقليدها، أي ان التمييز لا يأتي صدفة ولا يتحقق بالتمني بل يتحقق من مجمل جهود العاملين في المنظمة المعاصرة على المستويات كافة ومن اهم سمات التمييز هو تنمية ومشاركة الموارد البشرية ويقوم على التخطيط الاستراتيجي لاحتياجات المنظمة من العاملين ذوي الاختصاصات والمهارات المحددة.

وبناءً على ما تقدم نرى ان نجاح المنظمة يعتمد على توافر عدد من الافراد العاملين البارعين والقادرين على التعامل والتكيف مع التقنيات الحديثة فهذه الكفاءات مطلوبة وبدونها لا يمكن بلوغ الهدف.

ثانياً: الإبداع التنظيمي

١- مفهوم الابداع التنظيمي :

إن مفاهيم الإبداع والابتكار التي تعد أساساً بالنسبة للبدء في أي برامج جديدة في المنظمة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالعمليات الفكرية أو الذهنية المختلفة التي يتم استخدامها من علماء النفس، ومن ثم فإن وضع تعريف واحد للإبداع أو الابتكار من الباحثين ليس أمراً هيناً على الإطلاق، ويمكن القول أن الإبداع نجاح يتحقق في ظل قيود معينة.

بينت (العبيدي، ٢٠١٠ : ٩٩) بأنه تبني فكرة جديدة غير موجودة، فمن الممكن وجود فرد مبتكر من دون خلق فكرة جديدة، حيث أن تبني الفكرة الجديدة هو في ذاته ابتكار، والمقصود بالابتكار هنا أية فكرة جديدة أو ممارسة جديدة بالنسبة للفرد الذي تبناها، إذاً التركيز ليس على درجة اختلاف الفكرة عن الأفكار المستقرة، ولكن التركيز على تبنيها. اما (Khaledabadi, 2008:2) انه عليه تجعل المنظمة تنظر إلى ما هو ابعد من نماذجها العقلية المفتوحة، ويؤدي إلى أيجاد نماذج الأعمال الجديدة المتضمنة لسلسلة قيمة جديدة، او أيجاد أسواق جديدة او إعادة تشكيل الأسواق الحالية او خلق قيمة او زيادتها لكل من الزبون والمنظمة او لكل هذه الأهداف مجتمعة.

وعرف (Slavich, 2008:144) انه القدرة على خلق تعريف فكرة الأعمال وإعادتها ومفهومها للمنظمة عن طريق تغيير كل من سوقها ومقدراتها، ونظام عملها، فهو يمثل إعادة استباقية للمنظمة وعملية تفكير خلاقة تقود إلى هذه إعادة المركزة. وأشار (Carzia, 2007:3) انه يمكن المنظمات من إعادة تعريف أعمالها، وتسليم الزبائن قيمة أكثر من القيمة النقدية وبمستوى تشغيلي عال وفعال، ويؤدي الى تغيير طبيعة المنافسة في مركز الصناعة ونمو الأرباح في البيئة التنافسية الحالية، والتي تمتاز بعدم الاستقرار وعدم الثبات، من اجل خلق أبداع جديد آخر وبين (David, 2007:3). انه خلق استراتيجيات النمو وأنواع المنتجات الجديدة، ووضع نماذج الأعمال التي تغير قواعد لعبة المنافسة في الصناعة وتقدم منفعة جديدة للزبائن والمستهلكين والمنظمة وهو طريق صعب يفرض تحديات على المنظمة لتتغير إلى ما هو ابعد من حدود أعمالها الحالية، والاكتشاف الخلاق للإمكانيات والفرص التي يمكن تحقيقها .

وأشار (Wheelen, 2010:67) انه المنافسة ضمن الصناعة الحالية اذ يقوم بشكل أساس على إعادة تعريف قيمة الزبون وتعزيزها بطرائق مختلفة بخلاف الإبداع التقليدي لذا فان الإبداع الاستراتيجي لا يستلزم إبداع المنتج بحد ذاته، وإنما يهتم بخلق القيمة المتوقعة للزبون، فهو قد يتعلق بمفهوم المنتج او طرائق الإنتاج او تقديم الخدمة او تسويقها. ان الإبداع لا يمكن أن يتحقق من دون أن تتوفر قدرات عقلية ومهارات وسلوك وحاجة للتغيير، وأن الإبداع يحدث أصلاً نتيجة تراكم معرفي من مهنة أو حرفة أو في مجال الاختصاص يسبقها أعداد وتهيو من أجل توليد كل ما هو جديد من أفكار وتوظيفها في مجالات عديدة تقنية إدارية بحيث تعود بالنفع على المنظمة إضافة إلى أنها تحتاج إلى مناخ تنظيمي يشجع على الإبداع، وقيادات إدارية تفكر استراتيجياً وتشجع على الإبداع.

ويمكن تعريف استراتيجية الابداع التنظيمي بأنها حالة من التفكير الشمولي من قبل المدراء في المنظمات باتجاه الحاضر والمستقبل و يتحقق عن طريق قدرة المنظمة على تبني الأفكار الجديدة أو السلوك الجديد الذي يمكنها من التكيف مع المتغيرات البيئية المحيطة بها والمتمثلة بالتغيرات في مجال التقانة وفي مجال المفاهيم الإدارية .

٢- استراتيجيات الإبداع Strategies of Innovation

درس عدد من الكتاب تعاريف عديدة عن مفاهيم الاستراتيجية، واستراتيجية الإبداع، منها على سبيل المثال تعريف (جلدة وعبوي، ٢٠٠٦ : ٦٩) أنها السياسات التنظيمية التي تصمم لغاية الترويج للعملية الإبداعية وإيجاد المناخ الإبداعي داخل المنظمة. ونواجه المنظمات في البيئات التنافسية في الوقت الحاضر التحديات الاستراتيجية للإبداع وتتضمن (وضع أسبقية للمنتجات مقابل الموارد، موازنة إعادة الاستخدام والإبداع ، تحسين الكلفة والجودة ووقت السوق، إدارة الإهمال والمخاطرة الفنية) وعرفها (الدوري، ٢٠٠٥ : ٢٥) كون الاستراتيجية حالة إبداعية تتمثل بالمفهوم المؤلف من فعاليات وخطط تضعها المنظمة على المدى البعيد بما

يكفل تحقيق التلاؤم بين المنظمة ورسالتها وبين الرسالة والبيئة المحيطة بها بطريقة فاعلة وكفوءة. وقد ميز (Berghman,2006:85-93) بين أربعة أنواع من استراتيجيات الإبداع والتي تم اختبارها في الجانب العملي من الدراسة لأهميتها التي برزت عن طريق تجارب المنظمات العالمية فضلاً عن ملائمتها لتوجهات الدراسة وهي:

أ- استراتيجية التكامل Integration Strategy:

من أجل تطوير نظام انسيابية المعلومات، ولضمان نمو المنظمة، يجب أن يكون هناك درجة من التفاعل بين إدارات المستوى الوظيفي وهي: (الإنتاج، التسويق، الموارد البشرية، المالية) ويتجدد التفاعل على مستوى الأعمال ككل وعلى مستوى أهداف المنظمة، وعلى مستوى رسالة المنظمة، وهذا يحتاج جميعه إلى استراتيجية تكامل من أجل تطوير المنظمة، وتكون الأهداف لاستراتيجية التكامل، الارتقاء بثقافة الإبداع خلال جميع مستويات المنظمة ومساعدة جميع أقسام المنظمة في إتباع سياسة التغيير عن طريق الإبداع وخلق ظروف ووسائل من أجل تنفيذ استراتيجية الإبداع.

ب- استراتيجية زيادة القدرة على إنتاج الإبداع (استراتيجية خلق للأبداع): Increase the Ability Strategy:

تدفع العولمة بالعديد من المنظمات في بيئة الأعمال باتجاه التكيف مع الأوضاع التنافسية الجديدة ومواجهة السوق العالمية، فالإبداعات هي الوسيلة الأكثر أهمية لبقاء الميزة التنافسية، وهذا سوف يشكل أساساً لرفاهية المنظمة المبدعة أولاً وللقطاع الذي تعمل فيه ثانياً.

الإبداعات إلى حد كبير تحدد بعوامل خارجية مثل متطلبات السوق، محدودات رأس المال، ومدى التقانة والخدمات الضرورية لتنفيذ ذلك، إلا أن العامل الأساس يتمثل في القدرات الداخلية للمنظمات لتنفيذ الإبداعات التي تتركز في التقانة والموارد المادية، ودافعية الإدارة، مجتمعة لتطوير استراتيجية المنظمة، المهارات التنظيمية واستيعاب رأس المال الفكري مثل التعليم ومهارات الأفراد والولاء التنظيمي.

وتتمثل أهداف هذه الاستراتيجية في التغلب على كل ما يعيق عملية الإبداع . تطوير مهارات التفكير الاستراتيجي لدى الأفراد . تعزيز الموارد المالية لدعم التقانة ولتشجيع عملية الإبداع.

ج- استراتيجية البحث والتطوير Research & Development Strategy:

يعد قسم البحث والتطوير (R & D) من الأقسام الأساسية في منظمات الأعمال والذي يمثل مصدر من مصادر المعرفة، والدراسات البحثية، ومسؤول عن صياغة استراتيجية البحث والتطوير وتنفيذها، بوصفها نوع من أنواع استراتيجيات الإبداع، وتشارك تلك الاستراتيجية في التطوير التقني للمنظمات الحالية أو لخلق منظمات جديدة، وأن نقل التقانة وإنشاء منظمات جديدة من قبل العلماء خاصة، ربما يكون عاملاً ضرورياً ومهماً في تطوير المنظمة بصورة خاصة والقطاع الذي تعمل فيه بصورة عامة.

وتتمثل أهداف هذه الاستراتيجية بوضع هيكلية وقواعد لتسهيل التعاون العلمي بين المنظمة والقطاعات الأخرى . الدعم المالي للمشاريع البحثية لتشجيع الإبداع والحصول على عوائد . خلق دورات تعليمية لتلبية حاجات المنظمة لاختصاصات معينة . الاهتمام بالعنصر البشري، لحاجة البحوث إلى تطوير الطبيعة الذهنية للفرد.

د- استراتيجية بناء أساس حديث للإبداع Building Modern Innovation Infrastructure Strategy:

يتطلب نمو المنظمات واستمراريتها خلق أساس ذي نوعية عالية وتخصصية، ويمكن تقييمه بسهولة، يتضمن خدمات استشارية، ومراكز تقانة مركزية، وتبني التقانة، وإنشاء مختبرات لتوفير الخدمات، ووسائل لتمويل الإبداع، وغالباً ما تشير المؤسسات البحثية إلى وجود نقص في التمويل، وإلى حاجة المنظمات إلى تحسينات مستمرة لنوعية الخدمات المقدمة لها، وتتمثل أهداف هذه الاستراتيجية في دعم عملية الإبداع بتطوير بيئة العمل. تلبية حاجة المنظمات بتحسين نوعية الخدمات المقدمة . تحسين هيكل الخدمات وتوفيرها . موائمة حاجة المنظمات مع تطور الوسائل المالية للإبداع .

يتضح مما سبق ذكره أن المفتاح الرئيس لاستمرار المنظمات وتطورها ويقائنها على قيد الحياة، يكمن في كيفية إدارة المنظمة نفسها بطريقة استراتيجية عن طريق المتابعة النظامية للإبداع وربطها مع حاجات الزبائن ورغباتهم المتغيرة بما يتلاءم مع قدرات المنظمة المتاحة وإمكاناتها في ضوء الفرص والتهديدات في البيئة الخارجية للمنظمة وبالشكل الذي يؤدي إلى إيجاد طلب جديد للمنتجات الجديدة ، إضافة إلى خلق تحديات جديدة قادرة على مواجهة المنافسة مع المنظمات الأخرى.

المبحث الثالث

عرض وتحليل نتائج البحث واختبار فرضياته

أولاً: وصف وتشخيص متغيرات البحث:

أ: وصف وتشخيص متغير تقانة المعلومات وتحليله وفقاً لإجابات العينة .

جدول (٢): وصف وتشخيص البعد الاول (الاجهزة والمعدات)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
1.20	3.34	١- تعتمد الشركة / على إنجاز العمل باستخدام الحاسوب بشكل أساسي.
1.28	3.22	٢- تتوفر أجهزة الحاسوب بشكل كافٍ في الشركة واقسامها.
0.93	3.27	٣- تميل إدارة الشركة إلى متابعة التطورات الحاصلة في تحديث المكونات المادية للحاسوب.
1.76	3.25	٤- تهتم إدارة الشركة بإشراك المنتسبين في دورات تدريبية في مجال التعامل مع مكونات الحاسوب.
1.27	2.19	٥- أجهزة الحاسوب مبروطة مع بعضها كشبكة واحدة لتسهيل تبادل البيانات والمعلومات بسرعة.
1.28	3.05	إجمالي الكيان الصلب

يتبين من خلال النظر في الجدول (٢) الممثل للكيان الصلب (المكونات المادية) بأنه قد حقق وسطاً حسابياً أعلى من الوسط الفرضي (3) بقيمة (3.05) وبانحراف معياري (1.28) حيث حصلت الفقرة (1) المتضمنة (تعتمد الشركة على إنجاز العمل باستخدام الحاسوب بشكل أساسي) على أعلى وسط حسابي بلغ (3.34) وبانحراف معياري قدره (1.20) ، في حين حققت الفقرة (5) المتضمنة (أجهزة الحاسوب مبروطة مع بعضها كشبكة واحدة لتسهيل تبادل البيانات والمعلومات بسرعة) على أدنى وسط حسابي بلغ (2.19) أدنى من الوسط الفرضي، وبانحراف معياري قدره (1.27)، يشير إلى تشتت عالٍ في أجابه العينة وهذه النتائج تشير إلى إدراك عينة البحث بأهمية استخدام الحاسوب في الشركتين في إنجاز أعمالها تماشياً مع مكنة العمل الإداري إلا أن المشكلة كانت في عدم ربط أجهزة الحاسوب مع بعضها بشبكة واحدة لتسهيل تبادل البيانات والمعلومات بسرعة بين أقسامها.

جدول (٣): وصف وتشخيص البعد الثاني (برمجيات الحاسب الالكتروني)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
0.92	2.61	١- البرمجيات الحالية متنوعة وتلبي متطلبات تحقيق أهداف الشركة.
1.17	2.95	٢- المتابعة المستمرة من إدارة الشركة / القسم لتطوير البرمجيات المطلوبة.
1.02	3.05	٣- تمتلك الشركة / خبرة باستخدام البرمجيات.
0.91	2.63	٤- تمتلك الشركة / خبرة باستخدام لغات البرمجة.
1.07	2.71	٥- البرامج مصممة لتحليل البيانات وإعداد المعلومات وتقارير تفيد الشركة ومستخدمي القرار فيه
1.01	2.79	إجمالي البرمجيات

يظهر من الجدول (٣) أن إجمالي البرمجيات قد حققت وسطاً حسابياً بلغ (2.79) أدنى من الوسط الفرضي مما يدل على أن البرمجيات الحالية المتوفرة بالشركتين لا تلبي تحقيق متطلبات أهداف الشركة وعلى مستوى الفقرات حيث حققت الفقرة (1) أقل وسط حسابي وقدره (2.61) وبانحراف معياري (0.92) من ناحية أخرى حققت الفقرة (3) أعلى وسط حسابي بلغ (3.05) وبانحراف معياري (1.02) يشير إلى تشتت عالٍ في الإجابات مما يدل على امتلاك الشركتين واقسامها خبرة باستخدام البرمجيات. وعلى العموم فإن المتوسط العام لهذا المتغير يظهر ضعف في استخدام البرمجيات وضعف الخبرة بها .

جدول (٤): وصف وتشخيص البعد الثالث (الشبكات والاتصالات)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
1.25	2.41	١- يتم الاتصال بين مدراء الشركة بوساطة مجموعة حاسبات مبروطة مع بعضها عن طريق الانترنت.
1.14	2.58	٢- يستخدم البريد الالكتروني (E-Mail) بين تشكيلات الشركة لأغراض الاتصال وتبادل المعلومات.
1.17	3.19	٣- يسهل استخدام الربط المباشر (Online) في توفير بيانات ومعلومات لمستخدمي القرار.
1.17	2.46	٤- تستخدم المؤتمرات الفيديوية كوسيلة اجتماعات الشركة مع المسؤولين في الادارة العليا.
1.18	2.66	إجمالي شبكات الاتصال

يظهر من الجدول (٤) الخاص بشبكات الاتصال أن هناك ضعفاً واضحاً في هذا المجال، حيث يلاحظ تدني المتوسط الحسابي للفقرات (1 و 2 و 4) الذي كان أقل من الوسط الفرضي، في حين ارتفع المتوسط الحسابي للفقرة (3) فوق المتوسط الفرضي حيث بلغ (3.19) وبانحراف معياري بلغ (1.7) مما يؤكد أهمية الربط المباشر (Online) في توفير المعلومات من وجهة نظر العينة .

جدول (٥): وصف وتشخيص البعد الرابع (الموارد البشرية)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
0.97	2.69	١- تستقطب الشركة/ العديد من الأفراد من ذوي الخبرة والمهارة من العاملين خارجها.
1.01	3.38	٢- تمتلك الشركة/ العديد من الأفراد من ذوي المعرفة والخبرة والمهارة من العاملين فيها.
0.93	2.78	٣- تهتم الشركة باستثمار العقول الموجودة فيها.
0.95	3.17	٤- يعبر عن الدور الجوهري لذوي المعرفة والخبرة بالالتزام العالي.
0.92	3.86	٥- يعد وجود ذوي الخبرة والمعرفة ثروة حقيقية غير ملموسة في الشركة واقسامها وأداة تحليل إستراتيجي.

0.81	3.51	٦- يتم الاعتماد على الخبرات الداخلية في مجال إعداد البرمجيات.
0.87	3.17	٧- يمتلك العاملون في الشركة مهارات فنية وقدرة على توفير البيانات اللازمة للقيادات الإدارية ومتخذي القرار.
0.83	3.57	٨- تسعى إدارة الشركة/ أقسامها إلى إشراك العاملين في دورات الحاسوب وتزويدهم بالمهارات اللازمة لتطبيق تقانة المعلومات.
1.02	3.71	٩- تعتقد إدارة الشركة/ أن استخدام تقانة المعلومات يزيد من فاعلية التغيير التنظيمي ويحقق رضا الأفراد العاملين فيها.
0.92	3.31	إجمالي الموارد البشرية

يظهر من خلال النظر في الجدول (٥) أن إجمالي الوسط الحسابي لهذا المتغير بلغ (3.31) وبانحراف معياري بلغ (0.92) ، وقد امتازت الفقرة (5) (بعد وجود ذوي الخبرة والمعرفة ثروة حقيقية غير ملموسة في الشركة / وأقسامها وأداة تحليل إستراتيجي)، بأعلى وسط حسابي بلغ (3.86) وبانحراف معياري بلغ (0.92). أما أدنى وسط حسابي فقد بلغ (3.17) لل فقرات (4 ، 7) وبانحرافات معيارية بلغت (0.95)، (0.87) على التوالي، وهذه النتائج تؤكد إدراك عينة البحث بأهمية وجود ذوي الخبرة كثرة حقيقية في الشركتين، في حين أن دورهم الجوهرى لا يتمثل بالالتزام العالي.

ب. وصف واقع مستوى استراتيجية الإبداع التنظيمي وتحليله وفقاً لإجابات العينة:

جدول (٦): نتائج البعد الاول (استراتيجية التكامل)

الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١- نسعى لخلق برنامج متكامل للتنسيق بين مختلف النشاطات.	3.52	1.02
٢- التكامل مع الشركات الأخرى للارتقاء بثقافة الإبداع.	3.72	1.11
٣- جعل الحالة الإبداعية سارية على كافة المستويات في الأقسام.	3.74	1.06
٤- بناء برنامج تدريبي لمندراء العاملين وروساء الأقسام لتنشيط الإبداع.	3.84	1.10
٥- توليف برامج تعليمية مفصلة تعزز السلوك الإبداعي لدى الأفراد.	3.65	0.98
٦- التطوير في أهداف الشركة/ القسم نحو الأفضل.	3.75	1.04
٧- تعزيز الولاء والانتماء باتجاه الاستقلالية والإبداعية.	3.89	0.95
٨- تحليل كفاءة تنفيذ الاستراتيجية وقياسها وتقييمها.	3.61	0.93
٩- تنظيم مقابلات لممثلي / الأقسام ضمن نظام الإبداع لتصحيح الاستراتيجية.	3.74	0.95
١٠- خلق شبكة للربط مع مؤسسات الأعمال للتعاون في مجال المعلومات.	3.67	0.95
١١- إقامة علاقات مع تلك المؤسسات لنقل التقانة والإبداع.	3.87	0.77
١٢- الحصول على استشارات وتجميع خبرات.	3.95	0.75
إجمالي استراتيجية التكامل	3.74	0.96

يلاحظ من الجدول (٦) أن الوسط الحسابي قد سجل أعلى قيمة له بالفقرة الخاصة بـ (الحصول على استشارات وتجميع خبرات) حيث بلغت قيمته (3.95) وبانحراف معياري بلغ (0.75) ، وأدنى قيمة له بالفقرة الخاصة بـ (نسعى لخلق برنامج متكامل للتنسيق بين مختلف النشاطات)، حيث بلغت قيمته (3.52) وبانحراف معياري قدره (1.02). ويؤكد الجدول أن جميع فقرات استراتيجية التكامل قد حققت أوساطاً حسابية أعلى من الوسط المعياري (3) وأن المتغير بشكل إجمالي حقق وسط حسابي أعلى من الفرضي بلغ (3.74) وبانحراف معياري بلغ (0.96) مما يدل على إتباع القيادات الإدارية العليا في الشركة المبحوثة استراتيجية التكامل.

جدول (٧): نتائج البعد الثاني (استراتيجية خلق الإبداع)

الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١- خلق المعرفة بقيادة الإبداع من خلال نشاطات الشركة والقسم.	3.83	0.99
٢- العمل باستمرار على خلق قادة إضافيين للإبداع.	3.87	0.91
٣- تطوير الأعمال المالية وخلق أعمال جديدة.	4.16	0.64
٤- خلق الوعي بنشاطات البحث والتطوير.	4.00	0.85
٥- تطوير التدريب المنظم.	4.08	0.74
٦- تطوير التعاون بين الشركات لتحديث التقنية والتقنيات الإدارية.	3.93	1.03
٧- تحسين القدرة على التفكير الاستراتيجي.	3.89	0.91
٨- دعم تدريب للأفراد في مجال استخدام التقانات الحديثة وخلقها.	4.05	0.83
٩- التعاون مع المؤسسات العالمية في مجال تدريب العاملين وتطويرهم.	4.19	0.87
١٠- دعم التقنية المتقدمة.	4.10	0.95
١١- توفير الوسائل المالية للمساعدة في استثمارات الإبداع.	4.11	0.96
١٢- تغيير نوعية الخدمات الاستشارية المتعلقة بنقل التقانة.	3.98	0.91
١٣- زيادة قدرة الشركة للمشاركة في تحديث التقنيات.	4.12	0.90
إجمالي استراتيجية خلق الإبداع	4.02	0.88

يظهر لنا الجدول (٧) أن الوسط الحسابي قد سجل قيمةً تراوحت بين (4.00 – 4.19) للفقرات (خلق الوعي بنشاطات البحث والتطوير) و (دعم وتدريب للأفراد في مجال استخدام التقانات الحديثة) و (تطوير التدريب المنظم) و (دعم التقنية المتقدمة) و (توفير الوسائل المالية للمساعدة في استثمارات الإبداع) و (زيادة قدرة الشركة للمشاركة في تحديث التقنية والتقنيات الإدارية) و (تطوير الأعمال الحالية وخلق أعمال جديدة) و (التعاون مع المؤسسات العالمية في مجال تدريب وتطوير العاملين)، بينما حققت الفقرات (خلق المعرفة بقيادة الإبداع من خلال نشاطات الشركة وأقسامها) و (العمل باستمرار على خلق قادة إضافيين للإبداع) و (تحسين القدرة على التفكير الاستراتيجي) و (تغيير نوعية الخدمات الاستشارية المتعلقة بنقل التقنية) على أوساط حسابية دون (4.00)، إلا أن قيمها أيضاً تزيد على قيمة الوسط الحسابي المعياري البالغة قيمته (3) وأن المتغير بشكل إجمالي قد حقق وسطاً حسابياً أعلى من الفرضي حيث بلغت قيمته (4.02) وبانحراف معياري بلغ (0.88) مما يدل على تشجيع القيادات الإدارية في الشركة المبحوثة على إتباع استراتيجية خلق الإبداع .

جدول (٨): نتائج البعد الثالث (استراتيجية البحث والتطوير)

الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١- تصميم برنامج أكاديمي وتنفيذه.	3.83	0.87
٢- تفعيل البرنامج في البحث والتطوير.	3.95	0.80
٣- تشجيع التدريب وتقديم مساعدة استثمارية.	4.05	0.85
٤- تبادل للأفراد بين المؤسسات العلمية والشركات.	3.85	0.97
٥- نظام للعلماء للتعين المؤقت في البحث والتطوير كأشخاص أكاديميين	3.89	0.95
٦- منافسة لأحسن أطروحة دكتوراه لها علاقة بحاجات الشركة.	4.17	1.01
٧- تفعيل تدريب الإدارة.	4.01	0.86
٨- خلق إصدارات علمية.	4.08	0.72
٩- المشاركة مع الأفراد ذوي الخلفيات العلمية المختلفة خارج الشركة.	4.19	0.76
١٠- إيجاد أنظمة لتسهيل التعاون مع البحث والتطوير.	3.98	0.97
١١- إيجاد هياكل شفافة للبحث والتطوير لتوفير خدمات التقنية والإبداع في الجامعات وبقية المؤسسات البحثية.	3.95	0.92
١٢- إيجاد برامج بحثية.	4.19	0.86
١٣- الدعم المالي للمشاريع البحثية	4.13	0.68
١٤- الدعم المالي للمبدعين داخل الشركة / / القسم.	4.29	0.71
١٥- التعاون مع المؤسسات ذات العلاقة لتمويل البحوث العلمية.	4.35	0.73
إجمالي استراتيجية البحث والتطوير	4.06	0.83

يلاحظ من الجدول (٨) ارتفاع قيم الأوساط الحسابية لجميع الفقرات وكانت أعلى قيمة له تخص فقرة (التعاون مع المؤسسات ذات العلاقة لتمويل البحوث العلمية) حيث بلغ (4.35) وبانحراف معياري قدره (0.73) يليها فقرة (الدعم المالي للمبدعين داخل الشركة / / القسم) حيث بلغ وسطه الحسابي (4.29) وبانحراف معياري قدره (0.71) ، ونالت فقرة (تصميم وتنفيذ برنامج أكاديمي) أقل وسط حسابي بلغ (3.83) وبانحراف معياري (0.87). وأما الوسط العام، فقد بلغت قيمته (4.06) وبانحراف معياري بلغ (0.83) مما يدل على ارتفاع مستوى التحفيز لدى قادة المؤسسات الصناعية لخلق برامج لتلبية احتياجات السوق .

جدول (٩): نتائج البعد الرابع (استراتيجية بناء قاعدة حديثة للإبداع)

الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
استراتيجية بناء قاعدة حديثة للإبداع:		
١- تكوين مركز استشاري وتدريبى للتعامل مع عملية الإبداع.	3.98	0.84
٢- تأسيس مركز متخصص لنقل الإبداع والتكنولوجيا.	4.00	0.88
٣- اعتماد قواعد البيانات.	4.26	0.77
٤- بناء برامج تدريبية.	4.30	0.56
٥- إيجاد فكرة تبادل الكوادر مع الشركات العربية والأجنبية.	4.39	0.79
٦- تبني نظام خدمات يمتاز بالشفافية	4.17	0.76
٧- خلق قنوات اتصال فعالة.	4.22	0.71
٨- توفر المعلومات على الانترنت لتقديم الخدمات للمتعاملين مع الشركة	4.42	0.72
إجمالي استراتيجية بناء قاعدة حديثة للإبداع	4.21	0.75

سجلت فقرة (توفير المعلومات على الانترنت لتقديم الخدمات للمتعاملين مع الشركة) أعلى وسط حسابي بلغ (4.42) وبانحراف معياري (0.72) من ملاحظة الجدول رقم (٩) تلاها فقرة (إيجاد فكرة تبادل الكوادر مع الجامعات العربية والأجنبية) بوسط حسابي بلغ (4.39) وبانحراف معياري (0.79) ، في حين سجلت فقرة (تكوين مركز استشاري وتدريبى للتعامل مع عملية

الإبداع) أدنى وسط حسابي بلغ (3.98) وبانحراف معياري (0.84) إلا أن هذه القيمة هي أعلى من الوسط الحسابي المعياري البالغ (3). مما سبق يتضح ارتفاع مستوى فقرات استراتيجية بناء قاعدة حديثة للإبداع .

ثانياً: اختبار نموذج البحث وفرضياته:

يتطلب تحليل نموذج البحث اختبار فرضياته الرئيسة والفرعية بحسب ورودها في منهجية البحث. ويركز هذا المبحث على اختبار الفرضية الأساسية الأولى التي نصت على أن هناك علاقة ارتباط معنوية بين تقانة المعلومات واستراتيجية الإبداع التنظيمي والفرضيات الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسة الأولى والمتمثلة في وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين كل متغير من مكونات تقانة المعلومات واستراتيجية الإبداع ، وتم تحليل هذه العلاقة على مستوى الشركة عينة البحث . ولأجل التعرف على صيغة علاقات الارتباط بين ابعاد تقانة المعلومات مع استراتيجية الإبداع على مستوى الشركة (المنظمات) عينة البحث اذ ظهرت علاقة الارتباط بين متغيري البحث (تقانة المعلومات واستراتيجية الإبداع) معنوية موجبة حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.682) وكما هو موضح في الجدول (١٠) مما يبين صحة الفرضية الرئيسة.

اما على مستوى علاقة ارتباط متغيرات ابعاد المتغير الأول مع المتغير الثاني للبحث يشير الجدول نفسه الى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين الأجهزة والمعدات واستراتيجية الإبداع اذ ظهرت قيمة معامل الارتباط (0.474) وبهذا يتضح صحة الفرضية الفرعية الأولى المنبثقة من الفرضية الرئيسة الأولى، كذلك يشير الجدول نفسه الى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين البرمجيات واستراتيجية الإبداع اذ لوحظ من خلال الجدول قيمة معامل ارتباط لهذا البعد (0.622) ولهذا يتضح صحة الفرضية الفرعية الثانية.

اما قيمة معامل الارتباط بين البعد الثالث من تقانة المعلومات واستراتيجية الإبداع فهي توشر الى وجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية اذ ان القيمة كانت (0.437) مما يعكس صحة الفرضية الفرعية الثالثة.

ويشير الجدول (١٠) الى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين الافراد واستراتيجية الإبداع اذ ظهرت نتيجة معامل الارتباط (528%) وبهذا يتضح صحة الفرضية الفرعية الرابعة المنبثقة من الفرضية الرئيسة الأولى.

جدول (١٠): يوضح علاقة الارتباط بين مكونات تقانة المعلومات واستراتيجية الإبداع

المؤشر الكلي	الافراد	الاتصالات	البرمجيات	الأجهزة والمعدات	ابعاد المتغير المستقل / المتغير المعتمد
0.682* P=0.000	0.528* P=0.000	0.437* P=0.001	0.622* P=0.000	0.474* P=0.000	استراتيجية الإبداع

*جميع الارتباطات في الجدول معنوية كون $P \leq 0.05$ N=40

ثالثاً: تحليل تأثير تقانة المعلومات في استراتيجية الإبداع التنظيمي :

بعد تحليل العلاقة بين تقانة المعلومات واستراتيجية الإبداع فان نموذج البحث وفرضياته يستلزمان تحديد تأثير تقانة المعلومات في استراتيجية الإبداع وهذا ما نصت عليه الفرضية الرئيسة الثانية (هناك تأثير معنوي لمكونات تقانة المعلومات في استراتيجية الإبداع) ولاختبار هذه الفرضية يستلزم الأمر تحديد التأثير وفقاً للفرضيات المنبثقة من الفرضية الرئيسة الثانية. ويشير الجدول (١١) الخاص بتحليل الانحدار الى وجود تأثير معنوي لتقانة المعلومات في استراتيجية الإبداع وفقاً لقيمة F المحسوبة والبالغة قيمتها (48.57) وهي معنوية عند مستوى (0.05) بدرجتي حرية (1,56) ومن خلال متابعة معامل التحديد (R2) والذي بلغت قيمته (46.4)، ويشير ان قدرة المتغيرات المستقلة على التفسير (46.4%) من الاختلافات الحاصلة في المتغير المعتمد، وان نحو (53.6%) من الاختلافات تعود الى المتغيرات العشوائية التي لا يمكن السيطرة عليها والتي تقع خارج حدود البحث الحالي.

جدول (١١): يوضح تأثير مكونات تقانة المعلومات في استراتيجية الإبداع

R2	T	F	تقانة المعلومات		مستقل / معتمد
			B0	B1	
46.4	6.97	48.57	1.61	0.547	استراتيجية الإبداع

N=40 $P \leq 0.05$

وبيعود ذلك الى إدراك الافراد المبحوثين لأهمية تقانة المعلومات في استراتيجية الإبداع، وبهذا يتم قبول الفرضية الرئيسة الثانية التي تنص على انه (هناك تأثير معنوي لتقانة المعلومات في استراتيجية الإبداع).

١. تأثير الأجهزة والمعدات في استراتيجية الإبداع: يوضح الجدول (١٢) وجود تأثير معنوي للأجهزة والمعدات في استراتيجية الإبداع ، اذ بلغت قيمة F المحسوبة (16.24) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.05) وعند درجتي حرية (1,56) ومن خلال متابعة معامل التحديد (R2) الذي بلغت قيمته (22.5)، نلاحظ من خلال هذه القيمة بأن قدرة المتغيرات المستقلة على التفسير هي (22.5%) من الاختلافات الحاصلة في المتغير المعتمد، وان نحو (٧٧,٥%) من الاختلافات تعود الى المتغيرات العشوائية التي لا يمكن السيطرة عليها والتي تقع خارج حدود البحث الحالي

جدول (١٢): تأثير الأجهزة والمعدات في استراتيجية الابداع على مستوى الشركة عينة البحث

R2	T	F	الأجهزة والمعدات		مستقل	معتمد
			B0	B1		
22.5	4.03	16.24	1.29	0.509		استراتيجية الابداع
N=40 P≤0.05						

٢. تأثير البرامجيات في استراتيجية الابداع: يشير الجدول (١٣) الخاص بتحليل الانحدار للبرامجيات استراتيجية الابداع الى وجود تأثير معنوي للبرامجيات في استراتيجية الابداع وذلك وفقاً لقيمة (F) المحسوبة والبالغة قيمتها (35.37) وهي معنوية عند مستوى (0.05) وعند درجتى حرية (1,56) ومن خلال متابعة معامل التحديد (R2) والذي بلغت قيمته (38.7) تشير القيم الواردة ان (38.7) وهي قدرة إحداث التغيرات للبعد المستقل في البعد المعتمد وان نسبة (٦١,٣) % من الاختلافات تعود الى متغيرات عشوائية التي لا يمكن السيطرة عليها والتي تقع خارج حدود البحث.

جدول (١٣): تأثير البرامجيات في استراتيجية الابداع

R2	T	F	البرامجيات		مستقل	معتمد
			B0	B1		
38.7	5.95	35.37	1.19	0.615		استراتيجية الابداع
N=40 P≤0.05						

٣. تأثير الاتصالات في استراتيجية الابداع: نلاحظ القيمة الموجودة في الجدول (١٤) الخاص بتحليل الانحدار للاتصال في استراتيجية الابداع بان قيمة (F) المحسوبة والبالغة (١٣,٢٤) وهي قيمة معنوية عند مستوى (٠,٠٥) وعند درجتى حرية (1,56) ونلاحظ أيضاً ان قيمة معامل التحديد (R2) والذي بلغت قيمته (19.1)، تشير القيمة الواردة ان قدرة المتغيرات المستقلة على التفسير (19.1) من الاختلافات الحاصلة في المتغير المعتمد، وان نحو (80.9) % من الاختلافات تعود الى المتغيرات العشوائية التي لا يمكن السيطرة عليها والتي تقع خارج حدود البحث الحالي.

جدول (١٤): تأثير الاتصالات في استراتيجية الابداع

R2	T	F	الاتصالات		مستقل	معتمد
			B0	B1		
19.1	3.64	13.24	3.32	0.333		استراتيجية الابداع
N=40 P≤0.05						

٤. تأثير الافراد في استراتيجية الابداع: من خلال ملاحظة الجدول (١٥) الخاص بتحليل الانحدار نلاحظ وجود تأثير معنوي للأفراد في استراتيجية الابداع ووفقاً لقيمة (F) المحسوبة والبالغة قيمتها (21.67) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.05) ودرجتى حرية (1,56) ومن خلال متابعة معامل التحديد (R2) والذي بلغت قيمته (27.4)، ويشير الى ان قدرة المتغيرات المستقلة على التفسير (27.4) % من الاختلافات الحاصلة في المتغير المعتمد، وان نحو (72.6) % من الاختلافات تعود إلى المتغيرات العشوائية التي لا يمكن السيطرة عليها والتي تقع خارج حدود البحث الحالي.

جدول (١٥): تأثير الافراد في استراتيجية الابداع

R2	T	F	الافراد		مستقل	معتمد
			B0	B1		
27.9	4.66	21.67	1.50	0.512		استراتيجية الابداع
N=40 P≤0.05						

رابعاً: التباين والاختلاف بين شركتي الصناعات الصوفية والقطنية:

١. التباين والاختلاف بين شركتي الصناعات الصوفية والقطنية من حيث مكونات تقانة المعلومات . اشارت بيانات الجدول الخاص بمكونات تقانة المعلومات بالشركة العامة للصناعات الصوفية والشركة العامة للصناعات القطنية الى ان اظهرت قيمتين لمكونات تقانة المعلومات (الأجهزة والبرامجيات)، قيمة ذات دلالة معنوية وهذا يؤكد وجود فروق معنوية بين الشركتين وبالتالي هذا الامر منسجماً مع صحة الفرضية الفرعية. اما المتغيرات الاخرى لم يظهر اي دلالة معنوية لهذه العمليات مما يدل عدم وجود فروق معنوية بين الشركتين وهذا يخالف صحة الفرضية الفرعية.

جدول (١٦): التباين والاختلاف بين شركة الصناعات الصوفية والقطنية بمكونات تقانة بطريقة mann whitn

مكونات تقانة	التباين	شركة الصناعات الصوفية والقطنية
اجهزة		0.048*
البرامجيات		0.052*
الاتصالات		0.216
الموارد		0.124

٢. التباين والاختلاف بين شركة الصناعات الصوفية وشركة الصناعات القطنية في استراتيجية الابداع:

اشارت بيانات الجدول الخاص باستراتيجية الابداع في شركة العامة للصناعات الصوفية وشركة العامة للصناعات القطنية حيث اظهرت ثلاث قيم (استراتيجية التكامل واستراتيجية خلق الابداع واستراتيجية البحث والتطوير) فيما ذات دلالة معنوية وهذا الامر يؤكد صحة الفرضية الفرعية ٤/٤ ب/٤/٤ اما استراتيجية خلق قاعدة للبناء فيشير الجدول الى وجود قيمة ذات دلالة غير معنوية وهذا يؤكد عدم صحة الفرضية الفرعية ٤/٤ ث.

جدول (١٧): التباين والاختلاف بين شركة الصناعات الصوفية والقطنية باستراتيجية الابداع بطريقة Mann-Whitney

استراتيجية الابداع	التباين	شركة الصناعات الصوفية والقطنية
استراتيجية التكامل		*٠,٠٣٨
استراتيجية خلق الابداع		*٠,١٦٦
استراتيجية البحث والتطوير		٣٥٤*
استراتيجية خلق بناء قاعدة الابداع		٠,٥٣٣

المبحث الرابع الاستنتاجات والتوصيات

اولاً: الاستنتاجات

- ١- اعتماد الشركات لإجراءات تعكس قدرات عالية نسبياً في تنظيم المعلومات ، وبما يؤكد توافر نظام معلوماتي ، ويمكن ان يستثمر في صناعة القرارات الاستراتيجية .
- ٢- محدودية الاستفادة من العمل الشبكي وعدم استخدام الشبكات في عمليات الاتصال بين القيادات الادارية العليا والوسطى في الشركات .
- ٣- اهتمام اقسام الشركات عينة البحث بمتغيرات تقانة المعلومات بشكل عام وبأهمية ونسب مختلفة حيث انصبت اغليته على توافر الكيان الصلب من اجهزة الحاسوب وملحقاته المختلفة وتوافر برمجياته الجاهزة من ناحية ، في حين لم يلق مكون الافراد وشبكات الاتصال ذات المستوى من الاهتمام مما يشكل الحاقه في دورة تلك المكونات التي تكمل بعضها البعض .
- ٤- عند اختبار العلاقات تحققت علاقة ارتباط بين ابعاد المتغيرات الرئيسة لتقانة المعلومات واستراتيجية الابداع التنظيمي مما يشير الى توظيف تقانة المعلومات في مجالات تعزز قدرة الشركات في مجال الابداع التنظيمي .
- ٥- قاد اختبار التأثير الى وجود تأثير قوي لتقانة المعلومات على استراتيجية الابداع التنظيمي ، مما يدل على دور كبير لتقانة المعلومات في الشركات المبحوثة في تنمية الابداع التنظيمي .
- ٦- عدم وجود استراتيجية واضحة لتطوير البنية التحتية لتقانة المعلومات وشبكات الاتصالات
- ٧- اكدت اغلب اجابات عينة البحث ان الاساليب المعتمدة في توليد الافكار الابداعية هي تشجيع الافراد في طرح افكارهم بحرية بشكل فردي او عن طريق المشاركة مع الاخرين.

ثانياً: التوصيات

- ١- زيادة الاهتمام براس المال الفكري في بناء قاعدة الالكترونية لقيادة عملية التقييم واحداث نقل الالكترونية في سبيل تحقيق اهداف الشركات المبحوثة نحو مواكب التطورات العالمية .
- ٢- وضع استراتيجية لإعادة تأهيل البنية التحتية لمفردات تقانة المعلومات وبناء برمجيات متطورة تتلائم مع متغيرات العصر .
- ٣- زيادة التخصيصات المالية لشراء اجهزة تقانة المعلومات والتحفيز على استخدامها .
- ٤- اشراك العاملين على دورات تدريبية لإكسابهم او زيادة مهاراتهم في استخدام اجهزة تقانة المعلومات مع اخضاع برنامج التدريب للتنوع والتحديث المستمر فضلاً عن استعانة بخبراء في مجال تقانة المعلومات لتشغيل وادامة اجهزة التقانة .
- ٥- ضرورة التوجه نحو تبني البرمجيات العالمية في مجال تقانة المعلومات عبر تفعيل التعاون مع التطورات العالمية وتفعيل دور الموارد البشرية العاملة في مجال زيادة فرص الشركات في النجاح بتوظيف تقانة المعلومات في مجال اعادة صياغة استراتيجية الموارد البشرية المعتمدة حالياً، والاستفادة من تجارب الشركات العالمية في النظام المعلوماتي ، انشاء مراكز بحثية تابعة للشركات .

المصادر

أولاً: المصادر العربية

- ١- ادريس ، عبد الرحمن ثابت (٢٠٠٥)، " نظم المعلومات الادارية في منظمات ومعاصر " ، الاسكندرية ، الدار الجامعية.
- ٢- الدوري، زكريا مطلق (٢٠٠٥) " الادارة الاستراتيجية"، دار اليازوري، الاردن.
- ٣- السالمي ، علاء عبدالرزاق ، (٢٠٠٥) ، " اساسيات نظم المعلومات الادارية " ، دار المناهج ، عمان ، الاردن.
- ٤- السالمي والدباغ، عبد الرزاق ، رياض، (٢٠٠١)، تقنيات المعلومات الادارية، دار وائل للنشر، الأردن.
- ٥- السالمي والسليطي ، علاء عبدالرزاق ،خالد ابراهيم ،(٢٠٠٨) " الادارة الالكترونية ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن
- ٦- الشبلي واحمد، هيثم حمود ، احمد محمود، (٢٠٠٣)، تطبيقات الحاسوب في ادارة الأعمال والتسويق، ط١، المعزز للنشر ، عمان .
- ٧- الشمران ، زياد محمد (٢٠٠٤)، " مقدمة في نظم المعلومات الادارية " دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان.
- ٨- الشمرى ، انتصار ،(٢٠٠٤)، "تقانة المعلومات ودورها في تقرير تنمية المقدره البشرية "، جامعة التقاء الاهلية ، كلية الادارة والاقتصاد والعلوم الادارية ، المؤتمر العالمي الثالث.
- ٩- العاني ، مظهر شعبان(٢٠٠٩)، " نظم المعلومات الادارية (منظور تكنولوجي) "، الاردن عمان ، دار وائل للنشر .
- ١٠- العبيدي، ارادن حاتم خضير ، (٢٠١٠)، "تقانة المعلومات والتفكير الاستراتيجي وتأثيرهما في استراتيجيات الإبداع التنظيمي" – دراسة تطبيقية في كليات الجامعة المستنصرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، فلسفة في الدراسات المستقبلية، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد.
- ١١- العسكري واخرون ، ابرشك صالح محمد ، شريف ، كرزان مهدي غفور ، الجناي ، عبد القادر رحومي، (٢٠٠٥)، " توضيب تقنية المعلومات في نظم المعلومات الادارية "، مجلة تنمية الرافدين ، المجلد (٢٧) ، العدد (٧٧).
- ١٢- العقابي ، ناصر عويد عطية ، (٢٠١٨) ، " متطلبات تطبيق الادارة الالكترونية للموارد البشرية ودورها في اداء شركة التأمين العراقية العامة "رسالة ماجستير ، جامعة بغداد ، المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية.
- ١٣- العلاق ، بشير عباس محمود، (٢٠٠٤)، استثمار أساليب وتقنيات المعلومات والاتصالات في بيئة التعليم الإلكتروني، تجربة التعلم الإلكتروني، دراسة أولية وصفية، مؤتمر إدارة المعرفة في العالم العربي، جامعة الزيتونة، الأردن.
- ١٤- اللوزي، موسى ،(٢٠٠٣) "التطوير التنظيمي ، اساسيات ومفاهيم حديثة "، الطبعة الثانية ، عمان ،دار وائل للنشر.
- ١٥- المعاضيدي واخرون، عادل طالب سالم، العدوانى، عبد الستار محمد علي، الراوي ، باسل محمد عبد الله ، (٢٠٠١) ، تقانات المعلومات وتطبيقاتها."
- ١٦- بصبوص ، محمد حسن ، (٢٠٠٤) " مهارات الحاسوب والبرمجيات الجاهزة "، اليازوري للنشر والتوزيع ، عمان – الاردن.
- ١٧- جلدة وعبوي ، سليم بطرس ، زيد منير ، (٢٠٠٦) "ادارة الابداع والابتكار" دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع ، الاردن.
- ١٨- حديد، عامر إسماعيل، (٢٠٠٣)، واقع استخدام تقانة المعلومات في نظام المعلومات الموارد البشرية: دراسة حالة لمجموعة من المنظمات الصناعية الحكومية في محافظة نينوى، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الموصل، كلية الإدارة والاقتصاد.
- ١٩- حريم ، حسين ، (٢٠٠٣) ، "ادارة المنظمات منظور كلي"، الطبعة الاولى، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان، الاردن.
- ٢٠- حسن ، راوية ، (٢٠٠٦) ، " السلوك في المنظمات "، الاسكندرية ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع.
- ٢١- زايد ، عادل (٢٠٠٦)، "الاداء التنظيمي المتميز ، الطريق الى منظمة مستقلة "، المنظمة العربية للتنمية الادارية ،بحوث.
- ٢٢- صفي ، عبد الكريم ، (٢٠٠٧)" دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين فاعلية الاداء المؤسسي " ، اطروحة دكتوراه ، جامعة عمان العربية للدراسات العليا.
- ٢٣- عجام، ابراهيم محمد حسن (٢٠٠٧)، "" تقانة المعلومات وادارة المعرفة واثروهما في الاختيار الاستراتيجي "" دراسة تحليلية مقارنة لآراء عينة من مديري المصارف العراقية ، اطروحة دكتوراه مقدمة الى الجامعة المستنصرية ، كلية الادارة والاقتصاد .
- ٢٤- ياسين ، سعد غالب ، (٢٠٠٦)" اساسيات نظم المعلومات الادارية وتكنولوجيا المعلومات " ، ط١ ، عمان ، دار المناهج للنشر.
- ٢٥- ياسين، سعد غالب ، (٢٠١٠) ، " الادارة الالكترونية وافاق تطبيقاتها العربية "، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الاردن .

ثانياً: المصادر العربية المترجمة

- 1- Ajam, Ibrahim Muhammad Hassan (2007), "Information technology and knowledge management and their impact on strategic choice," a comparative analytical study of the opinions of a sample of Iraqi bank managers, a doctoral thesis submitted to Al-Mustansiriya University, College of Administration and Economics.
- 2- Al-Allaq, Bashir Abbas Mahmoud, (2004), Investing information and communication methods and technologies in the electronic learning environment, the e-learning experience, a preliminary descriptive study, Conference on Knowledge Management in the Arab World, Al-Zaytoonah University, Jordan.
- 3- Al-Ani, Mazhar Shaaban (2009), "Management Information Systems (Technological Perspective)", Jordan Amman, Wael Publishing House.
- 4- Al-Aqabi, Nasser Awaid Attiya, (2018), "Requirements for implementing electronic management of human resources and their role in the performance of the Iraqi General Insurance Company," Master's thesis, University of Baghdad, Higher Institute for Accounting and Financial Studies.
- 5- Al-Askari and others, Abershank Saleh Muhammad, Sharif, Karzan Mahdi Ghafour, Al-Janabi, Abdul Qadir Rahoumi, (2005), "Packaging Information Technology in Management Information Systems," Tanmiya Al-Rafidain Magazine, Volume (27), Issue (77).
- 6- Al-Douri, Zakaria Mutlak (2005) "Strategic Management", Dar Al-Yazouri, Jordan.
- 7- Al-Lawzi, Musa, (2003) "Organizational Development, Basics and Modern Concepts," second edition, Amman, Wael Publishing House.
- 8- Al-Maadidi and others, Adel Talib Salem, Al-Adwani, Abdul Sattar Muhammad Ali, Al-Rawi, Basil Muhammad Abdullah, (2001), "Information technologies and their applications."
- 9- Al-Obaidi, Araden Hatem Khudair, (2010), "Information technology and strategic thinking and their impact on organizational innovation strategy" - an applied study in the colleges of Al-Mustansiriya University, unpublished doctoral thesis, Philosophy in Future Studies, College of Administration and Economics, Al-Mustansiriya University, Baghdad.

- 10- Al-Salmi and Al-Dabbagh, Abdel-Razzaq, Riyad, (2001), Management Information Technologies, Wael Publishing House, Jordan.
- 11- Al-Salmi and Al-Sulaiti, Alaa Abdel-Razzaq, Khaled Ibrahim, (2008) "Electronic Management", Dar Wael for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.
- 12- Al-Salmi, Alaa Abdel-Razzaq, (2005), "Basics of Management Information Systems," Dar Al-Manhaj, Amman, Jordan.
- 13- Al-Shammari, Intisar, (2004), "Information Technology and its Role in Determining Human Capacity Development," Al-Tiqaa Al-Ahlia University, College of Management, Economics and Administrative Sciences, Third World Conference.
- 14- Al-Sharman, Ziyad Muhammad (2004), "Introduction to Management Information Systems," Safaa House for Printing, Publishing and Distribution, Amman.
- 15- Al-Shibli and Ahmed, Haitham Hammoud, Ahmed Mahmoud, (2003), Computer Applications in Business Administration and Marketing, 1st edition, Al-Muataz Publishing, Amman.
- 16- Basbous, Muhammad Hassan, (2004) "Computer skills and ready-made software", Al-Yazouri Publishing and Distribution, Amman - Jordan.
- 17- Hadid, Amer Ismail, (2003), The reality of using information technology in the human resources information system: A case study of a group of government industrial organizations in Nineveh Governorate, Master's thesis (unpublished), University of Mosul, College of Administration and Economics.
- 18- Hareem, Hussein, (2003), "Managing Organizations from a Holistic Perspective," first edition, Dar Al-Hamid for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.
- 19- Hassan, Rawya, (2006), "Behaviour in Organizations", Alexandria, University House for Publishing and Distribution.
- 20- Idris, Abdel Rahman Thabet (2005), "Management Information Systems in Contemporary Organizations," Alexandria, University House.
- 21- Jalda and Abawi, Salim Boutros, Zaid Munir, (2006) "Managing Creativity and Innovation," Kunoz Al-Ma'rifa House for Publishing and Distribution, Jordan.
- 22- Safi, Abdul Karim, (2007) "The role of information technology in improving the effectiveness of institutional performance," doctoral thesis, Amman Arab University for Postgraduate Studies.
- 23- Yassin, Saad Ghaleb, (2006) "Basics of Management Information Systems and Information Technology", 1st edition, Amman, Dar Al-Manhaj for Publishing.
- 24- Yassin, Saad Ghaleb, (2010), "Electronic management and the prospects for its Arab applications," Dar Al-Yazouri for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.
- 25- Zayed, Adel (2006), "Outstanding organizational performance, the path to an independent organization," Arab Organization for Administrative Development, Research.

ثالثاً: المصادر الأجنبية

- 1- Berghman, Liselore, (2006), "Strategic Innovation Capacity a Mixed Method Study on Deliberate Strategic Learning Mechanisms", RSM Erasmus University Rotterdam, Prof. dr.S.W.J, Lamberts,.
- 2- Carzia, Carzia, (2007), "Untangling the Origin of Strategic Innovation A System Dynamics Approach", Last Review, 14, June, 2007.
- 3- David , Fred R., (2007), Strategic Management: Concepts and Cases, 11th Ed , Pearson, Prentice Hall , New Jersey.
- 4- Davis, Heineke, (2003), "Strategic Management", 5th Ed, by Hall, Inc. Asimon & Schuster Company, New Jersey.
- 5- Khaledabadi , Hamed, Jafari, (2008), Innovation Management: Technology Strategies for sustainable vehicle Development, Masters thesis in Production Engineering and Management, Stockholm, Sweden.
- 6- Kotler, Philip, (2000), "Marketing Management", Millennivm Edition. Prenbic Hall, New York.
- 7- Laudon, C. Keneth & Laudon, P. Jane, (2001), Management Information Systems Managing the Digital Firm, 7th ed., prentice – Hall International. Inc.
- 8- Slavich , Barbara, (2008), Disciplining Creativity : Social Mechanisms and Human Resource Management Practices in creativity-Driven Organizations, Doctoral thesis, Department Business policy, Human Resources Management and information systems.
- 9- Wheelen, L.T, Hunger, J.D, (2010), Strategic Management and Business Policy, 12ht ed, PEARSON Prentic Hall, Boston.