

أثر المعرفة الإلكترونية في القيادة الريادية - دراسة تطبيقية لعينة من شركات السفر والسياحة في مدينة بغداد

عبد الكريم مزعل طاهر **

أ.د. دينا حامد جمال *

المسخلص:

تعد المعرفة الإلكترونية كأساس استراتيجي لمنظمات الأعمال لمواجهة تحديات العصر ومتطلباته وتأهيل النظم الادارية لمواكبة الحاجات القائمة والمستقبلية للمجتمع والعمل على أعداد جيل المعرفة جيل متمكن من مهارات العصر وقادر على التأثير فيه، وفي ظل التنافس الشديد الذي تشهده بيئة منظمات الأعمال وخاصة المنظمات السياحية سعت هذه المنظمات لتطوير قدرتها الجوهرية من خلال تبني التقنيات الحديثة والمناهج المتطورة في إدارة هذه المنظمات وفق رؤى جديدة فرضها التطور الكبير في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات الذي شكل ميزة لهذه المنظمات في مواجهة البيئة التنافسية المتغيرة والوصول إلى الريادة من خلال قيادة ريادية قادرة على إحداث التغيير وتحقيق رؤى المنظمة.

وبناءً على ماتقدم جاءت هذه الدراسة لمعرفة أثر المعرفة الإلكترونية وأبعادها (شبكة الاتصالات الإلكترونية، التعلم الإلكتروني، رأس المال البشري والملكية الفكرية) في القيادة الريادية وأبعادها (الأبداعية، الرؤية الاستراتيجية، المبادرة أو الاستباقية، استثمار الفرص، المخاطرة) لذا أستندت الدراسة إلى متغيرين أثنين يتفاعلان فيما بينهما لتشكيل الأطار الفكري والفلسفي لها والمتمثلة بالمعرفة الإلكترونية كمتغير مستقل والقيادة الريادية كمتغير معتمد وقد أنطلقت الدراسة من مشكلة معبر عنها بعدد من التساؤلات الفكرية ومن أبرزها: كيف تساهم المعرفة الإلكترونية وأبعادها في نجاح القيادة الريادية لدى عينة من شركات السفر والسياحة المبحوثة ، ومدى أهتمام قيادات الشركات المبحوثة بالمعرفة الإلكترونية لتعزيز القدرات الجوهرية وتحقيق الريادة .

Abstract :

E-knowledge is a strategic cornerstone for businesses to meet the challenges and requirements of the present age, enable management systems to keep up with society's existing and future needs, and work on grooming a knowledge generation proficient in modern-day skills and capable of making an impact. Against the aggressive competition of the business environment, particularly in tourism, businesses have sought to develop their intrinsic capacities by adopting modern techniques and advanced approaches in business management, based on new visions imposed by the massive progress in information and communications technology (ICT). This lent an edge to these businesses to confront the changing and competitive landscape and position themselves as

* الجامعة المستنصرية / كلية العلوم السياحية .

** باحث .

تأريخ استلام البحث 2015/7/29

تأريخ قبول النشر 2015/8/31

مستل من رسالة ماجستير

pioneers through an entrepreneurial leadership capable of creating change and achieving their visions.

Based on the above, The study examined the influence of e-knowledge and its components (telecommunications network, e-learning, human capital, and intellectual property) on entrepreneurial leadership and its various dimensions (innovation, strategic vision, initiative or proactivity, harnessing opportunities, and risk-taking). The study centered on two interacting variables to build its intellectual and philosophical framework, where e-knowledge was used as an independent variable and entrepreneurial leadership as a dependent variable. The study's launching pad was a set of questions on how e-knowledge and its dimensions contributed to the success of entrepreneurial leadership in the sample of studied travel and tourism agencies, in addition to identifying the interest of the leaders of the studied agencies in e-knowledge to promote intrinsic capacities and attain entrepreneurship.

المقدمة :

شهدت نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرون تطوراً كبيراً في مختلف العلوم والمعارف وبخاصة التطورات التي أحدثتها الثورة الإلكترونية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حتى أطلق البعض على العصر الذي نعيش فيه تسمية (القرن الإلكتروني)، إذ تساهم المعرفة الإلكترونية في إنجاز العديد من أعمال المنظمات بصورة عامة والسياحية منها على وجه الخصوص لما تتطلبه طبيعة الخدمات السياحية من السرعة في تقديم الخدمة للضيف والتي شهدت توسعاً كبيراً من خلال استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية في إنجاز الأعمال والتحول إلى الاقتصاد المعرفي في الحصول على المعلومات وتوفير الموارد وأستغلالها الأستغلال الأمثل.

وتعد المعرفة الإلكترونية الوسيلة الأفضل لتحسين الأداء ليصبح أكثر كفاءة وفاعلية إذ اهتمت كثير من المنظمات ومنها المنظمات السياحية اهتماماً واسعاً بالمعرفة بشكل عام والمعرفة الإلكترونية بشكل خاص بوصفها عنصر مهم في تطوير ونمو هذه المنظمات وتحقيق التميز والريادة بما يضمن لها الميزة التنافسية في البيئة التي تعمل فيها .

المبحث الأول منهجية الدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة:

شكل التنافس الشديد لمنظمات الأعمال بشكل عام والمنظمات السياحية على وجه الخصوص هاجساً للبحث عن التميز والريادة وذلك من أجل البقاء وتحقيق أهدافها إذ تسعى المنظمات في العصر الحالي إلى استثمار الجهد والمال والوقت، والإستعانة بالأدوات المؤثرة في التسلح بالمعرفة والتقنية الحديثة كخيار إستراتيجي، إذ أصبح التوجه نحو المعرفة الإلكترونية هدفاً إستراتيجياً في خطط وبرامج الكثير من المنظمات التي تبحث عن الريادة من أجل وضع رؤية مستقبلية لأعمالها كما أن الريادة أصبحت هدفاً من أهداف المنظمات وذات أولوية أساسية في خططها، لذا سوف نحاول في هذه الدراسة الوقوف على المشكلة سعياً منا لمعرفة هل أن المنظمات السياحية تُسهم في تحقيق الريادية عن طريق إستخدام المعرفة الإلكترونية؟

وإستناداً الى ماسبق يمكن تحديد مشكلة الدراسة من خلال إثارة التساؤلات الآتية:

1. ما هو دور المعرفة الإلكترونية في تحقيق الريادة بالنسبة للمنظمات السياحية؟
2. كيف تستطيع المنظمات السياحية استثمار المعرفة الإلكترونية في تحقيق الريادة وخلق قيادة ريادية؟
3. ما هي طبيعة العلاقة التي تربط بين المعرفة الإلكترونية والقيادة الريادية للمنظمات السياحية (مكاتب السفر والسياحة) ؟
4. ما هو حجم الأثر الذي تقوم به المعرفة الإلكترونية في خلق قيادة ريادية للمنظمات السياحية المبحوثة وكيف يتم ذلك من خلال أبعاد كل منهما ؟

ثانياً : أهمية الدراسة:

تكتسب الدراسة الحالية أهميتها من أهمية المتغيرات التي تناولتها والمتمثلة في المعرفة الإلكترونية والقيادة الريادية كونها عناصر مهمة وضرورية في زيادة قدرة المنظمات السياحية على مواجهة المنافسة مع المنظمات الأخرى وتتجلى أهمية الدراسة في جانبها النظري والتطبيقي بما يأتي :

1. تناولها لموضوع المعرفة الإلكترونية بوصفها منهجاً حديثاً وأثرها في القيادة الريادية للمنظمات السياحية.
2. تأتي هذه الدراسة لتسهم بشكل متواضع في وضع البداية لموضوع المعرفة الإلكترونية والقيادة الريادية بالنسبة للمنظمات السياحية لندرة الدراسات التي تناولت الربط بين هذين المتغيرين على حد علم الباحثان.

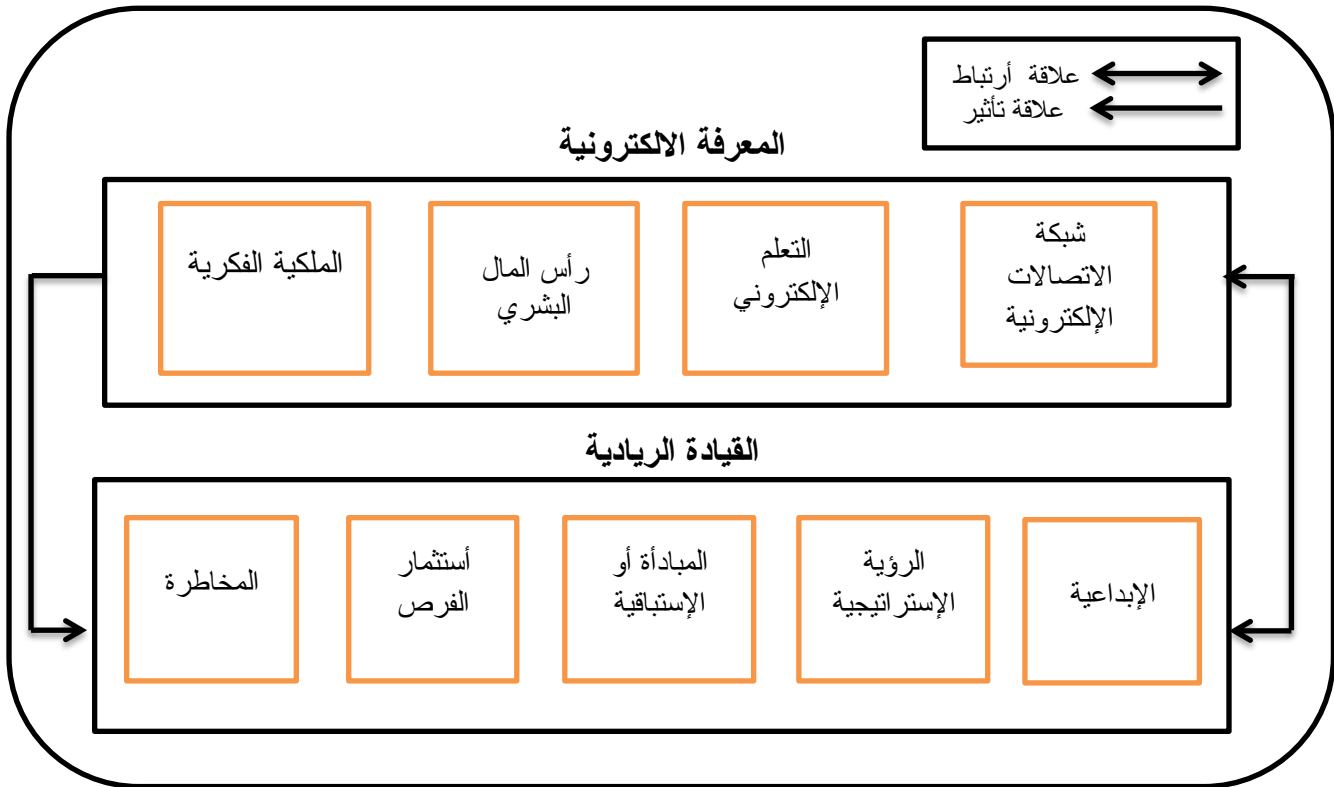
3. محاولة تقديم مفاهيم ومنطلقات فكرية للمعرفة الإلكترونية والقيادة الريادية بما يتفق والفكر الإداري الحديث للقيادات الإدارية العاملة في المنظمات السياحية ليكون موجهاً لها في نشاطاتها في النمو والتقدم والريادة.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

1. تهدف الدراسة إلى استعراض المفاهيم والمنطلقات الفكرية للمعرفة الإلكترونية والدور الذي تؤديه القيادة الريادية في المنظمات السياحية.
2. تحدد العناصر التي تركز عليها المعرفة الإلكترونية من شبكة الاتصالات الإلكترونية، التعلم الإلكتروني، رأس المال البشري، الملكية الفكرية.
3. معرفة طبيعة العلاقة بين المعرفة الإلكترونية والقيادة الريادية في المنظمات السياحية.
4. التوصل إلى نتائج تبين أثر المعرفة الإلكترونية في القيادة الريادية للمنظمات السياحية والتي أصبح هدف تحقيق الريادة فيها من الأهداف ذات الأولوية في خططها الإستراتيجية.

رابعاً: المخطط الفرضي للدراسة:

تم بناء المخطط الفرضي للدراسة في ضوء العلاقات التي حددتها فرضيات الدراسة والتي تهدف إلى بيان علاقات الارتباط والتأثير بين المتغير المستقل والمتمثل بأبعاد المعرفة الإلكترونية التي تضم (شبكة الاتصالات الإلكترونية، التعلم الإلكتروني، رأس المال البشري، الملكية الفكرية) والمتغير التابع والمتمثل بأبعاد القيادة الريادية التي تضم (الإبداعية، الرؤية الإستراتيجية، المبادأة أو الإستباقية، استثمار الفرص، المخاطرة) وكما هو مبين في الشكل (1)



الشكل (1)
مخطط الدراسة الفرضي

المصدر : من أعداد الباحثين

خامساً : فرضيات الدراسة:

تصاغ فرضيات الدراسة على وفق إنموذج الدراسة الفرضي وأهداف الدراسة، وبما يتفق مع المراجع النظرية للمعرفة الإلكترونية والقيادة الريادية والتي ستخضع للأختبار والتحليل والمعالجة الإحصائية، وعندها ستثبت صحتها من عدمه ، وتقسم الفرضيات إلى الآتي :

أولاً : الفرضية الرئيسية الأولى :

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين أبعاد المعرفة الإلكترونية وأبعاد القيادة الريادية

ثانياً : الفرضية الرئيسية الثانية:

توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لأبعاد المعرفة الإلكترونية في أبعاد القيادة الريادية .

سادساً : أدوات الدراسة :

أعتمدت الدراسة الحالية على أساليب متعددة لجمع البيانات والمعلومات منها ما يخص الجانب النظري ومنها ما يخص الجانب العملي والتي يمكن توضيحها على وفق النحو الآتي :

أ. الجانب النظري:

تم تغطية هذا الجانب بما هو متوافر من:

- الكتب العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع المعرفة الإلكترونية والقيادة الريادية .
- الرسائل والأطروحات العراقية والعربية ذات الصلة بموضوع الدراسة .
- المقالات والبحوث المتخصصة بموضوع الدراسة التي تم الحصول عليها من شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) .

ب. الجانب العملي:

إعتمدت الدراسة على أساليب متعددة لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بإستكمال الجانب العملي على وفق النحو الآتي :

- السجلات والوثائق الرسمية: حيث إعتمدت الوثائق الرسمية المسجلة لدى وزارة السياحة والآثار العراقية / مديرية المرافق السياحية في معرفة عدد الشركات السياحية المتواجدة في مدينة بغداد
- الأستبانة: تتضمن مجموعة من الأسئلة والإستفسارات المتنوعة والمرتبطة بعضها ببعض الآخر بشكل يُحقّق الهدف الذي يسعى إليه الباحثين في ضوء المشكلة المختارة،(الدباغ،2013:246)، إذ إعتمدت الأستبانة كأداة رئيسة للدراسة في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بعينة الدراسة والتي تم من خلالها قياس متغيرات الدراسة، وصممت أسئلتها بما ينسجم مع أهداف الدراسة والمتغيرات التي إعتمدت في مخطط الدراسة الفرضي .

سابعاً: وصف مجتمع وعينة الدراسة:

شكلت الشركات السياحية العاملة في مدينة بغداد مجتمعاً للدراسة والبالغ عددها (300) شركة شملت 56 شركة ريادية سياحية مع فروعها فضلاً عن وجود بعض الشركات التي تمتلك أكثر من فرع لها بعد أخذ نسبة (10%)، وتم توزيع 67 أستمارة على عينة الدراسة المتمثلة بأصحاب المراكز الوظيفية العليا وتحديدأ من هم بدرجة (رئيس مجلس إدارة، مدير مفوض،معاون مدير مفوض، مدير مبيعات) في تلك الشركات بأعتبارهم أصحاب القرار الأخير في أستثمار الفرص ومواجهة التحديات، إذ تم أستلام جميع الأستمارات وتحليلها أحصائياً .

المبحث الثاني

الإطار النظري : المعرفة

أولاً : مفهوم المعرفة:

حظي مفهوم المعرفة بإهتمام كبير من قبل الكتاب والباحثين وذلك لأهميته في المنظمات بشكل عام والمنظمات السياحية على وجه الخصوص إذ إن المعرفة تمكن المنظمة من إدارة سياستها في مجال العمل بكفاءة وفاعلية فضلاً عن المزايا التنافسية التي قد تحصل عليها المنظمة السياحية في حالة تطبيقها للمعرفة في مجال عملها ومن خلال إطلاع الباحثين على العديد من الأبحاث العربية والأجنبية ووفقاً لتوجهات الباحثين الفكرية قام الباحثين بتصنيف مفهوم المعرفة إلى سبعة أصناف رئيسة إذ يذهب باحثو التصنيف الأول بتعريفها على وفق المنهج المعلوماتي بأنها "مجموعة من المعلومات الممتزجة بالتجارب والحقائق والأحكام والقيم التي تعمل مع بعضها كتركيبة فريدة تسمح للأفراد والمؤسسات بخلق أوضاع جديدة تؤدي إلى التغيير"(الصيرفي،2003:163)، وأنها " المعلومات والبيانات التي تم تنظيمها ومعالجتها لنقل الفهم والخبرة والتعلم المتراكم وتطبيقها في واقع المنظمة لحل المشاكل التي تواجهها"(تجم،2008: 25) ووصف باحثو التصنيف الثاني المعرفة على وفق المنهج الإداري بأنها "أحد موجودات المنظمة المعرفية والتي تتعلق بالأسواق والمنتجات والتقانة والمنظمات التي تمتلكها والتي تحتاج أن تمتلكها بحيث تجعل عمليات المنظمة قادرة على تحقيق وتوليد الفوائد وإضافة القيمة لها" (Macintosh,1999:1) أو إنها "الموجودات التنافسية التي تقوم بعملية التطوير الخلاق والإستراتيجي المستند إلى الابتكار والتجديد اللذين يعان المفتاح المؤدي للبقاء في البيئة المتغيرة" (Hansen,1999:106) وأكد باحثو التصنيف الثالث بتعريفها على وفق المنهج الثقافي والإجتماعي بأنها "موجودات غير منظورة للمنظمة مثل الأسس الإجتماعية للدولة وتشمل الخبرة الواسعة وأسلوب الإدارة المتميز والثقافة المتراكمة للمنظمة"(Darling,1996:1)، ومنهم من يرى بأنها "الإضافة العلمية الثقافية من مصدر أو أكثر وتؤدي إلى أتساع أدراك الإنسان ليكون قادراً على مواجهة أي مشكلة في مجالات المعرفة التي تعلمها" (السالمي،1999:209)، وذهب باحثو التصنيف الرابع بتعريفها على وفق المنهج الاقتصادي إذ

عرفها (Stewart,1999:57) بأنها " رأس مال فكري وقيمة مضافة يتم إكتشافها وإستثمارها من المنظمة ويتم تحويلها إلى قيمة لخلق الثروة من خلال تطبيقها"، فيما رأى (Zack,1999:125) بأنها "مورداً إنتاجياً من الناحية الإستراتيجية تتعامل مع الفرص والمشكلات بصفتها القدرة الأهم لدى المنظمة"، في حين تبني باحثو التصنيف الخامس تعريفهم على وفق المنهج الوظيفي بأنها "القدرة التي يمتلكها الفرد ويختزنها في عقله بصيغة خرائط معرفية" (Wit & Meyer,1998:76) أو أنها "الحصيلة الإساتية القادرة على تحقيق السبل المثلى الكفيلة في تطوير قدرات المنظمة والمجتمع نحو بلوغ الأهداف المراد إنجازها" (حمود،2010:53) وتبني باحثون التصنيف السادس تعريفهم على وفق المنهج الشمولي بأنها "عملية منظمية متكاملة من أجل توجيه نشاطات المنظمة للحصول على المعرفة و تخزينها ومشاركتها وتطويرها وإستخدامها من قبل الأفراد والجماعات من أجل تحقيق أهداف المنظمة" (Rastogi,2000:247) وشاركه الرأي (مطر،2007:23) بأنها " مزيج من الخبرات والمهارات والقدرات والمعلومات السياقية المتراكمة لدى العاملين والمنظمة"، في حين عدها باحثو التصنيف السابع على وفق المنهج ثنائي المصطلح إذ عرفها (Jennex,2007:2) من منظورين يتضمن الأول المعرفة الصريحة وهي المعلومات المعالجة التي تستخدم في معالجة مشكلة معينة ويمكن إستخدامها ونقلها وتعلمها وتقليدها من قبل المنظمات، فيما يتضمن الثاني المعرفة الضمنية والتي يمتلكها الفرد داخل عقله ، وفي السياق نفسه عرفها (Daft,2007:355) بمعنيين الأول "المعرفة الصريحة التي تعطي معلومات ذات جودة عالية من أجل الدخول إلى المعرفة الكاملة لإعادة وتجميع المعارف كافة والمعرفة الضمنية التي تعد قناة الخبرة الفردية لإعطاء الأستشارات الإبداعية لحل المشاكل الإستراتيجية .

وإستناداً إلى ما سبق يرى الباحثين أن المعرفة "خليط من الأفكار والمفاهيم الفكرية والإجرائية التي يؤدي تراكمها إلى المساعدة في جعل الأفراد أكثر مقدرة على معالجة البيانات وتحويلها إلى معلومات وبالتالي إستخدام هذه المعلومات في المستقبل لمساعدة المنظمة في تحقيق أهدافها والوصول بها لإتخاذ قرارات أكثر حكمة".

ثانياً: أهمية المعرفة:

تزايدت في العصر الحالي التطورات السريعة والمتواصلة للثورة التكنولوجية والمعلوماتية مما أدى إلى زيادة المنافسين وحدة المنافسة بين المنظمات المختلفة إذ إن المنظمة الناجحة والمبدعة هي التي تنشر المعرفة في كافة أرجائها وتجسدها بصورة منتجات وخدمات كونها مصدراً مهماً للميزة التنافسية وتسهم في تحفيز العاملين على الإبداع والابتكار المتواصل (العقابي،2013:24) وتوضح أهمية المعرفة من خلال الآتي:(السالم،2006:2)(الخطيب وزيفغان،2009:9)(العربي والغزالي،2012:120)(سيد علي،2013:65)(الكبيسي،2014:40)

1. تشكل المعرفة في العصر الحالي فرصة من أجل عصرنة المنظمات وربطها بأحدث التقنيات لمواكبة التطور المعرفي ومحاولة التخفيف من الفجوة المعرفية.
2. تسعى المنظمات إلى تطوير وتحسين معارفها الداخلية فضلاً عن الحصول على معارف أخرى جديدة من البيئة الخارجية وتحديد المنافسين لذلك تعد المعرفة في المنظمات من أهم متطلبات تحقيق الميزة التنافسية لها مع المنظمات الأخرى.
3. تمثل المعرفة الضمنية مكسباً مهماً للمنظمات كونها تضمن عنصراً بشرياً بإمكانه إستغلال المعارف التي يملكها في تحقيق ما هو إيجابي لصالح المنظمة فالمعرفة الضمنية لا وجود لها إلا لدى أفراد المعرفة.
4. تشكل المعرفة سواً كانت الضمنية أو الظاهرية فرصة مهمة لتطوير نمط القيادة في المنظمات إذ تصبح الحاجة ملحة لتكوين قيادات جديدة بإمكانها تفعيل المعرفة في المنظمة.
5. تحتاج المنظمة للمعرفة المتجددة في مباشرة عمليات إختيار وإنتاج المنتجات من سلع أو خدمات أو لتصميم نظم وآليات التسويق والتوزيع للوصول للمنتجات إلى الأسواق المناسبة في الوقت المناسب.
6. تحدد المعرفة القرار بإختيار مجال النشاط الرئيس للمنظمة والمجالات المساندة التي توظف فيها أموالها ومواردها المتاحة في ضوء التقنيات الساندة والمتوقعة والتي من شأنها أن تؤثر في جدوى نشاط معين فضلاً عن المعرفة المتخصصة بطبيعة الصناعة ومقوماتها المادية والتقنية وإحتمالية النجاح أو الإخفاق فيها.

ثالثاً: مفهوم المعرفة الإلكترونية:

يعد التدفق المعرفي الحاصل في المنظمات بشكل عام والسياحية منها على وجه الخصوص المحرك الأساسي لمنظمات الأعمال المعاصرة إذ تبرز أهمية إستخدام التكنولوجيا الحديثة والمتطورة في زيادة الرصيد المعرفي للمنظمات والذي يوافر القدرة على تطور علاقاتها مع الضيوف الحاليين أو المستقبليين الذين يمتلكون أفكاراً ومعارف وتجارب لا تتوافر لدى المنظمات المنافسة الأخرى أو يصعب الحصول عليها لذلك أصبحت المعرفة الإلكترونية من أهم مجالات العمل لأي منظمة ترغب في الإستمرار والنجاح والوصول إلى تحقيق ميزة تنافسية (الشرفا،2008:2-3)، وتبعاً لذلك تعددت وجهات نظر الباحثين والكتاب بتحديد مفهوم شامل للمعرفة الإلكترونية إذ عرفها (مصطفى،1998:14) بأنها "حصيلة المعلومات الفنية للفرد والجماعة والمنظمة من خلال القدرة على إكتسابها وإستيعابها وهي تسهم في حل مشكلات العمل وتحسين الأداء"، وذكر (Norris,2003:20) أن المعرفة الإلكترونية تعني " تجمع رقمي للمعلومات وتتألف من موضوعات معرفية يمكن مشاركتها مستندة على مقاييس عالمية متضمنة محتويات وسياقات وآراء حول كيفية إستخدامها"، وهناك من عرفها بأنها "معرفة يتطلب استخدامها على شبكة المعلومات العالمية" "الإنترنت" تطبيق إستراتيجيات ومفاهيم ونماذج أعمال وممارسات غير تقليدية" (Bonde,2005:19)، وأشار إليها (بحيي وهاشم،2005:6) بأنها " قدرة الأشخاص على فهم وكيفية إستخدام الوسائل التقنية المستخدمة في أعمالهم المختلفة وأن هذه المعرفة يتم أكتسابها اعتماداً على المؤهلات والخبرة العملية وتراكم الخبرة خلال مدة من الزمن"،

فيما رأى (الظاهر، 2009:60) بأنها " المعرفة التي تسهم في قيام مجتمع جديد عن طريق الاستخدام الأمثل للإنترنت في مجال إقتصاديات المعرفة والتجارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية والإتصال بالشبكات العالمية لتبادل المعارف الابتكارية وريادة مجالات جديدة"، وفي السياق ذاته عرفت بأنها "التمكين من الوصول الأوسع للمعلومات والمعرفة والخبراء وتحقيق كفاءة أفضل من إعادة استخدام المعرفة والمضمون الحاليين لإنشاء المضمون الجديد" أو أنها "المعرفة التي يتم تداولها على الشبكة الداخلية أو الخارجية أو الإنترنت وفق نماذج الأعمال الإلكترونية بما يحقق رفاعة الأصول الرقمية (المنتجات والخدمات الرقمية) والوصول الواسع والمرن إليها في كل مكان وأي وقت مستندة إلى بنية تحتية فعالة وثقافة قائمة على التقاسم على نطاق واسع داخل المنظمة وخارجها" (نجم، 2009:503) واستناداً إلى ماسبق يرى الباحث إن المعرفة الإلكترونية هي "المعرفة التي ترتبط بشكل مباشر بتكنولوجيا المعلومات ووسائل الإتصال الإلكتروني في نقل وتوليد المعرفة عن طريق الوسائل الجديدة التي ساهمت بها ثورة المعلوماتية وشبكة الإتصالات الإلكترونية لبناء نظام إداري يعتمد على أجهزة الحاسوب كبديل للنظام الإداري التقليدي".

رابعاً: أهمية المعرفة الإلكترونية:

لقد أصبحت المعرفة الإلكترونية أداة ضرورية لكافة المنظمات، ليس فقط السياحية منها، وإنما الإقتصادية والتربوية والثقافية إذ ساهمت في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين بتحقيق التنمية الشاملة (الوادي والوادي، 2011:13) وبرزت أهميتها من خلال الآتي:

1. تعد المعرفة الإلكترونية عنصراً مهماً في ظهور الإقتصاد المعرفي الذي بدأ يأخذ تسميات عديدة (كإقتصاد المعلومات، الإقتصاد الرقمي، الإقتصاد الإلكتروني) من خلال استخدام الخبرات والمعلومات.
2. تسهم المعرفة الإلكترونية في بناء مجتمع إلكتروني، يمتاز بالقدرة على نقل المعارف ونشرها عبر العالم في حالة توافر الظروف والوسائل المناسبة، وبما يسهم في تحقيق الإبداع والابتكار، وإعادة تكوين المعرفة المضافة.
3. تساعد المعرفة الإلكترونية وباستخدام تكنولوجيا المعلومات على عملية تقديم الخدمات بسهولة ويسر.
4. تمكن المعرفة الإلكترونية من تخفيض الكلف عن طريق استخدام المعارف الإلكترونية إذ توافر الوقت والجهد مما يؤدي إلى التحول من الموارد الأولية والمعدات الرأسمالية والتركيز على المعلومات والمعرفة ومراكز التعلم.

خامساً: خصائص المعرفة الإلكترونية:

- يمكن تحديد مجموعة من الخصائص التي تمتاز بها المعرفة الإلكترونية وكالاتي (نجم، 2009:504)
1. تعمل المعرفة الإلكترونية على قانون الأصول الرقمية وتحقيق رافعتها بكفاءة عالية هي كفاءة الشبكة العالمية.
 2. تتشكل المعرفة الإلكترونية من نتاج شبكات أنظمة المعرفة كأدوات العمل التشاركي، الفرق الافتراضية، جماعات الممارسة المشتركة، الأهتمامات المهنية المشتركة، الإنترنت ولغات الإنترنت.
 3. تعد المعرفة الإلكترونية وثيقة الصلة بالموصفات القياسية لقدرة التشغيل البيئي وبرتوكولات الإنترنت ولغاته.
 4. يتم تداول المعرفة الإلكترونية على شبكة الإنترنت والوصول إليها عن طريق التشبيك الفائق في أي وقت ولاي عدد.
 5. تعد نماذج أعمال المعرفة الإلكترونية نماذج قائمة على النقرات خلافاً لنماذج الأعمال القائمة على الأحجار.
 6. تصل المعرفة الإلكترونية إلى الأفراد بسرعة وأن العمل بها يكون بلا حدود.

سادساً: أبعاد المعرفة الإلكترونية:

وضع (Davies, 2001:6) مصطلح سوق المعرفة الإلكترونية على الأبعاد الرئيسية للمعرفة الإلكترونية، والتي تتضمن (الموهبة، رأس المال البشري، الملكية الفكرية، منتجات المعرفة، التعلم الإلكتروني) إلا إن هذه الأبعاد لا تقوم بمهامها إلا إذ توافرت شبكة الإتصالات الإلكترونية وهو البعد الرابع الذي تناوله كل من (قنديلبي والجنابي، 2005:45) (العلي وأخرون، 2009:232) لتصبح الأبعاد كالاتي (شبكة الإتصالات الإلكترونية، التعلم الإلكتروني، رأس المال البشري، الملكية الفكرية) وفيما يأتي شرح موجز لكل بعد من الأبعاد:

1. شبكة الإتصالات الإلكترونية:

تزايد الأهتمام بالإتصالات الإلكترونية في الآونة الأخيرة إذ دخلت في جميع الأعمال اليومية للأفراد والمنظمات وإعتمادهم على التكنولوجيا المتطورة والبحث والتطوير والتجديد المستمر فضلاً عن تحقيق المنافسة بين المنظمات لذا بات على المنظمات الاستفادة من التكنولوجيا المتطورة للإتصالات وإستخدامها في تحقيق الأهداف الإستراتيجية (حريزي، 2011:4) وقد تناول العديد من الباحثين مفاهيم مختلفة للإتصالات الإلكترونية إذ عرفها (السالمي، 2000:168) بأنها "إستخدام الوسائل التقنية لنقل وتبادل الأفكار والمعلومات بسرعة عالية وبشكل دقيق وتوفيرها إلى المستفيدين بالوقت المناسب، وبما يدعم عملية صنع القرار"، وهناك من رأى بأنها "عبارة عن أنواع التقانات التي تتيح لطرفي الإتصال التفاعل فيما بينهم وصولاً إلى تحقيق الأهداف المتفاعلة من عمليات الإتصال" (المعاضدي، 2000، 111)، وأشار إليها (طه، 2007:431) بأنها "كافة الأنشطة والوسائل المتعلقة بعملية التبادل الإلكتروني للمعلومات بين حاسبات آلية مرتبطة ببعضها".

2. التعلم الإلكتروني :

يعد التعلم الإلكتروني من أهم تطبيقات تكنولوجيا الاتصالات إذ يقوم على أساس ما توافره هذه التكنولوجيا من أدوات، متمثلة بالحاسوب الآلي، والإنترنت والتي كانت سبباً في إنتشاره وتطويره إذ يستخدم جميع الوسائط المتعددة بما فيها شبكة المعلومات الدولية وما يتمتع به من سرعة في تدفق المعلومات في المجالات المختلفة (الطروزي،2001:65) ويعد التعلم أحد المداخل الرئيسية في زيادة الإنتاجية وتطوير المنظمات وتحقيق الميزة التنافسية فالطاقات الفعلية التي يختزنها الأفراد في عقولهم تشكل مصدراً مهماً من مصادر الثروة المعرفية في المنظمة كما يشكل أحد أبرز المهارات الواجب تلمتها في المنظمات الراغبة في تحقيق التميز (بوب،2013:122) وعرف (داركر،1999:8) التعلم الإلكتروني بأنه "التعلم عن بعد أو التعلم المستند إلى الحاسوب والإنترنت وباستخدام وسائل التعلم القائمة على الوب وبرامج التشارك الجماعي والبريد الإلكتروني والرسوم المتحركة التعليمية وبرمجيات إدارة التعلم"، أو أنه "عملية اكتساب المعرفة الإلكترونية من خلال الخبرات والمهارات والقدرات التكنولوجية" (Buchanan&Huczynski,2004:110).

3. رأس المال البشري :

نتيجة التطور الهائل في العلم والتكنولوجيا الذي شهدته مرحلة القرن العشرين، تحقق نوع من التراكم المعرفي، وأنبثق عنه تطوران في غاية الأهمية أولهما التراكم الرأسمالي والآخر هو السرعة في التقدم العلمي والتكنولوجي والذي تجسد في تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات اللذان كان لهما الأثر المباشر على المنظمة التي تعد الوحدة الأساسية لتكوين المجتمع الإقتصادي، وفي خضم هذا التحول أدركت المنظمة أهمية عنصرها البشري حتى أصبحت هذه الموارد وكيفية تسييرها من أهم مصادر الميزة التنافسية، وأصبح العنصر البشري من أهم أصول المنظمة وأساس ثروتها، إذ إن تحقيق هدف أي منظمة ونموها وإستمراريتها يتطلب وضع إستراتيجية لإدارة مواردها البشرية ومن أهم هذه الإستراتيجيات هي الأستثمار في رأس المال البشري (محمد وألفي، بدون سنة:2) وتناول مجموعة من الكتاب والباحثين مفهوم رأس المال البشري وفقاً لأرائهم وتوجهاتهم العلمية إذ عرفه (Daft,2003:408) بأنه "القيمة الإقتصادية للمعرفة والخبرات والمهارات والإمكانات (القابليات) التي يمتلكها العاملون، وأشار إليه (النجار،2006:16) بأنه "كفاءة جماعية للمنظمة وظيفته وضع أفضل الحلول للزيان من خلال معرفة يمتلكها الأفراد العاملون وهذا يعني أنه يشمل جميع الأفراد الذين ينتمون إلى المنظمة ويعملون فيها .

4. الملكية الفكرية :

تحتل الملكية الفكرية أهمية بالغة في عصر التكنولوجيا والتواصل الحضاري والإنساني السريع بين الأمم والشعوب، وكذلك داخل المجتمعات ذاتها وتزايد هذا الإهتمام يوماً بعد يوم رعاية للإبداع والمبدعين وحفاظاً على حقوقهم وثمرات إنتاجهم (الكماي وطنش، بدون سنة:225) إذ تناول الباحثون والكتاب مفهوم الملكية الفكرية من وجهات نظر عدة منطلقين من نظرتهم وأرائهم الفكرية وهناك من رأى بأنها" العناصر التي تسمح للمنظمة بالتجديد وكل ما يمكن حمايته قانونياً مثل براءات الإختراع، العلامة التجارية، حقوق الأستثمار، المواهب الخاصة بالنشر والمؤتمرات إذ تعمل المنظمات على أملاك المزيد من الملكية الفكرية لتحقيق ميزة تنافسية تمكنها من مواجهة المنافسة الشديدة في الأسواق" (Bontis,2001:45)، وأشار إليها (فلاحي وشيخة،2005:194) بأنها"كل ماله علاقة بإبداعات العقل كالإختراعات والأعمال الأدبية والفنية والأسماء والرسوم المستخدمة في التجارة. وتبرز أهمية الملكية الفكرية باعتبارها ميزة للإقتصاد الوطني وتحقيق المصلحة الوطنية حتى في الدول الأقل نمواً إذ إن حماية الإختراعات والعلامة التجارية أو أي نشاط إبداعي تحفز وتشجع أصحاب حقوق الملكية الفكرية من مخترعين ومولفين على الإبداع الفكري والإختراع وجذب المستثمرين وأصحاب حقوق الملكية الفكرية بتشغيل أموالهم في الدول التي تحمي الملكية الفكرية .

المبحث الثالث

القيادة: المفهوم، الأهمية

أولاً: مفهوم القيادة :

القيادة ظاهرة تلمس آثارها في مختلف نواحي حياتنا، وهي من العناصر المهمة لأي منظمة سواء كانت في مجال السياسة والأعمال أو الاجتماع أو غير ذلك، لقد اختلفت آراء الكتاب والباحثين بشأن تحديد مفهوم شامل للقيادة وكان تعدد المفاهيم التي قدمت ترجع إلى صعوبة الفصل بين ما يجب أن تكون عليه القيادة وبين العوامل التي ساهمت في ظهور قيادات من أنواع معينة (ريسان،2002:170) وجاء المفهوم الحديث للقيادة الذي إعتد على فكرة العلاقات الإنسانية التي تربط بالقائد وأعضاء التنظيم ليس بوصفهم أتباعاً له بل كونهم شركاء في القرار الإداري وفي مسؤولية القيام بإنجاز الأهداف (الزعيبي والبطاينة:2014:51)، إذ وجد مفهوم القيادة في الحضارات القديمة وكانت لها أصولها وتقاليدها حيث تميزت كل قيادة بصفات وخصائص الحضارات في كل عصر ومرحلة تاريخية وقدمت العديد من المفاهيم القيادية التي بلورت الفكر القيادي الجديد، إذ اختلفت وتباينت آراء الكتاب والباحثين في تعريفهم، إذ عدها الصنف الأول من الباحثين على أنها القدرة على التأثير وعرفت بأنها"عملية التأثير في أنشطة الفرد أو الجماعة لتحقيق هدف معين في موقف معين (Hersy&Blanchard,1996:5)، وأشار إليها (Gareth Jones,et al,2000:32) . بأنها "الأجراءات التي يبذلها الشخص القائد للتأثير في الأشخاص الآخرين لتحفيزهم ودفعهم في الوصول الى تحقيق أهدافهم أو الأهداف التنظيمية من خلال الأشراف المباشر على نشاطاتهم"، وهناك من رأى بأنها"قدرة القائد

بتأثيره في المرؤوسين من حيث أملاكه للقيم والمهارات والإمكانات الشخصية التي تساعده في دفع وتحفيز المرؤوسين نحو تحقيق الأهداف المشتركة" (Krishnan,2005:15)، فيما رأى باحثو التصنيف الثاني كونها عملية تفاعل إجتماعي وعرفت بأنها " ظاهرة إجتماعية تفرض تأثيرها على السلوك الجماعي في المنظمة وهي واحدة من الفعاليات المتداخلة والرئيسة للمنظمة وضرورة من ضرورات النجاح التنظيمي" (Certo,1997:356)، وفي الإتجاه ذاته عرفت بأنها " عملية تفاعل إجتماعي لا يمكن أن تتم في فراغ وإنما يستلزم لها إطار من العلاقات والتعاملات الإجتماعية بين عدد من الأفراد الذين يشكلون جماعة ليتبلور من خلالها الدور أو الأدوار القيادية" (آل ياسين، 2002:63)، فيما عرفها (حريم، 2009:216) بأنها "عملية إجتماعية تسعى للتأثير على الأفراد المرؤوسين وسلوكهم للعمل بجد ورغبة لتحقيق أهداف مشتركة ومرغوبة"، فيما عدها باحثو التصنيف الثالث على أنها رؤى مستقبلية إذ عرفها (Heresy & Johnson,1999:40) بأنها "عملية وضع القائد لرؤية مستقبلية وتطبيق هذه الرؤية بشكل حقيقي وجداد"، وهناك من رأى بأنها "عملية تطوير أفكار ورؤية مفعمة بالقيم المساندة لتلك الأفكار والرؤية للتأثير في سلوك الآخرين أفراداً وجماعات" (Hellriegel,2000:324)، وأشار إليها باحثو التصنيف الرابع على أنها عملية موقفية وأن للظروف أثر في فاعلية القيادة إذ عرفها (Chermerhorn & Gohn,2001:91) بأنها "عملية ألهم الآخرين في العمل بجد لأجاء الأعمال المهمة والصعبة والتي تتطلب مهارات مهمة وخاصة"، وأشار إليها (عبد الفتاح، 2014:26) "عملية الأقتناع أو تقديم القدوة التي يستخدمها فرد أو فريق قيادي لحث مجموعة من الأفراد على السعي لتحقيق أهداف يريدونها القائد أو لتحقيق أهداف مشتركة بين القائد والمجموعة".

وإستناداً إلى ماسبق يرى الباحثين أن القيادة "عملية التأثير والقدرة على التوجيه والأرشاد ومشاركة الآخرين في العمل بفاعلية وكفاءة أعلى من أجل تحقيق الرؤى المستقبلية للمنظمة والوصول إلى أهدافها على وفق رؤية إستراتيجية متفق عليها".

ثانياً: أهمية القيادة:

تعد القيادة من الوظائف المهمة التي تعتمد عليها المنظمات في تحقيق نجاحها فهي بمثابة الرأس من الجسد للإدارة وتمارس تأثيراً متميزاً في نجاح المنظمات (العامري والغالبى، 2008:456) وبرزت أهمية القيادة من خلال تحقيقها الآتي :

(فرج، 1992:26-29) (النجار، 2008:104) (خلف، 2010:14)

1. تمارس القيادة دوراً مهماً وأساسياً في النشاط المجتمعي من خلال التأثير في سلوك الأفراد ومعرفة مدى إهتمامهم بأهداف المنظمة التي يعملون فيها.
2. تؤدي القيادة إلى معرفة الجوانب المختلفة للعلاقة التفاعلية المتبادلة بين القادة والثقافة والوقوف على الصفات والسمات المتميزة في كل منها.
3. للقيادة القدرة على مواكبة التغييرات البيئية وتحقيق الأهداف التنظيمية وتطوير السياسات لحل المشاكل التي تواجه المنظمة وتحديد أفضلها فضلاً عن تحديد معايير الأداء الناجح والتميز للمنظمة.
4. تقوم القيادة بمراجعة أداء العمل وتصرفات العاملين وتوفير مناخ إبداعي يشجع على الإبداع ويحفز الأفراد العاملين.
5. تعد القيادة حلقة الوصل بين العاملين وبين خطط المنظمة وتصوراتها المستقبلية.
6. تمتاز القيادة بقدرتها على تنمية وتدريب ورعاية الأفراد باعتبارهم أهم مورد للمنظمة.
7. للقيادة القدرة على تسهيل عملية تحقيق الأهداف المرسومة للمنظمة.
8. تعد القيادة المجال الذي تنصهر فيه كافة المفاهيم والأستراتيجيات والسياسات.

المبحث الرابع

الريادة: المفهوم، الأهمية، الريادي

أولاً : مفهوم الريادة :

تعد الريادة مصطلحاً قديماً تم أستخدامه لأول مرة في اللغة الفرنسية في بدايات القرن السادس عشر إذ كان يستخدم بمعنى المخاطرة وتحمل المصاعب التي كانت ترافق حملات الإستكشافات العسكرية، كما أنتشر أستخدام هذا المصطلح بنفس المعنى في تلك الفترة للدلالة على الأعمال والأنشطة التي تتضمن المخاطرة كالأعمال الهندسية، وأعمال بناء الجسور، وفي بداية القرن الثامن عشر دخل مصطلح الريادة إلى الأعمال الإقتصادية للتعبير عن الأعمال والأنشطة التجارية التي تلازمها المخاطرة (أبو فارة، 2010:5)

أما الريادة في المنظمات فظهرت في العام (1985) نتيجة لتعرض المنظمات لموجة من التغييرات السريعة في مختلف المجالات التكنولوجية والإجتماعية والإقتصادية والتي دفعتها إلى ضرورة إيقاظ الروح الريادية داخل تنظيماتها (Thornberry,2006:1) ، وأشار إليها (Bateman & Snell,2007:220) بأنها "مصطلح يهتم بشكل كبير بمفهوم الأبداع وإيجاد منتجات جديدة لم تكن موجودة سابقاً وتحسين منتجات موجودة"، وهناك من رأى بأنها "عملية يقوم من خلالها الأفراد والجماعات بالمعرفة والسعي وراء الفرص الريادية من غير أن تكون مقيدة بشكل مباشر بالموارد التي تسيطر عليها " (Hill,etal,2007:329) فيما عرفها (Pearce & Robinson,2007:413)

بأنها " عملية تجميع الأفكار والنشاطات المبدعة والمبتكرة مع المهارات الإدارية والتنظيمية اللازمة لإستغلال الأفراد والأموال والعمليات لتلبية حاجة محددة وخلق الثروة في العملية "

ثانياً : أهمية الريادة:

تعد الريادة من الحقول المهمة في إقتصاديات الدول الصناعية المتقدمة إذ تسهم المشروعات الريادية مساهمة فاعلة في تحقيق التنمية الإقتصادية الشاملة فهي اللبنة الأساسية في بناء المنظمات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة فضلاً عن دورها في ظهور أنواع جديدة من السلع والخدمات تسهم في نمو أسواق جديدة وبالتالي تعمل على تقليل الفجوة بين إقتصاديات الدول (النجار والعلي، 2010:27)، وتبرز أهمية الريادة من خلال الآتي(العاني وآخرون، 2010:28) (جواد وآخرون، 2010:4) (حسين، 2013:392)

1. زيادة الكفاءة من خلال زيادة التنافس إذ أن دخول المنافسين الجدد يحفز الآخرين للأستجابة بشكل كفوء وفعال.
2. إحداث تغييرات في هيكل السوق والعمل من خلال تبني الأبداع التنظيمي والتكنولوجيا الحديثة.
3. التنوع الكبير في الجودة والنوعية إذ أن المشروعات الجديدة تقدم أفكاراً جديدة وإبداعاً إقتصادياً
4. النشاط الريادي كآلية للتغيير والتطوير والتجديد الاستراتيجي.
5. تُعد أحد مدخلات عملية إتخاذ القرار المتعلق بالأستعمال للموارد المتاحة للوصول إلى إطلاق المنتج أو الخدمة وكذلك الوصول إلى طرائق وأساليب جديدة للعمليات
6. تستعمل أساسيات الإدارة في الوقت الذي يتم فيه تحديد نمط السلوك الريادي إذ يتحدى البيروقراطية ويشجع على الإبداع
7. تكون مسؤولة عن تحفيز وتشجيع الإبداع داخل المنظمة بواسطة إستغلال الفرص الجديدة وتنفيذها وأستغلال واكتساب الموارد لأجل إنتاج سلع وخدمات جديدة.
8. تعد الريادة لمنظمات الأعمال سمة مهمة للنمو والميزة التنافسية.

ثالثاً : مفهوم الريادي:

قدم مفهوم الريادي لأول مرة في الفكر الإداري في مطلع ثمانينات القرن الماضي من خلال الأفكار التي طرحها كلا من (Drucker)(Gilder) إذ أكدت دراساتهم على أن الريادي إستطاع أن يبرز في مجال الأعمال الإدارية من خلال قدرته على التخطيط والتنظيم والرقابة إذ يعد المالك لرأس المال والمدير والمسيطر على عناصر الإنتاج فضلاً عن إن الريادي لا يوجد فقط في المنظمات الصغيرة أو المتوسطة وإنما في المنظمات الكبيرة أيضاً ويكمن جوهر الريادي في أنه جعل من التغيير شعاراً له (النجار والعلي، 2006:10) وعرف قاموس (Webster) الريادي بأنه "الشخص الذي يستطيع تقييم وإدارة المخاطر في الأعمال" (Merriam- Webster, 1998:387)، كما ترجمت في القواميس والأدبيات الإدارية إلى (المبادر، الملتزم، الملم، المخاطر، المخطط، المروج، صائد الفرص، صانع القرار، المبدع أو المستثمر للتعبير عن الذي يرغب في بدء مشروع خاص أو إمتلاك مشروع بالفعل ويريد أن يديره بصورة صحيحة وسليمة) (أسماعيل، 2010:72) ، وتعددت آراء الكتاب والباحثين في تحديد مفهوم الريادي إذ عرف بأنه "الأفراد الذين يعملون باستقلالية أو كجزء من المنظمة ويبحثون عن الفرص الريادية ومن ثم يجازفون بقبول المخاطرة لتطوير الإبداعات لإستغلال هذه الفرص" (Hitt, et al, 2007:395)، وهناك من رأى بأنه "مجموعة الأفراد الذين يسعون لأيجاد الفرص وأستغلالها من خلال أنصالحهم الوثيق بالعلوم الحديثة" (Carpenter & Sunders, 2009:409)، وفي السياق ذاته عرف بأنه "الشخص الذي يخلق الأعمال الجديدة في ظروف المخاطرة وعدم التأكد لغرض تحقيق الأرباح والنمو بواسطة معرفة الفرص وتجميع الموارد الضرورية ليحولها إلى رأس مال حقيقي" (Zimmerer & Scarborough, 2008:5)، ورأى (السكرانة، 2010:23) بأنه "الشخص الذي يبني ويبتكر شيئاً ذا قيمة والإستمرار بأخذ الفرص المتعلقة بالموارد والإلتزام بالرؤيا والأخذ بعنصر المخاطرة) .

المبحث الخامس

القيادة الريادية: المفهوم، الأهمية، الأبعاد

أولاً : مفهوم القيادة الريادية :

تواجه منظمات الأعمال بيئة مضطربة ذات تنافس متسارع، مما يتطلب نوعاً جديداً من القيادة الريادية تختلف على الأشكال الأخرى للقيادة الإدارية، فالقائد هنا يسهم في مساعدة تابعيه لإكتشاف وإستخدام قابلياتهم وتعظيمها للمساهمة بفعالية في سياسة المنظمة(حسونة والسكرانة، 2010:5) ، فالريادة تعتمد على نوع من القيادة تتسم بالشجاعة والإيمان بالفكرة والقدرة على العمل الشاق في جميع الظروف والأحوال، وعادة ما يتحدى الرياديون أنفسهم ويشعرون بالرضا من جراء العمل والتغلب على العقبات وتحقيق النجاح. (Dess, 2007:489)

وتعددت آراء الكتاب والباحثين بتحديد مفهوم القيادة الريادية إذ عرفت بأنها "القدرة على جمع الموارد الضرورية للإستفادة من الفرص الجديدة" (Ruble & Palladion, 2000:6)، وأشار إليها (Ireland, 2003:971) بأنها "القدرة على التأثير في الآخرين لإدارة الموارد بشكل إستراتيجي من أجل التأكيد على سلوكيات كل من البحث عن الفرص والبحث عن الميزة والقيمة"، وهناك من رأى بأنها " تلك القيادة التي تعمل على خلق السيناريوهات الرؤيوية التي يتم إستخدامها لجمع وتحشيد ودعم المساهمين للعمل وفق هذه الرؤى على الإكتشاف والإستفادة من خلق القيمة

الإستراتيجية" (Vipin,2004:103)، فيما رأى (الباشقالي،2010:40) بأنها "القيادة القادرة على إحداث التغيير وصنع الإبداع للحصول على المزايا التنافسية والمحافظة عليها، وهي القيادة التي لديها الرغبة في القيام بالمزيد من مشاريع الأعمال التي تقوم على المخاطرة، وتحمل على عاتقها المسؤولية عن أي فشل، أو إخفاق كما تعمل على تعزيز الثقة بالذات والعمل على التفكير والتصرف بطريقة ريادية من أجل تحقيق قيمة إستراتيجية للمنظمة".

ثانياً: أهمية القيادة الريادية :

- تحدد أهمية القيادة الريادية باعتبارها أحد عناصر نجاح المشاريع أو الأعمال الريادية من خلال الآتي:
- (Mases,2003:1) (محمد،2011:21)
1. تعد أحد المكونات الحيوية في عملية التطوير والتنمية الاقتصادية إذ يستطيع المجتمع من خلالها تحويل المعلومات التكنية إلى سلع وخدمات.
 2. تشكل القيادة الريادية أداة مهمة للقيام بعمليات التغيير في المجتمعات بشكل عام من خلال عمليات الإبداع في السلع والخدمات المقدمة.
 3. تمثل القيادة الريادية وسيلة فاعلة في تطوير الأعمال وتعزيز الربحية وزيادة العائدات.
 4. تؤدي القيادة الريادية إلى النمو في سوق المنافسة وبالتالي زيادة الإنتاج، إذ يمتاز القائد الريادي عن القادة الآخرين (القائد التحويلي والقائد التبادلي) بمساعدة التابعين في استخدام وتعظيم قابلياتهم للمساهمة بفاعلية في سياسة المنظمة.

ثالثاً: أبعاد القيادة الريادية:

تناولت المراجع النظرية والعملية للقيادة الريادية عن العديد من أبعاد القيادة الريادية إلا أن أكثرها شيوعاً وإستخداماً (الأبداعية، الرؤية الاستراتيجية، المبادأة أو الأستباقية، أستثمار الفرص، المخاطرة) والتي سيتم تناولها في الجانب العملي من الدراسة

1. الأبداعية :

يعد الإبداع ظاهرة قديمة الجذور حديثة الأهتمام فمنذ بدء الخليقة والإنسان يبدع وابتكر في مختلف المجالات وقد إزداد الإهتمام بالإبداع في جميع المنظمات بغض النظر عن طبيعة عملها ونشاطها فالإبداع تحتاجه جميع المنظمات الصناعية،التجارية،الخدمية فضلاً عن المنظمات السياحية إذ إن أفضل المنظمات هي التي تمتلك القدرة على الإبداع وأفضل المدراء وقادة العمل هم أولئك الذين يستطيعون توفير المناخ التنظيمي الملائم لمساعدة أعضاء المنظمة في استخدام مواهبهم الإبداعية بشكل كامل (الكلكاوي،2004:21)، يؤكد (العامري والغالبي،2008:441) إلى أن الإبداع ليس عملية واحدة تتم في لحظة زمنية واحدة سريعة بل هو سلسلة من المراحل المتتابعة تعتمد بعضها على البعض الأخر خاصة عندما يتعلق الأمر بالإبداع الجذري الذي يعني تغييراً جوهرياً في خصائص المنتج أو إنتاج جديد كلياً .

2. الرؤية الإستراتيجية:

تعد الرؤية من أهم مايمتلكه الريادي فعليه إن القائد الريادي هو صاحب الرؤية والإلهام فهو الذي يمتلك إحساساً واضحاً بالمستقبل وفهماً كبيراً للإجراءات اللازمة للنجاح وعملية القيادة تتطلب تحويل الرؤية إلى نتائج ملموسة (Shermerhorn,1999:262)، وترتبط الرؤية مع رسالة المنظمة وعملية صياغة أهدافها ومراجعتها، فهي تهيئ المنظمة لرؤية المستقبل وتساعد في إنشاء توجه بعيد الأمد مرتبط بالأهداف الإستراتيجية للمنظمة والشأن الإستراتيجي هو ما يتعلق بإدارة المنظمة من متطلبات للتحرك من الواقع الراهن باتجاه رؤية النجاح (Joyse&Woods,1996:67) ويعرف (Thompson & Strickland,1999:3) الرؤيا بأنها "خارطة الطريق لمستقبل المنظمة والإتجاه الذي تطمح الوصول إليه وموقع العمل الذي تنوي تحديده والقابليات المخطط لتطورها"، وتمتاز الرؤية بمجموعة من الخصائص يمكن تحديدها بالآتي:(محمد،2002:37)

- تمثل الرؤية مصدر إلهام العاملين وتتضمن التفوق الذي تأمل المنظمة الوصول إليه من خلال زيادة القيمة المضافة المتولدة من إشراك جهود العاملين مع بعضهم.
- تظهر الرؤية بوضوح في مجالات التحدي والتفوق.
- تكون وثيقة الصلة بشعور وأحاساس العاملين في المنظمة وتحمل مرونة عالية.
- تكون قابلة للثبات وتحمل التحدي المستمر عند كل ضرورة من ضرورات التغيير.

3. المبادأة أو الأستباقية:

تعرف المبادأة أو الأستباقية بأنها "قدرة المنظمة على معرفة الفرص عند القيام بطرح المنتجات إلى السوق والحصول على المعلومات عن الوضع السابق والحالي والمستقبلي" (Argon,1998:113)، وهناك من رأى بأنها "عملية الفرص المربحة وإستغلالها من قبل المنافسين، وذلك من خلال تقديم سلعة أو خدمة جديدة أو الدخول في أسواق جديدة مما يتطلب من الرياديين تطوير رؤيتهم الإستراتيجية وتحديد المسارات لربط وتوحيد الأماكن والقدرات من أجل تحديد المسار الصحيح للحصول على الفرص وأستغلالها" (الباشقالي،2010:60)، وبين (Morris et al,2002:5) إلى أن المبادأة أو الأستباقية ترتبط بالمفاهيم الآتية:

- إغتنام الفرص في السوق التي لا تكون على علاقة مع العمليات الحالية.
- تقديم منتجات جديدة ونادرة مختلفة عن بقية المنافسين.
- التخطيط الإستراتيجي للعمليات التي تكون في مرحلة التقديم خلال مدة حياة الخدمة.

4. أستثمار الفرص:

يعد أستثمار الفرص من أهم سمات القيادة الريادية للمنظمات في العصر الحالي إذ أن نجاح المنظمات الريادية لم يأت بصورة مفاجئة وإنما كان نتيجة لأستثمار الفرص من خلال الرقابة المستمرة لحاجات ورغبات الضيوف، وإن تقييم الفرص وإستثمارها يتم من خلال المهارات التي يتمتع بها الأفراد وتحقيق الأهداف والمزايا المختلفة للبيئة التنافسية فضلاً عن معرفة سبب الفرص جاءت نتيجة للتغيرات التكنولوجية أم نتيجة المنافسة (البهادلي،2014:46)، ويعرف إستثمار الفرص بأنه "أستغلال الفرص في مجال معين بغية الأفراد بعمل مميز أو تأسيس منظمة جديدة أو إنشاء منتج جديد تجعل من صاحبة ريادياً في ذلك النشاط أو العمل (Zimmerer & Scarborough,2010:3) إذ يمثل أستثمار الفرص كصفة خلق الفرصة وأكتشافها وتطويرها وتقييم للإمكانيات التي يجب أن تستند على نوع العلاقة الإستراتيجية لهذه الإمكانيات والأستفادة منها بالإعتماد على كل الدوافع الإستراتيجية وغير الإستراتيجية (Morgan,2006:486) وتعد عملية التميز وإستثمار الفرص جوهر وأساس الريادة. (Morris et al,2002:6).

5. المخاطرة:

يعرف الخطر بأنه "الحالة التي يترتب عليها الضرر أو الخسارة، والخطر في عالم الأعمال هو الوضع الذي يصيب المشروعات مما يتسبب في تعرضها للخسارة والإفلاس أو إعاقة نموها" (المنصور،2003:390)، إذ يعد الخطر من أهم المشاكل الحيوية التي تؤثر على المنظمات تأثيراً فعالاً ، وتعرف بأنها "الإحتمالية في الحصول على المكافأة أو تحقيق عوائد في حالة نجاح خطة عمل المشروع" (Robert & Meier,2001:3)، ورأى (السكرانة،2010:75) بأنها "مقدار أتباع منظمات الأعمال للميل نحو المخاطرة والجرأة في البيئة المحيطة وذلك بطرح وتقديم منتجات وخدمات جديدة إلى الأسواق في ظل بيئة الغموض وعدم التأكد" إذ ينشأ الخطر نتيجة وقوع الفرد تحت تأثير عنصر عدم التأكد والإحساس بعدم تحقيق النتائج الكاملة فيبقى شبح الخطر قائماً طالما عنصر عدم التأكد موجود (النجار والعلي،2008:273) إذ لا توجد حدود معينة لسلوك أخذ المخاطرة بين المنظمات والأشخاص فكلما كانت المخاطر أقل يكون الشخص مجرد عامل ولكن إذا ازدادت المخاطر سيصبح ريادياً إذ إن أخذ المخاطر يأتي بقيمة إقتصادية للمنظمة ويكون ذات علاقة باتخاذ القرارات (السكرانة،2010:71) وتعد الإدارة الفاعلة للمخاطر وتحملها من أهم سمات القيادة الريادية حيث تضمن إمكانية إستثمار الفرص في بيئة يكتنفها الغموض والتغيير السريع .

المبحث السادس

الإطار العملي : نتائج علاقات الارتباط والناثير

أولاً : الإرتباط بين أبعاد المعرفة الألكترونية وأبعاد القيادة الريادية على المستوى الإجمالي:

جدول (1)

قيم الارتباط لمعامل (Spearman) بين أبعاد المعرفة الإلكترونية وأبعاد القيادة الريادية

المتغيرات المستقلة	المتغير التابع	قيم معامل الارتباط البسيط لسبيرمان-يراون
شبكة الاتصالات الإلكترونية	القيادة الريادية	0.68**
التعلم الإلكتروني		0.66**
رأس المال الشري		0.65**
الملكية الفكرية		0.65**
أجمالي أبعاد العلاقة بين المعرفة الإلكترونية والقيادة الريادية		0.66**

N=67

**مستوى معنوية 0.01

مستوى معنوية 0.05

المصدر : من أعداد الباحثين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

يشير الجدول (1) إلى أن قيمة معامل الارتباط للعلاقة بين أبعاد المعرفة الإلكترونية وأبعاد القيادة الريادية بلغت (0.66**) عند مستوى معنوية أقل من (0.01-0.05) مما يدل على تحقق الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص (توجد علاقة أرتباط ذات دلالة معنوية بين أبعاد المعرفة الإلكترونية وأبعاد القيادة الريادية)

ثانياً: تأثير أبعاد المعرفة الإلكترونية على أبعاد القيادة الريادية على المستوى الإجمالي

جدول (2)

نتائج معامل الأنداد الخطي البسيط لتأثير أبعاد المعرفة الإلكترونية في أبعاد القيادة الريادية

المتغيرات المستقلة	المتغير التابع	قيمة معامل التحديد % R ²	قيمة F المحتسبة
شبكة الإتصالات الإلكترونية	أبعاد القيادة الريادية	61.3	103.1
التعلم الإلكتروني		59.9	97.01
رأس المال البشري		55.9	82.49
الملكية الفكرية		64.3	116.8
أجمالي أبعاد القيادة الريادية		70.9	37.74

قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية 0.05 ودرجة حرية 1.65 = 4.00

المصدر: إعداد الباحثين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

يشير جدول (2) إلى نتائج تأثير المتغيرات المستقلة (شبكة الإتصالات الإلكترونية، التعلم الإلكتروني، رأس المال البشري، الملكية الفكرية) في أبعاد القيادة الريادية إذ بلغت قيمة F المحتسبة (103.1 - 97.01 - 82.49 - 116.8) على التوالي وهي أكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (4.00) ، أما على المستوى الإجمالي بلغت قيمة F المحتسبة (37.74) وهي أكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (4.00) مما يؤر على تحقق الرضية التي تنص (توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لأبعاد المعرفة الإلكترونية على أبعاد القيادة الريادية)

المبحث السابع

الإستنتاجات والنوصيات

أولاً : الإستنتاجات الخاصة بالجانب النظري:

1. يتضمن هذا المبحث عرضاً لأهم الإستنتاجات التي تم التوصل إليها من خلال الدراسة النظرية والتطبيقية: تُعد المعرفة الإلكترونية من الموضوعات الحديثة التي إحتلت أهمية كبيرة في ظل تزايد التطورات السريعة للثورة التكنولوجية والمعلوماتية، فضلاً عن زيادة المنافسين وزيادة حدة المنافسة بين منظمات الأعمال المختلفة.
2. إن عصر المعرفة ومنظمات المعرفة ساهما في إيجاد معارف جديدة تولدت من خلال الإبداع الفكري وأستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات مما أدى إلى ظهور عصر جديد هو عصر المعرفة الإلكترونية.
3. إن المعرفة الإلكترونية هي بالأساس معرفة بشرية وهي نتاج العقل البشري، لكنها وجدت مجالها الأوسع من خلال تكنولوجيا المعلومات والمجال الإلكتروني كمجال حيوي لنشاط هذه المعرفة من أجل إضافة ميزة لمنظمات الأعمال وخلق أفكار جديدة تسهم في نجاحها في مجالات عملها كافة.
4. سعي منظمات الأعمال ومنها المنظمات السياحية إلى الريادة وبناء قيادات ريادية، ليس فقط أن تهتم بالمخاطرة وخوض تجارب جديدة، وإنما يتعدى ذلك إلى محاولة الحصول على مكاسب جديدة من أجل نجاح المنظمة وتحقيق أهدافها في الإستمرار والمنافسة.

ثانياً: الإستنتاجات الخاصة بالجانب العملي:

1. حققت أبعاد المعرفة الإلكترونية وأبعاد القيادة الريادية أوساطاً حسابية تفوق قيمة الوسط الفرضي بحسب إجابات عينة الدراسة مما يؤشر أهمية هذه المتغيرات في للمنظمات السياحية.
2. أظهرت نتائج وصف وتشخيص آراء عينة الدراسة المبحوثة إهتماماً كبيراً بمتغيرات المعرفة الإلكترونية إذ جاء بعد شبكة الإتصالات الإلكترونية بالمرتبة الأولى من حيث الأهمية، وجاء ثانياً من حيث الأهمية متغير رأس المال البشري، في حين جاء متغير التعلم الإلكتروني بالمرتبة الثالثة من حيث الأهمية تلتها الملكية الفكرية بالمرتبة الرابعة من حيث الأهمية.
3. أظهرت نتائج الدراسة إهتماماً بمتغيرات القيادة الريادية إذ حصل مؤشر الإبداعية على المرتبة الأولى من حيث الأهمية، وجاء في المرتبة الثانية متغير المبادأة أو الإستباقية، فيما حصلت متغيرات الرؤية الإستراتيجية، إستثمار الفرص، المخاطرة على الأهمية الثالثة والرابعة والخامسة على التوالي.
4. جاءت نتائج علاقات الارتباط لتحقق مجمل أبعاد المعرفة الإلكترونية (شبكة الإتصالات الإلكترونية التعلم الإلكتروني، رأس المال البشري و الملكية الفكرية)، علاقات إرتباط معنوية مع مجمل أبعاد القيادة الريادية (الإبداعية، الرؤية الإستراتيجية، المبادأة أو الاستباقية، أستثمار الفرص والمخاطرة) وهذا يؤكد أهمية المعرفة الإلكترونية لنجاح القيادة الريادية من خلال تقديم خدمات متطورة تواكب ما وصلت إليه الشركات المنافسة.

ثالثاً: التوصيات :

من خلال إستعراض وتحليل نتائج الدراسة يرى الباحث أن هناك جملة من التوصيات تتناسب مع ما ورد من إستنتاجات وهي كما يأتي:

1. ضرورة الأعتتماد على المعرفة الإلكترونية في بناء نظم تعتمد بكل مباشر على تكنولوجيا المعلومات وإستغلال شبكة الإتصالات الإلكترونية لتبادل المعرفة والأستفادة من تجارب الآخرين وأستغلال الفرص للحصول على ميزة تنافسية لهذه الشركات
2. ضرورة تكثيف الجهود البحثية والدراسات في مجالي المعرفة الإلكترونية والقيادة الريادية بإعتبارهما موضوعين جديدين ذات أهمية لمنظمات الأعمال ولا سيما السياحية منها، وبالأخص شركات السفر والسياحة نتيجة التطور التكنولوجي وثورة المعلومات الإلكترونية.
3. تشجيع العاملين في شركات السفر والسياحة على تقديم أفكار جديدة وخلق حالة من الأبداع الفكري لديهم من خلال أستخدام تكنولوجيا المعلومات وماتوفره المعرفة الإلكترونية من مزايا كثيرة للتعرف على أحدث التقنيات المستخدمة في مجال السفر والسياحة، كالحجز الإلكتروني والسياحة الإلكترونية.
4. يتحتم على شركات السفر والسياحة إستقطاب الكفاءات الفنية والمختصة في مجال تقنية المعلومات لتطوير الأنظمة التي تستخدمها الشركات وتزويدها بأخر التقنيات الحديثة لزيادة كفاءة هذه الوسائل من أجل تقديم خدمات متكاملة للضيوف وتحقيق ميزة تنافسية في سوق العمل.

المصادر والمراجع:

أولاً : المصادر والمراجع العربية:

أ. الكتب العربية:

1. الحسناوي، صالح مهدي محمد والياسري، أكرم محسن (2015) " مفاهيم معاصرة في الإدارة الاستراتيجية ونظرية المنظمة". دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن
2. الزعبي، محمد عمرو البطاينة، محمد تركي (2014)، "القيادة الإدارية"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
3. السالمي، علاء عبد الرزاق (1999)، "نظم المعلومات والذكاء الصناعي"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
4. السكرتة، بلال خلف (2010)، "الريادة وإدارة منظمات الأعمال"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، الأردن.
5. العلي، عبد الستار و القنديلجي، عامر والعمرى، غسان (2012)، "المدخل إلى إدارة المعرفة"، الطبعة الثالثة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
6. العنزي، سعد علي وصالح، أحمد علي (2009)، "أدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
7. العامري، صالح مهدي محسن والغالبى، طاهر محسن منصور (2008)، "الإدارة والأعمال"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
8. الصيرفي، محمد (2003)، "الحاسوب في أدارة الأعمال"، دار قنديل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
9. الكبيسي، صلاح الدين عواد كريم (2014)، "أدارة المعرفة"، دار السيسبان، بغداد، العراق
10. الملكاوي، أبراهيم الخلوف (2007)، "أدارة المعرفة-الممارسات والمفاهيم"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن
11. الوادي، محمود حسين والوادي، بلال محمود (2011)، "المعرفة والأدارة الإلكترونية وتطبيقاتها المعاصرة"، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن
12. الياسري، أكرم محسن وحسين، ظفر ناصر (2015)، "مفاهيم معاصرة في الإدارة الاستراتيجية ونظرية المنظمة (أدارة المعرفة، التعلم التنظيمي، الأداء الاستراتيجي)، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الجزء السابع، عمان، الأردن.
13. زكار زاهر (2004)، "البحث العلمي وأهميته في ميادين العلوم"، مطبعة البحث العلمي، بدون مكان الطبع..
14. حسن، حسين عجلان (2008)، "أستراتيجية الأدارة المعرفية في منظمات الأعمال"، أتراف للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
15. سيد علي، أسامة محمد (2013)، "أتجاهات أدارية معاصرة" أدارة المعرفة"، دار العلم والأيمان للنشر والتوزيع، الجزء الأول، القاهرة، مصر
16. فرج، طريف شوقي محمد (1992)، "السلوك القيادي وفاعلية الإدارة"، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة
17. قنديلجي، عامر أبراهيم والجناي، علاء الدين عبد القادر (2005)، "نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات"، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
18. قنديلجي، عامر أبراهيم والجناي، علاء الدين عبد القادر (2009)، "نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
19. قنديلجي، عامر أبراهيم والسامرائي، أيمن فاضل (2002)، "تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها"، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
20. نجم، نجم عبود (2008)، "أدارة المعرفة: المفاهيم والأستراتيجيات والعمليات"، دار الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، الأردن
21. نجم، نجم عبود، (2009)، "الإدارة والمعرفة الإلكترونية"، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
22. نور الدين، عصام (2010)، "أدارة المعرفة والتكنولوجيا الحديثة"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
23. ياسين، سعد غالب والعلاق، بشير عباس (2006)، "الأعمال الإلكترونية"، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.

ب. الدوريات والبحوث والدراسات:

1. السالم، مؤيد والملا، عبد الرحمن (1996)، "النمط القيادي للمدير وممارسة وظائف إدارة الوقت العلاقة والاثّر"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (3)، العدد (5).
2. ديوب، أمين حسن (2013)، "أثر التعلم التنظيمي في تطوير المسار الوظيفي..دراسة تطبيقية في قطاع المصارف"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (29)، العدد الثاني
3. داركر، بيتر ف (1999)، "تحديات الإدارة في القرن الواحد والعشرين"، خلاصات الشركة العربية للأعلام العلمي، العدد (159)

ت. لأطاريح والرسائل الجامعية :

1. الباشقالي، محمود محمد امين عثمان (2010)، الاثر التتابعى لمتطلبات الريادة الاستراتيجية وأبعاد التوجه الريادي في تحقيق القيمة الاستراتيجية"، دراسة الاستطلاعية لآراء القيادات الادارية في عينة من الكليات جامعة دهوك، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، كلية الادارة و الاقتصاد ، جامعة دهوك.
2. البهادلي، سلمان صدام محمد (2014)، "دور القيادة الريادية في عملية أستثمار الموارد البشرية لدراسة تحليلية في تشكيلات وزارة النقل العراقية"، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية.
3. الشرفا، سلوى محمد (2008)، "دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة"، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية .
4. الككاوي، أحمد حميد (2004)، "العلاقة بين المناخ التنظيمي والأبداع المنظمي وتأثيرهما في تحقيق الميزة التنافسية- دراسة تطبيقية في عينة من المصارف التجارية العراقية"، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة القادسية.
5. حريزي، فاروق (2011)، "دور التكنولوجيات الحديثة للاتصالات في تحقيق أهداف إستراتيجيات التنمية البشرية المستدامة في الجزائر/دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر"، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال الاستراتيجية التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس-سطف/الجزائر.
6. خلف، حسني سعيد (2010)، "علاقة القيادة التحويلية بالأبداع الإداري لدى رؤساء الأقسام الأكاديميين في الجامعة الإسلامية بغزة"، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة

ث. المؤتمرات:

1. أبو فارة، يوسف (2010)، "التسويق الريادي في منظمات الأعمال"، المؤتمر العلمي الدولي السنوي العاشر، "الريادة في مجتمع المعرفة"، جامعة الزيتونة الأردنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، عمان.
2. العطروري، محمد نبيل (2001)، "إعداد المعلم وتدريبه في ضوء الثورة المعلوماتية والتكنولوجية المعاصرة"، المؤتمر العلمي الثالث عشر، مناهج التعليم والثورة المعرفية والتكنولوجية المعاصرة"، جامعة عين شمس، الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس.
3. الكمالي، محمد محمود ووطنش، أياد محمد محمود (بدون سنة)، "مؤتمر الجوانب القانونية والاقتصادية لاتفاقيات منظمة التجارة العالمية".
4. يحيى، زياد هاشم ورشيد، ناظم حسن (2005)، "المعرفة التقنية دورها في تطوير نظم المعلومات المحاسبية في ظل استخدام تقنيات المعلومات الحديثة"، بحث مقدم إلى جامعة الزيتونة الأردنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، المؤتمر العلمي السنوي الخامس، نيسان.

ثانيا: المصادر والمراجع الأجنبية:

BOOKS:

1. Buchanan, D. & Huczynski, A. (2004) "Organization Behavior "An Introductory Text, 5ed ., Prentice -Hall, London
2. Boition, Bill & Thompson, John (2004), "Entrepreneurs talent temperament technique", 2th ed, Elsevier Butter worth Heinemann, U.K.
3. Bateman, Thomas 's, & Snell, Scott A, "Management :Leading & Collaborating In Competitiv World ((2007), 7th Ed, Mc Graw-Hill, New York.
4. Daft, Richard L., (2007), "Understand in The Theory and Design of Organization", Printer China translation & printing services.
5. Davis, bryan, (2001), " The Kaieteur institute for knowledge management
6. E-knowledge markets
7. Dess Gregory G. & Lumpkin ,G.T. & Eisner r ,Alan B. (2007), " strategic management, taxt&cases" 4ed, McGraw-Hill,
8. Hill, Charles W.L. & Jones, Gareth R. (2001), "Strategic management Theory", Fifth edition, Houghton Mifflin Company, Boston.
9. Histrich, Robert .D and Michael. Peters, (2005), " Entrepreneurship", sixth edition , Mc Grow - Hill Higher Education.
10. Jennxe M.E. (2007), "Knowledge management in modern organization: Idea group puplishing, Hershey.
11. Luthans ,F., (2002), "Organizational behaviors", Mc-Draw-Hill, Boston
12. Stewart, T.A (1999) "Intellectual Capital the new wealth of organization", Double day
13. Turban, eframe & Kelly, Rex & Potter, Richared E., (2002), "Introduction to Information technology", John Wiley & Son, Inc, New york.
14. Zimmerer, Thomas.W. & Scarough, Norman M., Wilson Doug (2010), "Essentials of enterepreneurship & Small Business Management", 6 ed, Prentice-Hill.