

## مقومات الإبداع الفردي وتنسيق تكاليف نقل المعلومات في شركات الاتصالات الحديثة (اسياسيل وزين العراق نموذجاً)

أ.م.د. سعد محمود الكواز  
أستاذ مساعد، قسم الاقتصاد، جامعة الموصل

أ.د. أمجد صابر الدلوي  
أستاذ، رئيس جامعة جيهان، أربيل

م.م. عمر عبدالله عزيز  
مدرس مساعد، قسم المالية والمصرفية، جامعة جيهان

### المقدمة

إن العقل الإنساني له إبداعاته وتصوراته ؛ إذ قام الفرد بفضل علومه وابتكاراته الذهنية من اختراع الوسائل والتقنيات التي سهلت حياته ، والحاجة الإنسانية هي التي دفعت به إلى الإبداع ، واستغلال علومه في متابعة الاكتشافات والتعديل عليها وفقاً لما يحقق له النمو والتقدم، إذ يعد الإبداع على المستوى الفردي من المتطلبات الأساسية لنجاح وتميز الشركات الإنتاجية بتطوير منتجاتها، و الخدمات من خلال تطوير خدماتها، وبما أن تطوير خدمة الاتصالات تتطلب أن يكون لدى العاملين إبداعية خلاقية لتطوير العمل، وذلك من خلال الخصائص التي يتمتعون بها كالذكاء والموهبة، أو الخصائص المكتسبة، كإيجاد حلول لمشاكل تتعلق بأعمالهم، وتنسيق تكاليف نقل المعلومات من المبالغ التي تدفعها الشركة صراحة مقابل خدمات عناصر الإنتاج.

١. أهمية البحث تتجسد بمدى توافر مقومات الإبداع الفردي في شركات الاتصالات الحديثة، وتنسيق تكاليف نقل المعلومات لشركتي أسياسيل و زين العراق.

٢. هدف البحث يهدف الى التعرف على أساسيات الإبداع الفردي فيها، وتحليل الوضع الراهن لتلك الشركات من خلال إظهار أهم المعوقات التي تواجهها والتي تحول دون تنمية الإبداع الفردي فيهما .

٣. **مشكلة البحث** تتلخص بوجود مقومات الابداع الفردي وتنسيق تكاليف نقل المعلومات, التي إذا ما توفرت يمكن أن تطور شركات الاتصالات, فضلاً عن وجود إختلاف بين شركتي الاتصالات أسياسيل و زين العراق في مجال توفر هذه المقومات وتنسيق تكاليف نقل المعلومات فيهما .

٤. **فرضية البحث** تستند الى أن مقومات الابداع الفردية وتنسيق تكاليف نقل المعلومات يمكن من خلالهما تطوير شركتي الاتصالات (اسياسيل و زين العراق) إذا ما توفرت فيهما, وتختلفان في نسبة احتواءها لمقومات الابداع الفردية وتنسيق تكاليف نقل المعلومات فيهما .

يتضمن البحث ثلاثة مباحث رئيسة: يتناول الأول, الإطار النظري للأبداع الفردي, فضلاً عن أهم مقومات تطويره في شركات الاتصالات الحديثة, ويتطرق الثاني الى تنسيق التكاليف و الأبداع الفردي, ويهتم الثالث بدراسة ميدانية في بعض فروع شركات الأعمال متمثلة بالشركتين المذكورتين أعلاه, والوقوف على أبرز ملامحهما ومتطلباتهما , وتوصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات والمقترحات .

### **المبحث الاول : الاطار النظري للابداع الفردي**

يلقى الابداع الفردي اهتماماً متزايداً من مجموعة متنوعة من التخصصات العلمية, وذلك لتنوع الادييات التي تتناول الابداع لمختلف المجالات وهي, علم المحاسبة, الإدارة, الهندسة, الاقتصاد, والتسويق, وغيرها مما قد يؤدي لتعريفات مختلفة للابداع الفردي ومقوماته و تحديد المشاكل واقتراح الحلول المناسبة لها .

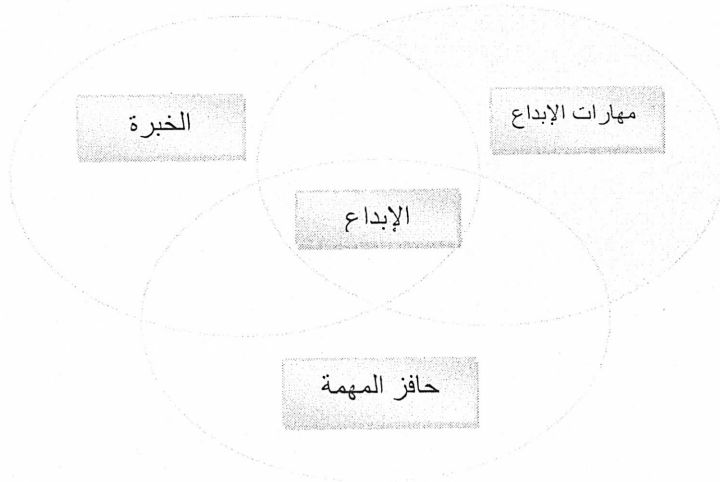
### **أولاً: الابداع الفردي**

يمثل استبدال المنتجات القديمة بالجديدة, فهو عامل تحديد تغيير الطريقة التي تنتج بها السلع والخدمات, ويقود ريادة الاعمال على جميع المستويات, فمن المتوقع تحقيق الأرباح من خلال ابتكار المنتجات في وقت مبكر كما أن العمل الإبداعي في الشركات موجه لأولئك الذين يبحثون عن ينبوع الإبداع, وترتكز عادةً على المخترع الانفرادي. وعرف الإبداع الفردي كدالة عن الظروف السابقة, والاسلوب الادراكي والقدرة (التفكير المتشعب, الطلاقة الفكرية), والعوامل الشخصية (احترام الذات, ومركز السيطرة), والمعارف ذات الصلة, والدوافع, والتاثيرات الاجتماعية والبيئية (4 - 3, De Angelo, 1988).

فالابداع الفردي هو مزيج من المهارات والخبرة ودافع العمل لتطوير الافكار الجديدة, فضلاً عن نكاء الفرد متمثلاً بقدرته على معالجة وتفسير المعلومات, وذلك لحيازتها أو الاحتفاظ بها, وتطبيق المعرفة بسرعة ونجاح لمواجهة التحديات الخارجية أو حل للمشاكل في مجال معين (Doupnik,2007,56-57) , كما يمثل التفاعل بين الموهبه, والبيئـة التي تمكن الفرد من أن ينتج منتجاً جديداً ومفيداً, كما هو محدد ضمن اطار معين (Chausset & Mcnamara,2014,68).

### ثانياً: مصادر الابداع الفردي

الإبداع ينبع من مصدرين رئيسين, هما, الأفراد أنفسهم والإطار التنظيمي, وسيتم التركيز على الأفراد, وهناك ثلاثة مكونات تفسر الإبداع الفردي وهي الخبرة, الدوافع الذاتية, ومهارات التفكير الإبداعي, وبعدها يتم التركيز على الإطار التنظيمي, وكلاهما يشيران الى أن الابداع هو الشيء الذي يمكن انشاءه وتحسينه وتبنيه لدى الفرد (Plucker&etal,2004,39).  
إن النموذج (١) أدناه يبين تكوين الإبداع الفردي الذي يتضمن مهارات الإبداع



والخبرة, وحافز المهمة وبالتالي تكوين الإبداع, وكالاتي:

نموذج (١) تكوين الابداع الفردي

**Source:** Amabile, T., 1996. Creativity and Innovation in Organizations. Business Review,p16.

إن الإبداع وعملية الابتكار تبدأ مع إيجاد الفرد لفكرة معينة تؤدي إلى توليد التفكير الإبداعي، وإن تنفيذها في بيئة العمل ممكنة ومفيدة، وقد تعزز إمكانية التفكير الإبداعي من خلال الاستفادة من الشبكة الافتراضية، وتزيد من الدوافع الذاتية، والتي قد تتحول لتعزيز الإبداع الفردي (Amabile, 1996, 16).

### ثالثاً: مقومات الإبداع الفردي

إن أهم مقومات الإبداع الفردي، تشمل مايلي :

#### ١. التشجيع التنظيمي

إن دعم موارد الابتكار وجدت لتساعد في تحسين الابتكار التنظيمي، من خلال التواصل بين الافراد العاملين، نوعية الموارد البشرية، سلوكية الإدارة العليا وكمية الموارد غير المستغلة داخل الشركة والتي قد تؤثر على إمكانية اعتماد الابتكار التقني (Boenne, 2014, 77)، لذلك فإن التشجيع التنظيمي ونوعية الموارد البشرية قد تؤثر على اعتماد ممارسات أفضل في مجال الاعمال، وقد تمنح الشركات المكافآت للمبدعين بإعتبارها وسيلة للتشجيع التنظيمي (Elsbach & Hargadon, 2006, 470).

كما يلاحظ في شركات الاتصالات الحديثة أن التغيير مطلوب باستبدال الإجراء القديم باخر مبتكر، بالتالي، ترتبط إدارة التغيير بشكل وثيق بإدارة الابتكار، وتعمل على تشجيع الافراد العاملين على التكيف مع التغيرات، بينما عمليات توليد الابتكار عادة ما تنشأ عن العمليات الإبداعية، وعمليات التنبؤ والتشجيع وبالتالي، فإن العلاقة تكون إيجابية بين التشجيع التنظيمي والتقنيات (Yu Lin, C., & Hui Ho, 2008, 17)، فضلاً عن أن تشجيع الابتكار التنظيمي يتطلب الدافع للابتكار الذي يشجع التبادل المفتوح للأفكار، وادراك الشركة وتقبلها للابتكارات من قبل الافراد العاملين (Lin, 2006, 63).

#### ٢. عدم وجود العوائق التنظيمية

إن عدم وجود العوائق التنظيمية يرتبط بمنح العمل المشجع للابتكار، والذي يحفز على الإبداع، كما أن سمة المجال يمكن أن ينظر إليها على أنها عائقاً أمام الإبداع، مثال ذلك هو أن التشجيع التنظيمي يتضمن الاعتراف بجهود الفرد العامل ونشاطاته الإبداعية، وعدم الاعتراف بتلك الجهود قد يقلل الحافز عند المبدعين، ومع ذلك، هناك معوقات للإبداع، منها المشاكل الناجمة من قبل الموظفين (السياسة الداخلية، المنافسة الهدامة، النقد السلبي)،

والمشاكل التي تكونها من قيود وتعقيدات لا داعي لها، ولذلك، فإن أي عوائق أخرى أمام الإبداع تحتاج إلى أن تكون بالحد الأدنى لتحقيق تأثير إيجابي محتمل، حيث أن التشجيع التنظيمي يتضمن الاعتراف بجهود الفرد عند العمل وتحقيقه النتائج الإبداعية (Boenne,2014,79) .

فضلا عن ذلك، عندما يبدو أن الطبيعة سلبية من العقبات التي تواجه العاملين، والتي تؤثر في الإبداع وتسبب اختلال وظيفي ضمن مجموعة العمل (Merlo & Mann,2004, 235) ، وعندما ينظر إلى المناخ التنظيمي على أنه داعم ومعزز للإبداع في الشركة. باعتبارها وظيفة قيادة الشركة التي تضع آليات مناسبة للحد من المعوقات مثل المشكلات السياسية، والمنافسة والسلوكيات لخدمة المصالح الذاتية، فضلا عن الذين يستخدمون رأس المال للتأثير على الآخرين (Wahrish, 2001,44) .

### ٣. تشجيع القيادة

القيادة تمثل علاقة متبادلة بين من يبدأ العمل بالفعل وبين من ينجزه ، ويرتب عليها أداء دورين متباينين ؛ الأول من يتولى القيام بالعمل وهو القائد ووظيفته إصدار الأوامر ، والثاني يمثل الأفراد الذين ينجزون العمل ووظيفتهم تنفيذ الأوامر ، وهذا واجب عليهم ، وتمثل العملية التي يتم من خلالها التأثير في سلوك الأفراد ، والجماعات وذلك من أجل دفعهم للعمل برغبة لتحقيق أهداف محددة (Moller& Deci, 2010,41-42) ، كما أن تعزيز الابتكار لدى الافراد يستلزم توفر المهارات الفنية والقدرات الإبداعية لتوجيه أنشطة التنفيذ نحو تحقيق أهداف الشركة ، أي ان القائد يجمع بين مهام التنفيذ والتخطيط والتوجيه والقيادة الإدارية .

### ٤. الموارد الكافية

تشمل كل شيء لدى الشركة متوفر لمساعدتها على الابتكار، وهي الوقت الكافي لإنتاج عمل مبتكر في المجال، الافراد من ذوي الخبرة اللازمة، الأموال المخصصة لمجال العمل، الموارد والنظم والعمليات المادية للعمل، المعلومات ذات الصلة، وتوفر التدريب وغيرها، وكذلك لابد أن يكون هناك بعض القيم للمنظمة إذا كانت ترغب في أن تصبح مبتكرة، فضلاً عن وجود المخاطر وكيفية إدارتها (شهاب ، ٢٠١٠ ، ٥٣) .

## ٥. عبء العمل

يمثل كل تأثير مادي أو معنوي يأخذ أشكال تؤثر على سلوك متخذ القرار، وتؤدي إلى إحداث توتر وقلق يجعله غير قادر على اتخاذ القرار بشكل جيد، أو القيام بالسلوك الرشيد تجاه المواقف الإدارية والتنفيذية التي تواجه متخذ القرار في المشكلة، و يوجد نوعان من الضغوط وهما الإيجابية والسلبية، فالأولى، هي المفيدة إذ يشعر الفرد بالقدرة على الإنتاج وإنجاز المهام بسرعة، كما أن لها آثار نفسية تتمثل في ما تولده لديه من شعور بالسعادة، وينعكس هذا في مجمله على زيادة إنتاجية العمل والابتكار (ابو الفضل، ٢٠٠٣، ١٣)، أما الثانية، فتكون غير مفيدة، إذ تنعكس على صحة ونفسية الفرد ومن ثم تنعكس على أدائه وإنتاجيته وعدم الرضا عن العمل، فضلاً عن النظرة السلبية تجاه قضايا العمل.

## ٦. السماح للحرية والاستقلالية في ممارسة العمل

ان للأفراد الذين تبرز في قدرتهم القيام بأعمال إبداعية لهم الاستقلالية والحرية في أداء العمل، وهذا يؤدي إلى مزيد من الإمكانيات الإبداعية وتعزيز الابتكار (Srivastava & Gupta, 2007, 23).

## ٧. تحدي العمل

يمثل المؤثرات التي تؤثر على أداء الفرد لمهامه وقدراته على الابتكار والخصائص اللازمة لتأدية العمل بنجاح (النوشان، ٢٠٠٣، ٣٤)، والتي تقود إلى تخفيض الانحرافات في العمل، ويكون ذا صلة بالابتكار والعلاقة طردية بينهما.

## ٨. التعاون والعمل الجماعي

يتمثل بوجود فريق العمل الذي لديه هدف مشترك، ومردود العمل الجماعي على الأفراد الذين يعملون معا في بيئة تعاونية يكون إيجابياً من خلال تبادل المعارف والمهارات، حيث انهم جميعاً على استعداد للمشاركة من أجل تعزيز ورعاية بيئة صالحة لفريق العمل، ويتم تحقيق الأهداف من خلال التعاون الجماعي بدلاً من الفردية (Seidel, & Rosemann, 2008, 18-19)

## المبحث الثاني: تنسيق تكاليف نقل المعلومات والابداع الفردي

إن شركات الأعمال للإتصالات الحديثة ومنها شركتي أسياسيل وزين العراق، تركز على الإستفادة من تكاليف نقل المعلومات في إتخاذ القرارات،

وأنهما توجهان الموارء لإنتاج سلعة أو خدمة ، أي إذا كان السعر أعلى من تكاليف الإنتاج، فإن ذلك يكون مربحاً، وعكس ذلك سيكون غير مربحاً . كما أن تحديد العلاقة بين تكاليف نقل المعلومات وسعر المنتج سلعة أو خدمة في شركات الاعمال ذات المنتج المشترك (أكثر من سلعة أو خدمة مقدمة) يمكن أن تكون أكثر صعوبة ، خصوصاً التي تنتج أكثر من منتج في عملية واحدة ، في هذه الحالات تكاليف نقل المعلومات المرتبطة بالمنتج سلعة أو خدمة كل على حدة لا يمكن الحصول عليها بسهولة، لذا يستلزم إجراء تنسيق لتكاليف نقل المعلومات في إنتاج المنتج من خلال الإبداع الفردي للعاملين، وهذا ما سيتم تطبيقه ضمن إستمارة الفحص الإحصائية الخاصة بشركتي الإتصالات الحديثة (أسياسيل، وزين العراق)، فضلاً عن ذلك، إن عامل التعقيد الآخر على وجه التحديد كيف سيتم استخدام المعلومات الناتجة، فتكلفة الإنتاج يمكن أن يكون لها استخدامات متعددة، وهناك عدة خيارات لتحديد تكاليف نقل المعلومات.

ومن الجدير بالذكر القول أن التطبيقات الرئيسية لتكلفة الإنتاج هي في إدارة عملية اتخاذ القرارات المتعلقة بمراقبة تكاليف نقل المعلومات وتوجيه الشراء و خيارات التسويق .. الخ، وعملية اتخاذ القرارات هذه تتضمن طرح الاسئلة والإجابة عليها . "ماذا لو؟" و "ماذا الآن؟" عند إجراء مقارنات الأداء الحاضر إلى إجمالي الدخل، و سعر السوق المستلم أو المقدم مع السنوات السابقة، فضلاً عن منافسة الشركات الأخرى الحالية والمستقبلية، وكذلك تحديد المخاطر والفرص المتاحة أمامهما، ولكن كيفية إيجاد طريقة الحساب، وكيفية تضمين تكاليف نقل المعلومات التي لا تعتمد على الهدف المحدد للحصول على المعلومات المتعلقة بالقرار المتخذ بهذا الشأن، لذلك يستوجب إجراء التنسيقات اللازمة بتلك التكاليف بإعتماد أساسيات الإبداع عند الأفراد (Irrrazabal & etal,2013,74-75).

كما تشير تكاليف نقل المعلومات الى المبالغ التي تدفعها الشركة صراحة مقابل خدمات عناصر الإنتاج مثل أجور العمال ومصروفات الصيانة، وتكاليف المواد المستخدمة في الإنتاج ، والكهرباء والمياه والنقل والإعلان والنفقات الأخرى مثل التأمين والضرائب والأمور النثرية الأخرى ، وإن تكاليف نقل المعلومات المتعلقة بإنتاج سلعة أو خدمة ، تمثل ما ينفق على عمليات الإنتاج المختلفة، فهي السعر الذي يدفعه المنظم للحصول على عناصر

إنتاج من عمل ورأس مال وأرض وغيرها، وتشمل الأيجار الذي يدفع للحصول على الموقع اللازم للعمل، وأجور العمال سواء كانوا يقومون بأعمال تنفيذية أو إدارية، والنفقات المختلفة اللازمة لإنتاج السلعة أو الخدمة .

إن تحليل تكاليف نقل المعلومات لإنتاج السلعة أو الخدمة ، هو ما هية التغيرات في العوائد والتكاليف مع التغيرات في كمية المدخلات، وهذا من جانب المفهوم لتلك التكاليف أما من جانب التغيرات فيها نتيجة للتغيرات في كمية الإنتاج لابد من أخذ تكلفة الفرصة البديلة، التي تمثل التكلفة الموجهة لنشاط معين وضياعها لنشاط آخر من أجل إنتاج السلعة أو الخدمة في مجال نقل المعلومات، ويمكن تقسيم التكاليف الإجمالية إلى متغيرة و ثابتة، فالأولى ممكن أن تتفاوت في عملية الإنتاج بينما الثانية لا يمكن أن تتفاوت في الإنتاج في المدى القصير، ومجموعها يمثل التكلفة الإجمالية للإنتاج في الشركة ، أما متوسط التكلفة الكلية فهي مجموع التكاليف مقسوما على مجموع عدد الوحدات المنتجة، في حين أن متوسط التكاليف المتغيرة هي التكاليف لكل وحدة من المدخلات في عملية الإنتاج، ويتم إحتسابها من إجمالي التكاليف المتغيرة مقسوما على عدد الوحدات المنتجة، كما أن التكلفة الحدية هي التكاليف الإضافية التي تتحملها تلك الشركة بسبب إضافة وحدة واحدة من المدخلات (Bernard&etal,2010,444-445).

إن الإبداع في شركات الإتصالات الحديثة قد يشكل عائقا لتنظيم الإنتاج لهذه الخدمة و تعرقل انتقال المعرفة، كما أن معظم البحوث والدراسات أشارت إلى أن الوسيلة الملائمة التي تستخدمها بخصوص تنسيق تكاليف نقل المعلومات في شركات الأعمال، تقوم بإستخدام إبداع ومهارات الأفراد العاملين، إذ يمكن أن تكون بديلاً لمدخلات المعرفة (Bureau of Economic Analysis, 2010,52-53).

كما أن البحوث والدراسات التجريبية قدمت وجهات نظر بديلة لشركات الأعمال في تنسيق تكاليف نقل المعلومات في إنتاج السلعة أو الخدمة ونقلها عبر الحدود، من خلال توظيف الافراد الماهرين و المبدعين لتنفيذ أنشطة نقل المعلومات ، فضلاً عن التدريب المستمر لفريق الإنتاج، وإن دفع مكافأة الإبداع والمهارة تتحقق عندما الوفورات من جهود الرصد والمراقبة والاتصالات عبر الحدود تزيد عن تكاليف نقل المعلومات للأفراد المبدعين، لها وذلك بهدف

التحقق من نقل المعرفة داخل الشركات والاستجابة لحواجز الاتصالات بطريقة تربط بشكل منهجي مستويات القدرة الإبداعية للأفراد العاملين. كما أن توفر الأفراد المبدعين في مراكز العمل الخارجية يعتبر تعدد عامل معزز للمعرفة في تلك الشركة، وإن توفير تكاليف نقل المعلومات في شركات الإتصالات الحديثة تتحقق بتنظيم المهام للأفراد العاملين فيها (الجساسي، ٢٠١١، ٢٥).

ويلاحظ أن تقدير مشاركة الإدارة في عملية إنتاج السلعة أو الخدمة في مجال نقل المعلومات سيوفر بعض المدخلات والموجودات غير الملموسة الأخرى، كما أن جهود السلطة العليا ومشاركة الأطراف الأخرى سيؤدي إلى توفير التكاليف المتعلقة بإنتاج الخدمة، فضلاً عن أن إنتاج خدمات نقل المعلومات هي أسرع بشكل متزايد وتمثل 20% من التجارة العالمية في مطلع القرن الحادي والعشرين، والابداع الفردي يلعب دوراً مهماً في نموها على سبيل المثال، في الولايات المتحدة الأمريكية، هناك ما يقارب 40% من تجارة خدمات نقل المعلومات ضمن حدود شركات متعددة الجنسيات ولنفس المدة (Luca & Tarricone, 2001, 367-368)، وعلى الرغم من هذا النمو فيها تواجه الشركات لتلك المعلومات عوائق تجارية عن أنشطة المعرفة غير الملموسة، كما أن تكاليف نقل المعلومات تمثل عائقاً أمام تجارتها، ولا بد من تنسيق تلك التكاليف لتقديم خدمة أفضل، وهذا ما سيتم أخذه في الجانب التطبيقي العملي وضمن إستمارة الفحص الإحصائي وتحليل المتغيرات الأساسية التي تتضمنها.

ولا بد من التركيز على الدراسات المرتبطة بأنشطة نقل المعلومات ومحدداتها في إطار الشركة (Antras, 2006, 31-32) ومنها دراسة (Irrarrazabala, etal, 2008)، الموكدة على توفر شرطين لترشيد تراجع الأنشطة للشركات متعددة الجنسيات عن بعد: أولاً. إنتاج الخدمة من الفروع يعتمد على مدخلات السلطة العليا للشركة الناتجة عن تجارتها في نقل المعلومات، و ثانياً. أن تجارتها تخضع للتوزيع الجغرافي (Corcos & etal, 2013, 825-826)، كما أن بناء نموذج الإنتاج للشركات متعددة الجنسيات يمثل عملية نقل التداخلات في الاصول غير الملموسة والتي تؤثر على كفاءتها، كما أن التركيز على كيفية تنسيق تكاليف نقل المعلومات لشركات الإتصالات ينصب على الأفراد المبدعين، وكيفية تفاعل الإبداع الفردي وتأثيره على جودة الخدمة المقدمة، مما يعني أن له تأثير إيجابي عليها، فضلاً

عن أن زيادة تكاليف خدمة نقل المعلومات له تأثير سلبي على عدد العاملين، أي على حجم فريق إنتاج تلك الخدمة (Rodriguez&etal,2012,32) .

### المبحث الثالث : الجانب التطبيقي لمقومات الإبداع الفردي وتنسيق

#### تكاليف نقل المعلومات

يتطلب البناء العملي للبحث وصف ميدان البيئة المبحوثة ومناقشة النتائج التي تم التوصل إليها من تحليل البيانات التي تم جمعها من فروع الشركتين وباستخدام قائمة الفحص ووصف هذه النتائج إحصائياً، وذلك بهدف تقديم التصورات الواضحة للمعالجة الخاصة بمشكلة البحث وفرضيته.

#### أولاً: وصف عينة البحث :

سيتم عرض شرح موجز عن شركتي الإتصالات الحديثة (أسياسيل، وزين العراق)، وكالاتي:

١. تعد شركة أسياسيل المزود الرئيسي لخدمات الاتصالات النقالة عالية الجودة في العراق، ولديها ما يفوق ١٠ ملايين مشترك لسنة ٢٠١٤. وقد كانت أول مزود لها، وقد حققت تغطية لكافة المشتركين ووفرت خدماتها في جميع المحافظات العراقية بما في ذلك بغداد وجميع المدن العراقية. وتغطي شبكة أسياسيل ٩٧% من سكان العراق، مما يجعل تغطيتها الوطنية الأوسع بين مشغلي خدمات الاتصالات النقالة في العراق.

وقد أعلنت شركة ألتاي (Altai) الفرنسية لأبحاث التسويق سنة ٢٠١٢، أن أسياسيل هي العلامة التجارية الأولى في العراق- ليس في مجال الاتصالات النقالة فحسب، بل في جميع القطاعات- وهو ما يعكس الحضور لعلامتها التجارية وسمعتها العريقة من حيث الجودة والنوعية وتقديم الخدمة، كما أعلنت وزارة الاتصالات العراقية بأن أسياسيل أفضل مشغل للنظام العالمي للاتصالات الجوال GSM في العراق، وهي تقدم خدمات نقل المعلومات المدفوعة مسبقاً والتي شكلت ٩٧% من مجموع قاعدة مشتركها في سنة ٢٠١٤ وتشكل ٤٣% من حصة السوق من المشتركين، وتتضمن عدداً من حزم العروض المعدلة لتناسب قطاعات مختلفة من السوق- وبما في ذلك الشباب والنساء وخدمة مبتكرة تستهدف الزوار من أبناء العراق سنة ٢٠١٤. كما تقدم أسياسيل خدمات خط الفاتورة للشركات والأفراد .

تتألف شبكة مبيعات أسياسيل من ٨٣ موزعاً رئيسياً وتوفر خدماتها في أكثر من ٦.٠٠٠ نقطة بيع في جميع أنحاء العراق، كما تشغل الشركة ٣٨ محل

تجزئة خاص بعلامة آسياسيل التجارية تملكها الشركة, فضلاً عن فتحها شبكة من المحال التجارية التي تملك حق امتياز بيع خدماتها, وتدعم خدمة الشبكة أربعة مراكز اتصال إقليمية لتقدم خدمات على مدار الساعة للزبائن بثلاث لغات- العربية والكوردية والإنجليزية ([www.asiacell.com](http://www.asiacell.com)).

٢. تعد شركة زين العراق المشغل الأبرز للاتصالات النقالة في العراق, وهي إحدى شركات مجموعة زين الرائدة في خدمات الاتصالات والبيانات المتنقلة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا, والتي تمتلك قاعدة مشتركين واسعة في ثمان دول مختلفة, ومع استثماراتها المباشرة الواسعة في العراق خلال فترة زمنية تتعدى العشر سنوات, تعتبر الشركة المشغل الأكبر للنقل في العراق من ناحية عدد المشتركين. واستراتيجية زين العراق, مبنية على فهم الزبون وجعله محور أي خدمة أو فكرة لتقديم أفضل الخدمات والأكثر تطوراً, والشركة تمتلك البنى التحتية والأجهزة والمعدات المطلوبة والخبرة الإقليمية والعالمية, لتوفير أفضل وأسرع خدمة G٣ لكافة العراقيين, وتتخذ زين العراق من بغداد مقراً إدارياً وتؤمن شبكة تواصل عالمية المقاييس تؤمن الخدمة لـ ٩٧% من سكان العراق, وترتكز في تميزها على إيلاء المسؤولية الاجتماعية اهتماماً خاصاً من خلال برامجها التي تركز على إعطاء وإضافة قيمة للمجتمع العراقي, عبر مشاريع التنمية المستدامة وبرامجها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ([www.lq.zain.com](http://www.lq.zain.com)).

## **ثانياً: تحليل بيانات مقومات الإبداع الفردي وتنسيق تكاليف نقل المعلومات :**

إن أهم مقومات الإبداع الفردي التي تؤدي إلى تنسيق تكاليف نقل المعلومات للشركتين أسياسيل و زين العراق ضمن إستمارة الفحص الإحصائية هي كالآتي:

### **١. التشجيع التنظيمي**

يتضح من الجدول (١) أن نسبة توفر متطلب التشجيع التنظيمي في أسياسيل بلغت (٦٨,٠٥٦%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب وقد جاءت النسبة بوسط حسابي قدره (٢,٤٧٥) وانحراف معياري مقداره (٠,٥٠٥). ويلاحظ أن اهتمام الشركة ببعض المؤشرات أدت إلى توفر هذا المتطلب بهذه النسبة, إذ أن الأهتمام بالتعرف على افراد العمل الإبداعي ومكافأتهم في هذه الشركة يسهم ذلك في تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X5), وبلغت النسبة

كؤفارى زانكؤى كؤبه..... (٤١) كؤاره

الاعلى (٩١,٦٧%) , أما مؤشر الحكم على الأفكار الإبداعية إلى حدما في هذه الشركة الذي يسهم في توفير تكاليف نقل المعلومات (X4) فقد بلغت النسبة الاقل (٢٥%).

### الجدول (١)

الوصف الاحصائي لمتطلب التشجيع التنظيمي في شركة أسياسيل

المؤشرات المتغيرات	متوفر		متوفر الى حد ما		غير متوفر		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	العدد	%	العدد	%	العدد	%		
X1	١٨	٧٥	٢	٨.٣٣	٤	١٦.٦٧	٢.٥٨	٠.٧٧
X2	٢٠	٨٣.٣٣	٣	١٢.٥٠	١	٤.١٧	٢.٧٩	٠.٥٠
X3	١٣	٥٤.١٧	٣	١٢.٥٠	٨	٣٣.٣٣	٢.٢٠	٠.٩٣
X4	٦	٢٥.٠٠	٥	٢٠.٨٣	١٣	٥٤.١٧	١.٧٠	٠.١٧
X5	٢٢	٩١.٦٧	--	----	٢	٨.٣٣	٢.٨٣	٠.٥٦
X6	١٩	٧٩.١٧	٤	١٦.٦٧	١	٤.١٧	٢.٧٥	٠.١٠
المعدل	٦٨.٠٥٦		١١.٨٠٥		٢٠.١٤		٢.٤٧٥	٠.٥٠٥

المصدر: من عمل الباحثين باستخدام برنامج SPSS , وبالإعتماد على إستمارة الفحص الإحصائية.

ويبين الجدول (٢) أن نسبة توفر متطلب التشجيع التنظيمي في زين العراق بلغت (٦٩,٤٤٥%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب وقد جاءت النسبة بوسط حسابي قدره (٢,٥١٦) وانحراف معياري مقداره (٠,٧٦) , إذ أن الأهتمام بالتعرف على افراد العمل الإبداعي ومكافأتهم في هذه الشركة التي تسهم في تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X5) , بلغت النسبة الاعلى (٧٩,١٧%) , أما مؤشر الحكم على الأفكار الإبداعية إلى حدما في الشركة الذي يسهم في توفير تكاليف نقل المعلومات (X4) , و التدفق النشاط والحيوي للأفكار الإبداعية التي تنسق تكاليف نقل المعلومات (X6) , از بلغت النسبة (٦٢,٥٠%) لكل منهما .

الجدول (٢)

الوصف الاحصائي لمتطلب التشجيع التنظيمي في شركة زين العراق

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير متوفر		متوفر الى حد ما		متوفر		المؤشرات المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٠.٦٤	٢.٦٢	٨.٣٣	٢	٢٠.٨٣	٥	٧٠.٨٣	١٧	X1
٠.٩٦	٢.٣٣	٣٣.٣٣	٨	----	--	٦٦.٦٧	١٦	X2
٠.٧٧	٢.٥٨	١٦.٦٧	٤	٨.٣٣	٢	٧٥	١٨	X3
٠.٨٣	٢.٤١	٢٠.٨٣	٥	١٦.٦٧	٤	٦٢.٥٠	١٥	X4
٠.٥٣	٢.٧٥	٤.١٧	١	١٦.٦٧	٤	٧٩.١٧	١٩	X5
٠.٨٣	٢.٤١	٢٠.٨٣	٥	١٦.٦٧	٤	٦٢.٥٠	١٥	X6
٠.٧٦	٢.٥١٦	١٧.٣٦		١٣.١٩٥		٦٩.٤٤٥		المعدل

المصدر: من عمل الباحثين بإستخدام برنامج SPSS , وبالإعتماد على إستمارة الفحص الإحصائية.

٢. عدم وجود العوائق التنظيمية

يتبين من الجدول (٣) أن نسبة توفر العوائق التنظيمية في أسياسيل بلغت (٤١,٦٦٨%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب وقد جاءت النسبة بوسط حسابي قدره (١,٩) وانحراف معياري مقداره (٢,٨٥). ويلاحظ أن تركيز الشركة على بعض المؤشرات أدت إلى توفر عوائق تنظيمية بهذه النسبة, إذ أن التحكم بدقة من قبل الادارة العليا وتأثيرها على تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X12) , حيث بلغت النسبة الاعلى (٩١,٦٧%) , أما مؤشر انتقاد الأفراد للأفكار الجديدة في الشركة وتأثير ذلك على تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X9) , و مؤشر أن الافراد يشعرون بالضغط لإنتاج أي شيء مقبول, حتى لو كان هناك نقص في الجودة وتأثير ذلك على تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X10) , بلغت النسبة (١٢,٥٠%) لكل منهما .

الجدول (٣)

الوصف الاحصائي لمتطلب عدم وجود عوائق تنظيمية في شركة أسياسيل

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير متوفر		متوفر الى حد ما		متوفر		المؤشرات المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٠.٢٠	١.٧٥	٦٢.٥٠	١٥	----	--	٣٧.٥٠	٩	X7
٠.١٨	٢.٣٧	٢٩.١٧	٧	٤.١٧	١	٦٦.٦٧	١٦	X8
٠.٦٧	١.٢٥	٨٧.٥٠	٢١	----	--	١٢.٥٠	٣	X9
٠.٦٧	١.٢٥	٨٧.٥٠	٢١	----	--	١٢.٥٠	٣	X10
٠.٨٥	١.٨٧	٤١.٦٧	١٠	٢٩.١٧	٧	٢٩.١٧	٧	X11
٠.٢٨	٢.٩١	----	--	٨.٣٣	٢	٩١.٦٧	٢٢	X12
٢.٨٥	١.٩	٥١.٣٩		٦.٩٤٥		٤١.٦٦٨		المعدل

المصدر: من عمل الباحثين باستخدام برنامج SPSS , وبالإعتماد على إستمارة الفحص الإحصائية.

ويتضح من الجدول (٤) أن نسبة توفر العوائق التنظيمية في شركة زين العراق بلغت (٤٠,٢٧٨%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب وقد جاءت النسبة بوسط حسابي قدره (١,٨٩١) وانحراف معياري مقداره (٠,٤٠٦). إذ أن الافراد في هذه الشركة قلقون للغاية بشأن حماية وجودها وبالتالي يؤثر على تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X8), حيث بلغت النسبة الاعلى (٧٥%), أما مؤشر شعور الأفراد بالضغط لإنتاج أي شيء مقبول, حتى لو كان هناك نقص في الجودة وتأثير ذلك على تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X10), إذ بلغت النسبة (١٢,٥٠%).

الجدول (٤)

الوصف الاحصائي لمتطلب عدم وجود عوائق تنظيمية في شركة زين العراق

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير متوفر		متوفر الى حد ما		متوفر		المؤشرات المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٠.١٦	١.٤١	٧٩.١٧	١٩	----	--	٢٠.٨٣	٥	X7
٠.١١	٢.٧٠	٤.١٧	١	٢٠.٥٠	٥	٧٥	١٨	X8
٠.٨٥	١.٨٧	٤١.٦٧	١٠	٢٩.١٧	٧	٢٩.١٧	٧	X9
٠.١٣	١.٢٥	٨٧.٥٠	٢١	----	--	١٢.٥٠	٣	X10

گوفاری زانکوی کویه..... ژمه  
(٤١)

X11	١٢	٥٠	--	----	١٢	٥٠	٢٠٠	٠.٢٠
X12	١٣	٥٤.١٧	١	٤.١٧	١٠	٤١.٦٧	٢.١٢	٠.٩٩
المعدل	٤٠.٢٧٨	٨.٩٧٣		٥٠.٦٩٦		١.٨٩١		٠.٤٠٦

المصدر: من عمل الباحثين باستخدام برنامج SPSS , وبالإعتماد على إستمارة الفحص الإحصائية.

### ٣. تشجيع القيادة

يوضح الجدول (٥) أن نسبة توفر تشجيع القيادة في أسياسيل بلغت (٨٩,٥٨٥%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب وقد جاءت النسبة بوسط حسابي قدره (٢,٥١٥) وانحراف معياري مقداره (٠,٢٦٥). ويلاحظ أن اهتمام الشركة ببعض المؤشرات أدت إلى توفر هذا المتطلب بنسبة مرتفعة , إذ أن مهارات التعامل مع الآخرين من قبل رئيس العمل جيدة مما يؤدي ذلك إلى تنسيق التكاليف المحاسبية (X14), بلغت النسبة الاعلى (٩٥,٨٣%) , أما موشر أن الرئيس في العمل مفتوح للأفكار الجديدة سيؤدي الى تنسيق التكاليف المحاسبية (X16), وقد بلغت النسبة (٧٩,١٧%).

الجدول (٥)

الوصف الاحصائي لمتطلب تشجيع القيادة في شركة أسياسيل

المؤشرات المتغيرات	متوفر		متوفر الى حد ما		غير متوفر		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	العدد	%	العدد	%	العدد	%		
X13	٢٢	٩١.٦٧	--	----	٢	٨.٣٣	١.٥٨	٠.٥٦
X14	٢٣	٩٥.٨٣	--	----	١	٤.١٧	٢.٩١	٠.٠٨
X15	٢٢	٩١.٦٧	٢	٨.٣٣	--	----	٢.٩١	٠.٢٨
X16	١٩	٧٩.١٧	٢	٨.٣٣	٣	١٢.٥٠	٢.٦٦	٠.١٤
المعدل	٨٩.٥٨٥	٤.١٦٥		٦.٢٥		٢.٥١٥		٠.٢٦٥

المصدر: من عمل الباحثين باستخدام برنامج SPSS , وبالإعتماد على إستمارة الفحص الإحصائية.

ويتبين من الجدول (٦) أن نسبة توفر تشجيع القيادة في منظمة زين العراق بلغت (٧٨,١٢٥%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب وقد جاءت النسبة بوسط حسابي قدره (٢,٧١٥) وانحراف معياري مقداره (٠,٤٦٥). إذ أن مهارات التعامل مع الآخرين من قبل رئيس العمل جيدة مما يؤدي ذلك إلى

تنسيق التكاليف المحاسبية (X14), بلغت النسبة الاعلى (٨٣,٣٣%) , أما إظهار الرئيس في العمل الثقة في مجموعة العمل ويسهم ذلك في تنسيق التكاليف المحاسبية (X15), بلغت النسبة (٧٠,٨٣%).

### الجدول (٦)

#### الوصف الاحصائي لمتطلب تشجيع القيادة في شركة زين العراق

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير متوفر		متوفر الى حد ما		متوفر		المؤشرات المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٠.١٠	٢.٧٥	٤.١٧	١	١٦.٦٧	٤	٧٩.١٧	١٩	X13
٠.٥٠	٢.٧٩	٤.١٧	١	١٢.٥٠	٣	٨٣.٣٣	٢٠	X14
٠.٦٤	٢.٦٢	٨.٣٣	٢	٢٠.٨٣	٥	٧٠.٨٣	١٧	X15
٠.٦٢	٢.٧٠	٨.٣٣	٢	١٢.٥٠	٣	٧٩.١٧	١٩	X16
٠.٤٦٥	٢.٧١٥	٦.٢٥		١٥.٦٢٥		٧٨.١٢٥		المعدل

المصدر: من عمل الباحثين بإستخدام برنامج SPSS , وبالإعتماد على إستمارة الفحص الإحصائية.

#### ٤. الموارد الكافية

يتبين من الجدول (٧) أن نسبة توفر الموارد الكافية في شركة أسياسيل بلغت (٧٩,١٧%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب وقد جاءت النسبة بوسط حسابي قدره (٢,٦٨) وانحراف معياري مقداره (٠,٥٥٥). ويلاحظ أن اهتمام الشركة ببعض المؤشرات أدت إلى توفر هذا المتطلب بنسبة مرتفعة , إذ أن التسهيلات المطلوبة للعمل هي متاحة بسهولة وتسهم في تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X17) , بلغت النسبة الاعلى (٩١,٦٧%) , أما إمكانية الحصول على جميع البيانات والمعلومات المطلوبة لتنفيذ مشروع العمل بنجاح وتسهم في تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X18), بلغت النسبة (٦٦,٦٧%).

الجدول (٧)

الوصف الاحصائي لمتطلب الموارد الكافية في شركة أسياسيل

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير متوفر		متوفر الى حد ما		متوفر		المؤشرات المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٠.٢٨	٢.٩١	----	--	٨.٣٣	٢	٩١.٦٧	٢٢	X17
٠.٨٣	٢.٤٥	٢٠.٨٣	٥	١٢.٥٠	٣	٦٦.٦٧	١٦	X18
٠.٥٥٥	٢.٦٨	١٠.٤١٥		١٠.٤١٥		٧٩.١٧		المعدل

المصدر: من عمل الباحثين بإستخدام برنامج SPSS , وبالإعتماد على إستمارة الفحص الإحصائية.

ويتضح من الجدول (٨) أن نسبة توفر الموارد الكافية في شركة زين العراق بلغت (٨٣,٣٣٥%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب وقد جاءت النسبة بوسط حسابي قدره (٢,٧٠٥) وانحراف معياري مقداره (٠,٤٠٥). هذا المتطلب نسبة مرتفعة , إذ أن إمكانية الحصول على جميع البيانات والمعلومات المطلوبة لتنفيذ مشروع العمل بنجاح والتي تسهم في تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X18), بلغت النسبة الاعلى (٨٧,٥٠%), أما مؤشر التسهيلات المطلوبة للعمل متاحة بسهولة وتسهم في تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X17), بلغت النسبة (٧٩,١٧%).

الجدول (٨)

الوصف الاحصائي لمتطلب الموارد الكافية في شركة زين العراق

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير متوفر		متوفر الى حد ما		متوفر		المؤشرات المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٠.١٤	٢.٦٦	١٢.٥٠	٣	٨.٣٣	٢	٧٩.١٧	١٩	X17
٠.٦٧	٢.٧٥	١٢.٥٠	٣	----	--	٨٧.٥٠	٢١	X18
٠.٤٠٥	٢.٧٠٥	١٢.٥		٤.١٦٥		٨٣.٣٣٥		المعدل

المصدر: من عمل الباحثين بإستخدام برنامج SPSS , وبالإعتماد على إستمارة الفحص الإحصائية.

٥. عبء العمل

يوضح الجدول (٩) أن نسبة توفر عبء العمل في أسياسيل بلغت (٢٧,٠٨%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب وقد جاءت النسبة بوسط حسابي قدره

(١,٧٨٥) وانحراف معياري مقداره (٠,٤٣). إذ أن مؤشر الوقت الغير الكافي للقيام بالعمل والذي يؤثر في تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X19), بلغت النسبة الاعلى (٣٣,٣٣%) , أما مؤشر كثرة الانحرافات بعمل المشروع في هذه الشركة الذي يؤثر في تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X20) بلغت النسبة (٢٠,٨٣%).

الجدول (٩)

الوصف الاحصائي لمتطلب عبء العمل الحقيقي في شركة أسياسيل

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير متوفر		متوفر الى حد ما		متوفر		المؤشرات المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٠.٧٠	٢.١٦	١٦.٦٧	٤	٥٠	١٢	٣٣.٣٣	٨	X19
٠.١٦	١.٤١	٧٩.١٧	١٩	----	--	٢٠.٨٣	٥	X20
٠.٤٣	١.٧٨٥	٤٧.٩٢		٢٥		٢٧.٠٨		المعدل

المصدر: من عمل الباحثين باستخدام برنامج SPSS , وبالإعتماد على إستمارة الفحص الإحصائية.

ويتبين من الجدول (١٠) أن نسبة توفر عبء العمل في شركة زين العراق بلغت (٢٢,٩٠٥%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب وقد جاءت النسبة بوسط حسابي قدره (١,٤٧٥) وانحراف معياري مقداره (٠,٥٣٥). إذ أن مؤشر كثرة الانحرافات بعمل المشروع في هذه الشركة الذي يؤثر في تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X20) , بلغت النسبة الاعلى (٢٩,١٧%) , أما مؤشر الوقت الغير الكافي للقيام بالعمل والذي يؤثر في تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X19), بلغت النسبة (١٦,٦٤%).

الجدول (١٠)

الوصف الاحصائي لمتطلب عبء العمل الحقيقي في شركة زين العراق

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير متوفر		متوفر الى حد ما		متوفر		المؤشرات المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٠.١٥	١.٣٣	٨٣.٣٣	٢٠	----	--	١٦.٦٤	٤	X19
٠.٩٢	١.٦٢	٦٦.٦٧	١٦	٤.١٧	١	٢٩.١٧	٧	X20
٠.٥٣٥	١.٤٧٥	٧٥		٢٠.٨٥		٢٢.٩٠٥		المعدل

المصدر: من عمل الباحثين باستخدام برنامج SPSS , وبالإعتماد على إستمارة الفحص الإحصائية.

## ٦. السماح للحرية والاستقلالية في ممارسة العمل

يتضح من الجدول (١١) أن نسبة توفر الحرية والاستقلالية في ممارسة العمل في أسياسيل بلغت (٥٤,١٦٦%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب وقد جاءت النسبة بوسط حسابي قدره (٢,١٧٣) وانحراف معياري مقداره (٠,١٦). إذ أن شعور الفرد العامل بالسيطرة على عمله وافكاره الخاصة في بيئة عمله اليومية مما يؤدي إلى تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X23) , بلغت النسبة الاعلى (٨٣,٣٣%) , أما مؤشر الشعور بالضغط قليلا لتلبية مواصفات شخص آخر في كيفية أداء العمل والتي تؤثر في تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X21) . بلغت النسبة (٢٥,٠٠%).

الجدول (١١)

الوصف الاحصائي لمتطلب الحرية في ممارسة العمل في شركة أسياسيل

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير متوفر		متوفر الى حد ما		متوفر		المؤشرات المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٠.١٧	١.٧٠	٥٤.١٧	١٣	٢٠.٨٣	٥	٢٥.٠٠	٦	X21
٠.٢٠	٢.١٢	٤١.٦٧	١٠	٤.١٧	١	٥٤.١٧	١٣	X22
٠.١٤	٢.٧٠	١٢.٥٠	٣	٤.١٧	١	٨٣.٣٣	٢٠	X23
٠.١٦	٢.١٧٣	٣٦.١١٣		٩.٧٢٣		٥٤.١٦٦		المعدل

المصدر: من عمل الباحثين بإستخدام برنامج SPSS , وبالإعتماد على إستمارة الفحص الإحصائية.

ويتبين من الجدول (١٢) أن نسبة توفر الحرية والاستقلالية في ممارسة العمل في شركة زين العراق بلغت (٤١,٦٦٦%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب وقد جاءت النسبة بوسط حسابي قدره (٢,٣٨٦) وانحراف معياري مقداره (٠,٣١). إذ أن شعور الفرد العامل بالسيطرة على عمله وافكاره الخاصة في بيئة عمله اليومية مما يؤدي إلى تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X23) , بلغت النسبة الاعلى (٧٩,١٧%) , أما مؤشر الشعور بالضغط قليلا لتلبية مواصفات شخص آخر في كيفية أداء العمل والتي تؤثر في تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X21) إذ بلغت النسبة (١٢,٥٠%).

الجدول (١٢)

الوصف الاحصائي لمتطلب الحرية في ممارسة العمل في شركة زين العراق

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير متوفر		متوفر الى حد ما		متوفر		المؤشرات المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٠.١٣	١.٢٥	٨٧.٥٠	٢١	----	--	١٢.٥٠	٣	X21
٠.٧٠	٢.١٦	١٦.٦٧	٤	٥٠	١٢	٣٣.٣٣	٨	X22
٠.١٠	٢.٧٥	٤.١٧	١	١٦.٦٧	٤	٧٩.١٧	١٩	X23
٠.٣١	٢.٣٨٦	٣٦.١١٣		٢٢.٢٢٣		٤١.٦٦٦		المعدل

المصدر: من عمل الباحثين باستخدام برنامج SPSS , وبالإعتماد على إستمارة الفحص الإحصائية.

#### ٧. تحدي العمل

يتبين من ملاحظة الجدول (١٣) أن نسبة توفر تحدي العمل في شركة أسياسيل بلغت (٨١,٩٤٦%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب وقد جاءت النسبة بوسط حسابي قدره (٢,٧١٦) وانحراف معياري مقداره (٠,٦٣٦). إن اهتمام الشركة ببعض المؤشرات أدت إلى توفر هذا المتطلب بنسبة مرتفعة , إذ أن أهتمام الفرد العامل بتقديم أفضل ما يوسع لتأدية المهام والتي تعزز تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X25) , بلغت النسبة الاعلى (٨٧,٥٠%) , أما شعور الفرد بأنه يعمل بمشاريع مهمة مما يسهم في تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X24) , وشعوره بمواجهة التحدي المتمثل في العمل الذي يقوم به حالياً والذي يقوي فرص تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X26) بلغت النسبة (٧٩,١٧%).

الجدول (١٣)

الوصف الاحصائي لمتطلب تحدي العمل في شركة أسياسيل

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير متوفر		متوفر الى حد ما		متوفر		المؤشرات المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٠.٦٢	٢.٧٠	٨.٣٣	٢	١٢.٥٠	٣	٧٩.١٧	١٩	X24
٠.٦٧	٢.٧٥	١٢.٥٠	٣	----	--	٨٧.٥٠	٢١	X25
٠.٦٢	٢.٧٠	٨.٣٣	٢	١٢.٥٠	٣	٧٩.١٧	١٩	X26
٠.٦٣٦	٢.٧١٦	٩.٧٢		٨.٣٣٣		٨١.٩٤٦		المعدل

كوفاري زانكوي كويه..... رقمه (٤١)

المصدر: من عمل الباحثين باستخدام برنامج SPSS , وبالاعتماد على إستمارة الفحص الإحصائية.

ويتضح من ملاحظة الجدول (١٤) أن نسبة توفر تحدي العمل في شركة زين العراق بلغت (٨١,٩٥٣%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب وقد جاءت النسبة بوسط حسابي قدره (٢,٧٨٦) وانحراف معياري مقداره (٠,٢٢٣). ويلاحظ أن اهتمام الشركة ببعض المؤشرات أدت إلى توفر هذا المتطلب بنسبة مرتفعة , إذ أن أهتمام الفرد العامل بتقديم أفضل ما بوسعه لتأدية المهام (X25) , بلغت النسبة الاعلى (٨٧,٥٠%) , أما شعور الفرد بأنه يعمل بمشاريع مهمة مما يسهم في تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X24) بلغت النسبة (٧٥%) .

الجدول (١٤)

الوصف الاحصائي لمتطلب تحدي العمل في شركة زين العراق

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير متوفر		متوفر الى حد ما		متوفر		المؤشرات المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٠.١١	٢.٧٠	٤.١٧	١	٢٠.٥٠	٥	٧٥	١٨	X24
٠.٠٦	٢.٨٧	----	--	١٢.٥٠	٣	٨٧.٥٠	٢١	X25
٠.٥٠	٢.٧٩	٤.١٧	١	١٢.٥٠	٣	٨٣.٣٣	٢٠	X26
٠.٢٢٣	٢.٧٨٦		٢.٧٨		١٥.٢٦٦		٨١.٩٥٣	المعدل

المصدر: من عمل الباحثين باستخدام برنامج SPSS , وبالاعتماد على إستمارة الفحص الإحصائية.

## ٨. التعاون والعمل الجماعي

يتضح من الجدول (١٥) أن نسبة توفر التعاون والعمل الجماعي في شركة أسياسيل بلغت (٨٢,٢٩٢%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب وقد جاءت النسبة بوسط حسابي قدره (٢,٧٥٥) وانحراف معياري مقداره (٠,٤٨٥). إذ أن الأهتمام بالاتصالات الحرة والمفتوحة داخل مجموعة العمل مما يؤدي إلى تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X30) بلغت النسبة الاعلى (٩١,٦٧%) , أما مؤشر الافراد في مجموعة العمل منفتحون وعلى استعداد لمساعدة بعضهم البعض والذي يعزز تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X28) بلغت النسبة (٦٦,٦٧%).

الجدول (١٥)

الوصف الاحصائي لمتطلب التعاون والعمل الجماعي في شركة أسياسيل

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير متوفر		متوفر الى حد ما		متوفر		المؤشرات المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٠.٥٠	٢.٧٩	٤.١٧	١	١٢.٥٠	٣	٨٣.٣٣	٢٠	X27
٠.٨٣	٢.٤٥	٢٠.٨٣	٥	١٢.٥٠	٣	٦٦.٦٧	١٦	X28
٠.٣٣	٢.٨٧	----	--	١٢.٥٠	٣	٨٧.٥٠	٢١	X29
٠.٢٨	٢.٩١	----	--	٨.٣٣	٢	٩١.٦٧	٢٢	X30
٠.٤٨٥	٢.٧٥٥		٦.٢٥		١١.٤٥٧		٨٢.٢٩٢	المعدل

المصدر: من عمل الباحثين باستخدام برنامج SPSS , وبالإعتماد على إستمارة الفحص الإحصائية.

ويتبين من ملاحظة الجدول (١٦) أن نسبة توفر التعاون والعمل الجماعي في شركة زين العراق بلغت (٨٦,٤٥٧%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب وقد جاءت النسبة بوسط حسابي قدره (٢,٨٤) وانحراف معياري مقداره (٠,٣٩). ويلاحظ أن اهتمام الشركة ببعض المؤشرات أدت إلى توفر هذا المتطلب بنسبة مرتفعة , إذ أن مؤشر الافراد في مجموعة العمل منفتحون وعلى استعداد لمساعدة بعضهم البعض والذي يعزز تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X28) بلغت النسبة الاعلى (٩٥,٨٣%) , أما مؤشر تكوين الفريق الجيد في العمل مع الزملاء يسهم في تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X27) بلغت النسبة (٧٩,١٧%).

الجدول (١٦)

الوصف الاحصائي لمتطلب التعاون والعمل الجماعي في شركة زين العراق

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير متوفر		متوفر الى حد ما		متوفر		المؤشرات المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٠.٥٣	٢.٧٥	٤.١٧	١	١٦.٦٧	٤	٧٩.١٧	١٩	X27
٠.٢٠	٢.٩٥	----	--	٤.١٧	١	٩٥.٨٣	٢٣	X28
٠.٣٣	٢.٨٧	----	--	١٢.٥٠	٣	٨٧.٥٠	٢١	X29
٠.٥٠	٢.٧٩	٤.١٧	١	١٢.٥٠	٣	٨٣.٣٣	٢٠	X30
٠.٣٩	٢.٨٤		٢.٠٨٥		١١.٤٦		٨٦.٤٥٧	المعدل

المصدر: من عمل الباحثين باستخدام برنامج SPSS , وبالإعتماد على إستمارة الفحص الإحصائية.

## قائمة الفحص أولاً. التشجيع التنظيمي

ت	الحالات	متوفر	متوفر الى حد ما	غير متوفر
١-	يتم تشجيع الافراد على حل المشاكل بأسلوب خلاق في هذه الشركة مما يسهم في تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
٢-	إستخدام الشركة آلية جيدة لتشجيع وتطوير الأفكار الإبداعية وبما ينظم تكاليف نقل المعلومات			
٣-	يتم تشجيع الافراد لتحمل المخاطر في هذه الشركة تنسيقاً لتكاليف نقل المعلومات			
٤-	يتم الحكم على الأفكار الإبداعية إلى حد ما في هذه الشركة ويسهم ذلك في توفير تكاليف نقل المعلومات			
٥-	يتم التعرف على افراد العمل الإبداعي ومكافأهم في هذه الشركة وبالتالي يسهم ذلك في تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
٦-	في هذه الشركة، هناك تدفق نشط وحيوي للأفكار الإبداعية وتساهم في تنسيق تكاليف نقل المعلومات			

ثانياً. عدم وجود العوائق التنظيمية

ت	الحالات	متوفر	متوفر الى حد ما	غير متوفر
٧-	هناك منافسة داخل هذه الشركة مما يؤدي الى ضعف تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
٨-	الافراد في هذه الشركة قلقون للغاية بشأن حماية وجودها وبالتالي يؤثر على تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
٩-	الافراد ينتقدون الأفكار الجديدة في هذه الشركة ويؤثر ذلك على تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
١٠-	الافراد في هذه الشركة يشعرون بالضغط لإنتاج أي شيء مقبول، حتى لو كان هناك نقص في الجودة ويؤثر ذلك على تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
١١-	الإدارة العليا ليست على استعداد لتحمل المخاطر في هذه الشركة مما ينعكس ذلك على تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
١٢-	هذه الشركة يتم التحكم بها بدقة من قبل الادارة العليا ويؤثر ذلك على تنسيق تكاليف نقل المعلومات			

### ثالثاً. تشجيع القيادة

ت	الحالات	متوفر	متوفر الى حد ما	غير متوفر
١٣-	توقعات قيادتي الادارية بخصوص عملي واضحة ويسهم ذلك في تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
١٤-	رئيسي في العمل لديه مهارات التعامل مع الاخرين جيدة مما يؤدي ذلك إلى تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
١٥-	يظهر رئيسي في العمل الثقة في مجموعة عملنا ويسهم ذلك في تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
١٦-	رئيسي في العمل مفتوح للأفكار الجديدة ويؤدي ذلك الى تنسيق تكاليف نقل المعلومات			

### رابعاً. الموارد الكافية

ت	الحالات	متوفر	متوفر الى حد ما	غير متوفر
١٧-	التسهيلات التي أحتاجها لعملي هي متاحة بسهولة بالنسبة لي وتسهم في تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
١٨-	يمكن الحصول على جميع البيانات والمعلومات التي أحتاج لتنفيذ مشروع عملي بنجاح وهي تسهم في تنسيق تكاليف نقل المعلومات			

خامساً. عبء العمل

ت	الحالات	متوفر	متوفر الى حد ما	غير متوفر
١٩-	ليس لدي الوقت الكافي للقيام بعملية مما يؤثر في تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
٢٠-	هناك العديد من الانحرافات بعمل المشروع في هذه الشركة ويؤثر ذلك في تنسيق تكاليف نقل المعلومات			

سادساً. السماح للحرية والاستقلالية في ممارسة العمل

ت	الحالات	متوفر	متوفر الى حد ما	غير متوفر
٢١-	أشعر بالضغط قليلا لتلبية مواصفات شخص آخر في كيفية أداء عملي وهي تؤثر في تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
٢٢-	لدي الحرية لأقرر ما الاعمال التي أنوي القيام بها وهي تسهم في تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
٢٣-	في بيئة عملي اليومي، أشعر بإحساس السيطرة على عملي الخاص وأفكاري الخاصة مما يؤدي إلى تنسيق تكاليف نقل المعلومات			

### سابعاً. تحدي العمل

ت	الحالات	متوفر	متوفر الى حد ما	غير متوفر
٢٤-	أشعر بأنني أعمل بمشاريع مهمة وهذا يسهم في تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
٢٥-	المهام في عملي تستدعي ان اقدم أفضل ما بوسعي وهذا يعزز في تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
٢٦-	أشعر بمواجهة التحدي المتمثل في العمل الذي أقوم به حالياً وهذا يقوي فرص تنسيق تكاليف نقل المعلومات			

### ثامناً. التعاون والعمل الجماعي

ت	الحالات	متوفر	متوفر الى حد ما	غير متوفر
٢٧-	انا وزملائي في العمل نكون فريقاً جيداً مما يسهم في تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
٢٨-	في مجموعة عملي الافراد منفتحون وعلى استعداد لمساعدة بعضهم البعض وهذا يعزز تنسيق تكاليف نقل المعلومات			
٢٩-	هناك مزيج جيد من المهارات في مجموعة عملي وهذا يسهم في تنسيق تكاليف نقل			

			المعلومات
			هناك اتصالات حرة ومفتوحة داخل مجموعة العمل مما يؤدي الى تنسيق تكاليف نقل المعلومات
			٣٠-

### الاستنتاجات والمقترحات

توصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات والمقترحات وهي كالآتي :

#### أولاً : الاستنتاجات

١. تبين ان الابداع الفردي مرتبط بتطوير المنتجات الجديدة ، وتنسيق تكاليف نقل المعلومات ، وهناك مصدرين له ، وهما ، الافراد والاطار التنظيمي ، اذ توجد ثلاثة مكونات تفسر الابداع الفردي ، وهي ؛ الخبرة في العمل ، الدوافع الذاتية ، ومهارات التفكير الابداعي في شركات الاتصالات الحديثة .
٢. اتضح ان نموذج تكوين الابداع الفردي يتضمن ، مهارات الابداع ، الخبرة ، وحافز المهمة ، حيث ان الابداع يبدأ بايجاد فكرة جديدة تؤدي الى توليد التفكير الابداعي في شركات الاتصالات الحديثة .
٣. وجود اجماع من قبل المتخصصين في الاقتصاد والمحاسبة على اهمية الابداع الفردي لكل انواع شركات الاتصالات الحديثة ، لانه اصبح متطلب اساسي لها للتميز في الاداء ، وتزداد الحاجة اليه نتيجة للتحويلات العالمية الجديدة المتمثلة بالتحول الى تطبيق وسائل تقنيات المعلومات والاتصالات فيها .
٤. هناك عدة مقومات للابداع الفردي ، ومنها ؛ التشجيع التنظيمي ، عدم وجود عوائق تنظيمية ، تشجيع القيادة ، الموارد الكافية ، عبء العمل ، السماح للحرية والاستقلال في ممارسة العمل ، تحدي العمل ، التعاون والعمل الجماعي .
٥. كانت بيئة الميدان شركتي الاتصالات اسياسل ،وزين العراق ، وهما المزود الرئيس للاتصالات النقالة عالية الجودة في العراق والتغطية لكافة المحافظات العراقية وبضمنها العاصمة بغداد .
٦. تبين من استمارة الفحص الاحصائية لمقومات الابداع الفردي ، بان توفر التشجيع التنظيمي في شركة اسياسل كان بنسبة مرتفعة بلغت (٦٠.٨%) على

المستوى الاجمالي للمتطلب ، وبوسط حسابي قدره (٢.٣٤٨) وانحراف معياري (٠.٤٥٧) .وهذا ما يلاحظ في شركة زين العراق، حيث كانت نسبة هذا المتطلب مرتفعة ايضا ان بلغت (٦٩,٤٤٥%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب و بوسط حسابي قدره (٢,٥١٦) وانحراف معياري مقداره (٠,٧٦) . إذ أن الأهتمام بالتعرف على افراد العمل الإبداعي ومكافأتهم في تلك الشركتين سيسهم في تنسيق تكاليف نقل المعلومات (X5) , ان بلغت النسبة الاعلى (٩١,٦٧%) و (٧٩,١٧%) للشركتين على التوالي, أما مؤشر الحكم على الأفكار الإبداعية في شركة اسياسل فقد اسهم في توفير تكاليف نقل المعلومات (X4), و التدفق النشط والحيوي للأفكار الإبداعية التي تنسق تكاليف نقل المعلومات (X6) ان بلغت (٢٥%), (٦٢,٥٠%) للشركتين على التوالي .

٧. اما العوائق التنظيمية فان نسبة توفرها في شركة اسياسل فقد بلغت (٤٦,٥%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب ، وبوسط حسابي مقداره (٢,٠٢٤) وانحراف معياري مقداره (٠,٣٨٣) , ان يلاحظ انها ركزت على بعض المؤشرات التي ادت الى توفر عوائق تنظيمية بهذه النسبة ، فضلا عن تحكم الادارة وتأثيرها في تكاليف نقل المعلومات. اما في شركة زين العراق فقد بلغت (٤٠,٢٧٨%) على مستوى المعدل الاجمالي للمتطلب ، وبوسط حسابي مقداره (١,٨٩١) وانحراف معياري مقداره (٠,٤٠٦) . إذ أن الافراد في هذه الشركة قلقون للغاية بشأن حماية وجودها وبالتالي يؤثر على تنسيق تكاليف نقل المعلومات.

٨. اما المقومات الاخرى ، ومنها ، تشجيع القيادة والموارد الكافية فقد كانت بنسبة مرتفعة لكلا الشركتين، ، اما بخصوص عبء العمل فقد كان بنسبة منخفضة لكلاهما ، كما ان السماح للحرية والاستقلالية في ممارسة العمل كان بنسبة متوسطة بلغت (٥٤,١٦٦%) و (٤١,٦٦٦%) للشركتين على التوالي ، في حين ان تحدي العمل والتعاون الجماعي حققا نسبة مرتفعة لكلا الشركتين .

### **ثانياً: المقترحات**

١. ضرورة ارتباط مقومات الابداع الفردي في شركات الاعمال للاتصالات الحديثة بمجموعة من المؤشرات التقنية لتقديم افضل ما بوسعها لرفع كفاءة اداءها الابداعي ومجاراة التطورات الحديثة على المستوى العالمي .

٢. اقامة الدورات التدريبية لجميع المنتسبين إلى شركات الأعمال للإتصالات الحديثة ومنها ( شركتي أسياسيل وزين العراق) وذلك لإستيعاب التطورات الحديثة في مجال الإتصالات وتفعيلها ضمن الشركة .
٣. توفير البيانات والمعلومات الاحصائية عن شركات الاعمال للاتصالات الحديثة عالمياً ، وتوثيقها في المنشورات الرسمية ومواقع الانترنت والشركات الدولية .
٤. عمل دراسات وبحوث خاصة بشركات الاتصالات الحديثة على المستوى العالمي والعربي في مجال الابداع الفردي ومدى اسهامه في تطوير تلك الشركات

### مصادر البحث

#### أولاً : المصادر العربية

١. ابو الفضل ,عبد الشافي محمد ، 2003 ، (القيادة الإدارية في الإسلام) من الإنترنت .  
[www.swaif.net/sforum/1/index.php](http://www.swaif.net/sforum/1/index.php)
٢. الجساسي ,عبدالله حمد محمد, 2011, اثر الحوافز المادية والمعنوية في تحسين اداء العاملين في وزارة التربية والتعليم بسلطنة عمان , الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي [www.abahe.co.uk](http://www.abahe.co.uk)
٣. شهاب , شهرزاد محمد , (٢٠١٠) , القيادة الادارية ودورها في تصير روابط العلاقات العامة , دراسات تربوية , العدد ١١, مركز البحوث والدراسات التربوية , وزارة التربية , العراق .
٤. النوشان , علي بن حمد بن سليمان, ٢٠٠٣ , ضغوط العمل وأثرها على عملية اتخاذ القرارات ,رسالة ماجستير في العلوم الإدارية, كلية الدراسات العليا , أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية , الرياض , السعودية .

#### ثانياً: المصادر الأجنبية

1. Amabile, T., 1996. Creativity and Innovation in Organizations. Harvard Business Review .
2. Antras, Pol, Luis, Garicano, and Esteban Rossi-Hansberg. 2006. Offshoring in a Knowledge Economy."Quarterly Journal of Economics 121 (1) .
3. Bernard, Andrew, Jensen, Bradford, Redding ,Stephen; and Schott ,Peter. 2010. ,Intra-firm Trade and Product Contractibility." American Economic Review Papers and Proceedings 100 (2) .

4. Boënné, M. 2014, Fostering Creativity in the Organization The impact of management instruments and office structures on the creativity of inventors, Thesis submitted to obtain the degree of Master of Business Economics , Major International Business, Strategy and Innovation , Ku Leuven , Faculty of Economics and Business.
5. Bureau of Economic Analysis. 2010. \Operations of U.S. and Foreign Multinational Companies." [Http://www.bea.gov/international/](http://www.bea.gov/international/).
6. Chausset, J& Mcnamara, L, 2014, Measuring Organizational Innovation, Master of Science Thesis in the Master's Programme Design and Construction Project Management, Department of Civil and Environmental Engineering, Chalmers University of Technology, Goteborg, Sweden.
7. Corcos, Gregory, Delphine M. Irac, Giordano Mion, and Thierry Verdier. 2013. \The Determinants of Intrafirm Trade: Evidence from French Firms." Review of Economics and Statistics 95 (3) .
8. De Angelo, L. 1988. "Managerial Competition, Information Costs, and Corporate Governance: The Use of Accounting Performance Measures in Proxy Contests." Journal of Accounting and Economics 10, no. 1 .
9. Doupnik, Hoyle, Schafer (2007) Advanced Accounting, 8th ed. McGraw-Hill Irwin .
10. Elsbach, K. & Hargadon, A., 2006. Enhancing creativity through "Mindless Work": a framework of workday design. Organization Science, Issue 17 .
11. Irarrazabal, Alfonso, Andreas Moxnes, and Luca David Opromolla. 2013. \The Margins of Multinational Production and the Role of Intrafirm Trade." Journal of Political Economy 121 (1) .
12. Lin, C.-Y. (2006), "Influencing factors on the innovation in logistics technologies for logistics service providers in Taiwan", Journal of American Academy of Business, Vol. 9 No. 2 .
13. Luca, J., & Tarricone, P. (2001). Does emotional intelligence affect successful teamwork? Proceedings of the 18th Annual Conference of the Australasian Society for Computers in Learning in Tertiary Education at the Ascilite, Melbourne: University of Melbourne.

14. Merlo<sup>1</sup>, Andrew, & Mann<sup>2</sup>, Leon, 2004, The relationship between individual creativity and team creativity: aggregating across people and time, Journal of Organizational Behavior. J. Organiz. Behav. 25 , Published online in Wiley InterScience (www.interscience.wiley.com). DOI: 10.1002/job .
15. Moller, A. C., & Deci, E. L. (2010). Interpersonal control, dehumanization, and violence: A self-determination theory perspective. Group Processes & Intergroup Relations. Vol 13(1), (2010) .
16. Plucker, J., Beghetto & Dow, G. (2004). Why isn't creativity more important to educational psychologists? Potentials, pitfalls and future directions in creativity research. Educational Psychologist .
17. Rodriguez-Clares, Andres, Natalia Ramondo, and Milagro Saborio. 2012. Scale Effects and Productivity: Does Country Size Matter? NBER working paper 18532.
18. Seidel ,Stefan & Rosemann, Michael, 2008, Creativity Management – The New Challenge for BPM, Creativity Management—The New Challenge for BPM, All Rights Reserved. [www.bptrends.com](http://www.bptrends.com) .
19. Srivastava ,Anil & Gupta ,Raj Karan, (2007) Leveraging knowledge management for organizational innovation and creativity, Conference on Global Competition & Competitiveness of Indian Corporate.
20. Wahrisch, M (2001) The Evolution of International Accounting Systems, Peter Lang, Frankfurt .
21. Yu Lin, C., & Hui Ho, Y. (2008). An Empirical Study on Logistics services provider, intention to adopt Green Innovations. Journal of Technology, Management and Innovation, 3(1). Electronic copy available at: [www.redalyc.uaemex.mx/pdf/847/84730103.pdf](http://www.redalyc.uaemex.mx/pdf/847/84730103.pdf)

### ثالثاً: المواقع الإلكترونية

١. الموقع الرسمي لشركة اسيا سيل على شبكة الانترنت. [www.asiacell.com](http://www.asiacell.com)
٢. الموقع الرسمي لشركة زين على شبكة الانترنت. [www.lq.zain.com](http://www.lq.zain.com)

### المستخلص

يعد الابداع على المستوى الفردي من المتطلبات الأساسية لنجاح وتميز الشركات الإنتاجية بتطوير منتجاتها السلعية و الخدمية من خلال تطوير خدماتها, وبما أن تطوير خدمة الاتصالات تتطلب أن يكون لدى العاملين إبداعية خلاقه لتطوير العمل, وذلك من خلال الخصائص التي يتمتعون بها كالذكاء والموهبة, أوالخصائص المكتسبة, كإيجاد حلول لمشاكل تتعلق بأعمالهم, وتنسيق تكاليف نقل المعلومات من المبالغ التي تدفعها الشركة صراحة مقابل خدمات عناصر الانتاج, من هنا فإن البحث يناقش مقومات الابداع الفردي في تطوير بعض فروع شركات الاتصالات الحديثة, باعتبارها مجموعة من الأنشطة في إدارة جميع الإتصالات الداخلية والخارجية, وبهدف تبادل المعلومات بين المستفيدين النهائيين (شركات أو أفراد), وقد يساهم الابداع الفردي بتعزيز قدرة الشركة لتقديم خدمة ذات جودة ونوعية مختلفة لتطبيقات المستخدمين أو تدفق نقل المعلومات .

ان أهمية البحث تتجسد في مدى توافر مقومات الابداع الفردي في شركات الاتصالات الحديثة, وتنسيق تكاليف نقل المعلومات لشركتي أسياسيل و زين العراق, ويهدف البحث التعرف على أساسيات الابداع الفردي فيها, وتحليل الوضع الراهن لتلك الشركات من خلال إظهار أهم المعوقات التي تواجهها والتي تحول دون تنمية الإبداع الفردي فيهما, و مشكلة البحث تتلخص بوجود اوعدم وجود مقومات الابداع الفردي وتنسيق تكاليف نقل المعلومات, التي إذا ما توفرت يمكن أن تطور شركات الاتصالات, فضلاً عن وجود إختلاف بين شركتي الاتصالات أسياسيل و زين العراق في مجال توفر هذه المقومات وتنسيق تكاليف نقل المعلومات فيهما, يستند البحث الى فرضية مفادها أن مقومات الابداع الفردية وتنسيق تكاليف نقل المعلومات يمكن من خلالهما تطوير شركتي الاتصالات (اسياسيل و زين العراق) إذا ما توفرت فيهما, وتختلفان في نسبة احتواءها لمقومات الابداع الفردية وتنسيق تكاليف نقل المعلومات فيهما .

ان البحث يتضمن ثلاثة مباحث رئيسية: يتناول الأول, الإطار النظري للأبداع الفردي, فضلاً عن أهم مقومات تطويره في شركات الاتصالات الحديثة, ويتطرق الثاني الى تكاليف نقل المعلومات من حيث المفهوم والأهمية وتنسيقها من خلال الأبداع الفردي, ويهتم الثالث بدراسة ميدانية لبعض فروع شركات الأعمال متمثلة بالشركتين المذكورتين أعلاه, والوقوف على أبرز ملامحهما ومتطلباتهما , وتوصلت الدراسة الى مجموعة من الاستنتاجات والمقترحات .

### Abstract

Individual creation has been one of the main demands of the success of Companies whether the industrial or those providing services throughout developing their services. Developing the communication services requires that employees be creative, smart, talented, and able to solve problems. Moreover, coordinating the the costs of transfer information are the amounts of money paid by the Company for services. Hence, this study deals with the ingredients of the individual creation to develop modern communication companies as a group of activities to manage all the outside and inside communications so as to exchange information between users (individuals and Companies). The individual creation reinforces the ability of a communication company to provide a quality service with a different priority of applications, users, or even more information.

The importance of the research lies in the extent to which the ingredients of the individual creation are available in some branches of the communication companies as well as coordinating the costs of transfer information (AsiaCell and Zain Iraq companies). The research aims at knowing the basics of the individual creation in the modern communication companies as well as knowing the status quo of these companies by shedding light on the most important obstacles faced, that prevent the individual creation and the capability of coordination the costs of transfer information. The problem of the research lies in the availability of the ingredients of the individual creation and coordination the costs of transfer information that when available they can develop the company. Also, there is a difference between Asiacecell and Zain Iraq in terms of having these ingredients and coordinating the costs of transfer information. The research is based on a hypothesis that the ingredients of individual creation and coordinating the documented costs throughout which the communication company can be developed when available. The communication companies differ in having the ingredients of the individual creation and coordinating the costs of transfer information.

The research is based on three main axes. The first axis tackles the theoretical frame of the individual creation in addition to the most



توێژینه‌وه‌یه چڕ ده‌بیته‌وه له هه‌بوون و نه‌بوونی پالێشته‌کانی داهێتانی تاکه که‌سی و ریکخستنی تیچوونه‌کانی گواستنه‌وه‌ی زانیاری ، که ئه‌گه‌ر هه‌بیته‌ فراهه‌م بکریته له‌وانه‌یه به‌یته هۆی به‌ره‌و پێش چوونی کۆمپانیاکانی (اتصالات) هه‌رچه‌نده که جیاوازی ده‌بینریته له نیوان هه‌ردوو کۆمپانیا‌ی (ئاسیاسیل و زه‌ین الع‌راق ) له رووی هه‌بوونی پالێشته‌کانی داهێتانی تاکه که‌سی له ناویاندا . ئه‌م ئه‌م توێژینه‌وه‌یه پشت ده‌به‌ستیت به‌ گریمانیه‌ک بریتیه له‌وه‌ی که هه‌بوونی پالێشته‌کانی داهێتانی تاکه که‌سی و ریکخستنی تی چوونی گواستنه‌وه‌ی زانیاریه‌کان له هه‌ردوو کۆمپانیا‌ی ( ئاسیاسیل و زه‌ین الع‌راق ) ده‌بیته هۆی به‌ره‌و پێشچوونیان ، وجیاوازن له رێژه‌ی هه‌بوونی ئه‌و پالێشته‌یان و ریکخستنی تیچوونه‌کانی گواستنه‌وه‌ی زانیاریه‌کان .

•گرنگی ئه‌م توێژینه‌وه‌یه پیکدیته له سی سهرچاوه‌ی سهره‌کی :

یه‌که‌میان بریتیه له چوارچێوه‌ی تیوری داهێتانی تاکه که‌سی ، هه‌روه‌ها هه‌بوونی گرنگترین پالێشته‌کانی به‌ره‌و پێش چوون له کۆمپانیاکانی ( اتصالات) نوی .

سه‌رچاوه‌ی دووه‌م بریتیه له تیچوونی گواستنه‌وه‌ی زانیاریه‌کان له رووی تیگه‌یشتن و گرنگی ریکخستنی به‌ پێی داهێتانی تاکه که‌سی .

سه‌یه‌م سه‌رچاوه گرنگی ده‌دات به توێژینه‌وه‌یه‌کی مه‌یدانی بۆ هه‌ندیک له به‌شه‌کانی هه‌ردوو کۆمپانیا‌ی ناوبراو ، وه‌ راوه‌ستان له‌سه‌ر گرنگترین شیوه‌کان و داواکارییه‌کان . ئه‌م توێژینه‌وه‌یه گه‌یشه‌ چه‌ند ئه‌نجام و راسپاردیه‌ک .