

عمليات إدارة المعرفة وعلاقتها بإبداع المنتج في المؤسسة الاقتصادية

دراسة ميدانية بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية - جيجل -

Knowledge management processes and their relationship to product innovation in the economic enterprise: A field study at the Sanitary Ceramics Institution in Milia - Jijel

ط. د بوقريط فاروق¹ / مخبر دراسات استراتيجيات التنوع الاقتصادي لتحقيق التنمية المستدامة، المركز الجامعي عبد الحفيظ

بوالصوف ميلية (الجزائر)، f.boukerrit@centre-univ-mila.dz

د. شرفي منصف / مخبر الدراسات والبحوث التسويقية، جامعة عبد الحميد مهري – قسنطينة 2 (الجزائر)،

moncef.chorfi@univ-constantine2.dz

تاريخ النشر: 2023/12/31

تاريخ القبول: 2023/12/30

تاريخ الاستلام: 2023/03/16

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان درجة ممارسة عمليات إدارة المعرفة وإبداع المنتج من طرف العاملين بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية ولاية جيجل، واختبار العلاقة الارتباطية بينهما، حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليل كمنهجية للدراسة، والاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة التي قدرت بـ 65 عامل، تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتحليل اجاباتهم باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS V25). أظهرت نتائج الدراسة أن درجة ممارسة عمليات إدارة المعرفة وإبداع المنتج كانت بمستوى مرتفع بالمؤسسة محل الدراسة، وتوصلت أيضا إلى أنه هناك علاقة معنوية بين عمليات إدارة المعرفة ودعم إبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي، لهذا أوصت الدراسة بضرورة توجيه ودعم الموارد البشرية المبدعة في المؤسسة من خلال تنمية روح التعاون والمشاركة في المعرفة واستغلال المعارف الكامنة لديها. الكلمات المفتاحية: عمليات إدارة المعرفة؛ إبداع المنتج، مؤسسة الخزف الصحي. تصنيف JEL: L53 ; L78 ; M00.

Abstract :

This study aims to demonstrate the degree of practice of knowledge management processes and product innovation by employees of the Sanitary Ceramics Corporation in Milia, Jijel Province, Test the correlation between them, The descriptive analysis method was relied upon as a methodology for the study, the questionnaire was relied upon to collect data from the study sample, which was estimated at 65 workers, they were selected randomly, and their assignments were analyzed using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS V25) software.

The results of the study showed that the degree of practicing knowledge management processes and product innovation was at a high level in the institution under study, and it also concluded that there is a significant relationship between knowledge management processes and supporting product innovation in the Sanitary Ceramics Institution in Milia, The study recommended the necessity of directing and supporting creative human resources in the organization through developing Spirit of cooperation, sharing of knowledge and exploitation of latent knowledge.

Keywords: Knowledge management processes; Product innovation; Sanitary Ceramics Institution.

Jel Classification Codes : L53 ; L78 ; M00.

¹ المؤلف المرسل: بوقريط فاروق، الإيميل: f.boukerrit@centre-univ-mila.dz

I - تمهيد :

شهد العالم تغيرات بيئية معقدة وتحولات متسارعة في شتى المجالات، أدت إلى بروز قوى مؤثرة على الاقتصاد العالمي كالتطور السريع لتكنولوجيا المعلومات وزيادة حدة المنافسة والعولمة وغيرها من الظروف التي دفعت بالكثير من المؤسسات إلى التحول من الاقتصاد المادي إلى الاقتصاد الجديد والقائم على الموارد اللامادية والمبني على المعرفة التي تعتبر المورد الأكثر أهمية وفعالية لتحقيق الميزة التنافسية لهذه المؤسسات، فقد أصبح نجاح هذه الأخيرة يعتمد بدرجة كبيرة على إستغلالها الكفاء لمصادر المعرفة الداخلية والخارجية كونها تساهم في خلق الثروة وضمان البقاء والاستمرارية، والتكيف مع المتغيرات التي تحدث في بيئة الأعمال الراهنة، وقد واكب ذلك ظهور العديد من المفاهيم من أجل استغلال هذه المعرفة.

حيث اتجهت أغلب المؤسسات إلى اعتماد ما يعرف بإدارة المعرفة كونها الوسيلة الوحيدة التي تساعد على التكيف والحصول على معارف الأفراد لاستخدامها ونشرها وتعزيز قدراتهم الفكرية والإبداعية، كما أنها تعد من أبرز المفاهيم المعاصر في بيئة الأعمال والتي تلقى الاهتمام الكبير من قبل الباحثين، وتعمل على توجيه استثمارها تجاه توليد المعرفة والاهتمام بنشاطات الأفراد العاملين وإحداث نقلة نوعية في مستوى أداء المؤسسات، كما تشير معظم ممارسات الأعمال واتجاهاتها إلى التعامل مع العمليات الجوهرية للمعرفة المتعلقة بتشخيص وتحديد معرفة الأفراد الحالية وتوليد واكتساب المعرفة كعملية من خلال العاملين، ونقل المعرفة المتاحة، ومن تم تطبيقها في مختلف الأنشطة، وعلى ضوء ذلك أصبحت المؤسسات في حاجة ضرورية إلى الانتفاع بالمعرفة الموجودة وتضمين هذه المعرفة في الإبداع من أجل التميز في الأداء وضمان البقاء وتحسين القدرات الجوهرية والمزايا التنافسية ومن تم تحسين المنتجات أو تقديم منتجات جديدة في ظل البيئة التنافسية الشرسة.

1.I- إشكالية البحث :

أصبحت إدارة المعرفة من أهم التطورات الفكرية المعاصرة، حيث تعاضم دورها في تحقيق الميزة التنافسية في بيئة الأعمال، مما دفعها إلى تركيز الإهتمام على إيجاد أساليب تساهم في تطوير معارف الأفراد العاملين في المؤسسات وتعزيز الإبداع وتقديم منتجات جديدة أو تحسين منتجات قائمة ووضعها حيز التطبيق مما يكفل للمؤسسة تحقيق أهدافها والتأقلم مع متطلبات التغيير الحاصلة، وبناء على ما سبق نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

هل يؤدي تطبيق عمليات إدارة المعرفة إلى رفع مستوى إبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية؟

ويندرج ضمن هذا التسؤل الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مستوى ممارسة عمليات إدارة المعرفة بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية؟
- ما مستوى إبداع المنتج لدى العاملين بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية؟
- هل هناك علاقة بين عمليات إدارة المعرفة وإبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية؟

2.I - فرضيات البحث :

للإجابة على التساؤل الرئيسي المطروح والأسئلة الفرعية، تم صياغة الفرضيات التالية:

- الفرضية الأولى: لا يوجد هناك مؤشرات تدل على ممارسة عمليات إدارة المعرفة بمؤسسة الخزف الصحي بالمليية؛
- الفرضية الثانية: لا يوجد هناك مؤشرات تدل على أن مستوى إبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالمليية مرتفع؛
- الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة ارتباطية معنوية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha = 0,05$) بين عمليات إدارة المعرفة وإبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالمليية؛

3.I - أهداف البحث:

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق بعض الأهداف التي يمكن أن نوجزها فيما يلي:

- توضيح الإطار النظري لإدارة المعرفة وأبرز عملياتها، ومفهوم الإبداع وإبداع المنتج؛
- التعرف على واقع عمليات إدارة المعرفة بالمؤسسة محل الدراسة؛
- تبيان مستوى إبداع المنتج لدى العاملين في المؤسسة محل الدراسة؛
- تحليل واختبار علاقة عمليات إدارة المعرفة بإبداع المنتج في المؤسسة محل الدراسة؛
- تقديم بعض الاقتراحات للمؤسسة محل الدراسة، بناء على ما تم التوصل إليه في النتائج.

4.I - أهمية البحث:

ركزنا في الدراسة على أحد أهم المصطلحات والممارسات المعاصرة في بيئة الأعمال، وهي إدارة المعرفة وعملياتها كونها من المفاهيم المهمة والحديثة التي تتطلب من الإطارات والعاملين في المؤسسات على حد سواء الاهتمام بها للحصول على معارف جديدة، وتنمية مهاراتهم الإبداعية مما ينعكس على تحفيزهم وتحسين أدائهم، إضافة إلى إبداع المنتج في المؤسسات الذي يعتبر نوع من أنواع الإبداع التكنولوجي، كما تكمن الأهمية في النتائج التي يتم التوصل إليها بخصوص العلاقة بين المفهومين في المؤسسة محل الدراسة، الأمر الذي من شأنه إضافة إسهامات ولو بسيطة للدراسات الأكاديمية التي تهتم بهذا الموضوع.

5.I - الدراسات السابقة:

من خلال البحث والتقصي حول موضوع الدراسة، ارتأينا التطرق إلى بعض الدراسات المتعلقة بالمتغير المستقل والمتغير التابع والتي يمكن أن نوجزها فيما يلي:

- دراسة (Kör & Maden, 2013) بعنوان: **The Relationship between Knowledge Management and Innovation in Turkish Service and High-Tech Firms.**

هدفت هذه الدراسة لإختبار العلاقة والتأثير بين عمليات إدارة المعرفة وأنواع الإبداع في المؤسسات الصناعية بتركيا، بالاعتماد على الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات من عينة شملت المديرين التنفيذيين والموظفين، والتي قدرت بـ 103 موظف يعملون في المؤسسات الصناعية لخدمة التأمينات والرعاية الصحية وقطاعات التكنولوجيا الفائقة، وبعد تحليل البيانات المتوصل إليها باستخدام برنامج (SPSS 20) وحزمة برامج

(Smart PLS 2) توصلت نتائج الدراسة إلى أنه علاقة إيجابية بين عمليات إدارة المعرفة والإبداع، كما توصلت إلى أن هناك تأثير إيجابي لعمليات إدارة المعرفة والإبداع التنظيمي على أنواع الإبداع (الإداري، والتقني) بالمؤسسات محل الدراسة.

– دراسة (Sawasn & Elbeltagi, 2015) بعنوان: Knowledge Sharing Practices as a Basis of Product Innovation: A Case of Higher Education in Iraq

هدفت هذه الدراسة لاكتشاف العلاقة والتأثير بين التشارك في المعرفة وإبداع المنتجات في مؤسسات التعليم العالي للحكومة العراقية، وتم الاعتماد على الاستبيان لجمع البيانات وإجراء الدراسة الميدانية في 8 كليات عامة على عينة قدرت بـ 240 موظف، كما تم استعمال مجموعة من الأدوات الإحصائية لتحليل واختبار الفرضيات باستخدام نمذجة المعادلة الهيكلية (SEM) مع برنامج (AMOS 20)، وتوصلت الدراسة إلى أن التشارك في المعرفة يؤثر بشكل إيجابي في إبداع المنتجات المؤسسات محل الدراسة.

– دراسة (Waribugo, Wilson, & Ekom, 2016) بعنوان: The Impact of Knowledge Management on Product Innovation of Manufacturing Firms in Nigeria

الهدف من هذه الدراسة هو معرفة تأثير إدارة المعرفة على إبداع المنتجات في شركات التصنيع بنيجيريا، حيث تم استهداف عينة عشوائية من الموظفين في 5 شركات تصنيع ببورت هاركورت في نيجيريا بلغ عددها الإجمالي بـ 125 موظفاً، كما تم الاعتماد في تحليل البيانات المتحصل عليها ومعالجتها على برنامج (SPSS)، في حين توصلت نتائج الدراسة إلى أنه هناك تأثير إيجابي لأبعاد إدارة المعرفة على إبداع المنتجات في الشركات محل الدراسة، ناتج عن تأثير بعد اكتساب المعرفة.

– دراسة (Massoudi & Birdawod, 2023) بعنوان: Applying Knowledge Management Processes to Improve Institutional Performance

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور عمليات إدارة المعرفة في تحسين مستوى الأداء المؤسسي بجامعة جيهان أربيل بالعراق، حيث تم الاعتماد على الاستبيان لجمع البيانات من عينة شملت 90 عضو هيئة التدريس بالجامعة، وبعد تحليل البيانات باستخدام برنامج (SPSS) توصلت نتائج الدراسة إلى أنه لعمليات إدارة المعرفة بأبعادها المتمثلة في (توليد المعرفة، تخزين المعرفة، نقل المعرفة، تطبيق المعرفة) دور إيجابي في تحسين مستوى الأداء المؤسسي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعة.

6.I - التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال الإطلاع على الدراسات التي تم التطرق إليها يلاحظ أنها تتشابه مع الدراسة الحالية من حيث الهدف الأساسي للدراسة وهو محاولة معرفة العلاقة والارتباط بين المتغير المستقل المتمثل في عمليات إدارة المعرفة في المتغير التابع المتمثل في إبداع المنتج، بالإضافة إلى الاعتماد على نفس أداة الدراسة لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة والمتمثلة في الاستبانة، كما أنها تتشابه مع أغلبية الدراسات في أداة الدراسة المستخدمة في تحليل البيانات ومعالجتها والمتمثلة في برنامج (SPSS)، أما ما يميز هذه الدراسة عن الدراسة السابقة هو الأبعاد المعتمد عليها في المتغير المستقل (عمليات إدارة المعرفة)، والمتمثلة في تشخيص المعرفة، توليد واكتساب المعرفة، تخزين المعرفة، نقل المعرفة، وتطبيق المعرفة، بالإضافة إلى أنها تختلف عن هذه الدراسات من حيث مجتمع وعينة الدراسة المتمثل في إطارات وعمال مؤسسة الخزف الصحي بالميلية.

II- الإطار النظري لمتغيرات الدراسة :

نحاول في هذا الإطار التطرق إلى مفهوم إدارة المعرفة وأهميتها بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية، ثم التطرق إلى أبرز عملياتها التي أجمع عليها معظم الباحثين، وكذا مفهوم الإبداع وإبداع المنتج في المؤسسات.

II-1- مفاهيم حول إدارة المعرفة :

يعتبر مصطلح إدارة المعرفة وعملياتها من المفاهيم الإدارية المعاصر التي عرفت تطورا كبيرا في الفترات الأخيرة، ومن أجل الأمام بهذا المفهوم يقتضي الأمر الإشارة إلى كل من إدارة المعرفة ومدى أهميتها في المؤسسات، إضافة إلى أبرز العمليات الجوهرية التي أشار إليها الباحثين.

II-1-1- مفهوم إدارة المعرفة :

يعرف (Dalkir, 2005, p. 3) إدارة المعرفة بأنها "المنهجية المتكاملة للتنسيق بين أفراد المؤسسة وعملياتها، والتكنولوجيا المستخدمة، وهيكلها التنظيمي المعتمد، من أجل إضافة قيمة وإعادة الاستخدام والإبداع، وتوليد المعرفة ومشاركتها وتطبيقها، لتحقيق أفضل الممارسات في ذاكرة المؤسسة وتعزيز التعلم التنظيمي المستمر".

كما تعرف إدارة المعرفة وفقا لـ (Alavi & Leidner) على أنها "عملية منظمة تحدها المؤسسة لاكتساب وتنظيم ونقل معرفة العاملين (الضمنية والصرحة) بطريقة تسمح للعاملين الآخرين باستخدامها وزيادة كفاءة وإنتاجية عملهم" (Szymczak, 2022, p. 24).

يشير (Wiig, 2007) إلى أن إدارة المعرفة "عبارة عن مجموعة من الإجراءات المحددة بدقة، أو التقنيات المستخدمة في البحث عن المعلومات المهمة بين المعارف المختلفة التي تتولى المؤسسة مهمة إدارتها" (Ghulam, Rakhshan, Khyzer, Shahzadi, & Mirza, 2021, p. 160)

من خلال ما سبق يشير الباحثان إلى أن إدارة المعرفة هي عبارة عن عملية جوهرية تعتمد على المؤسسة للتنسيق مع العاملين لديها من خلال العمليات المرتبطة بها والخاصة باستحداثها وخلقها ونشرها ومن تم تخزينها من أجل استخدامها بشكل فعال، وهي تتطلب تحويل المعارف الكامنة إلى معارف ظاهرة يمكن تشاركها من أجل تحسين أداء المؤسسة.

II-1-2- أهمية إدارة المعرفة :

تكمن أهمية إدارة المعرفة في المؤسسات الاقتصادية وفقا لـ (Aziadat, 2014,) في النقاط التالية:
(Ragaa & Korichi, 2021, p. 105)

- تسمح إدارة المعرفة للمؤسسة بتحديد وتوثيق وتطوير وتبادل وتطبيق وتقييم المعرفة المطلوبة؛
- تعتبر إدارة المعرفة أداة فعالة للمؤسسات لاستثمار رأس مالها الفكري، من خلال جعل الوصول إلى المعرفة التي تولدها للأشخاص المحتاجين أمرا سهلا وممكنا؛
- تعد أداة تحفيزية للمؤسسات في تشجيع القدرات الإبداعية لمواردها البشرية وتوليد معرفة فعالة، والكشف المتقدم عن العلاقات غير المحددة والفجوات في توقعاتهم؛
- تساهم في تحفيز المؤسسات على التجديد ومواجهة التغيرات البيئية غير المستقرة.

II-3-1- عمليات إدارة المعرفة :

يشير العديد من الباحثين في مجال إدارة المعرفة على أنها عبارة عن مجموعة من العمليات، تكون بشكل متكامل ومتتابع، فكل عملية تعتمد على العملية التي سبقتها وتدعم العملية التي تليها. حيث يري (Omotayo, 2015) أن عمليات إدارة المعرفة هي عبارة عن العمليات والأنشطة الرئيسية التي تساعد المؤسسة في تنفيذ استراتيجياتها، وتوليد المعرفة وتحديثها، ومن تم تنظيمها ونقلها ومشاركتها بين أفراد المؤسسة باستخدام كل الوسائل التكنولوجية المتاحة، مما يسمح بتطبيق المعرفة الجديدة على المهام والأنشطة الخاصة بالمؤسسة (Omotayo, 2015, p. 8)، كما أنه هناك اختلاف بين الباحثين في عدد عمليات إدارة المعرفة وترتيبها ومسمياتها، لهذا سنشير إلى أهم العمليات البحثية وأكثرها شيوعاً، والمتمثلة في:

أ- **تشخيص المعرفة:** تعتبر هذه العملية من الأمور المهمة في برامج إدارة المعرفة، وفي ضوء التشخيص يتم وضع سياسات وبرامج العمليات الأخرى، حيث أن الهدف من هذه العملية هو اكتشاف معرفة المؤسسة، وتحديد الأشخاص الحاملين لها ومواقعهم، كما تعتمد على استخدام آليات الاكتشاف وآليات البحث والتطوير، بالإضافة إلى أنها تحدد لنا المعرفة الملائمة لوضع الحلول للمشكلة؛ (بوقريط و شرفي، 2022، صفحة 10)

ب- **توليد واكتساب المعرفة:** تعتبر عملية توليد المعرفة من أهم عمليات إدارة المعرفة، وهي عبارة عن عملية ديناميكية وتفاعلية تهدف إلى استهداف العلاقات التي تنطوي على توليد وخلق معرفة جديدة ضمن تفاعلات بين المعرفة الضمنية والصريحة من خلال أربعة أنماط أساسية متمثلة في التنشئة الاجتماعية، والتجسيد، والدمج، والاستيعاب الخارجي، والتي يطلق عليها نوناكا بنموذج SECI لتوليد المعرفة (Kianto, Shujahat, Hussain, Nawaz, & Ali, 2019, p. 182)، كما يمكن للمؤسسات اكتساب المعرفة خارجياً من مصادر مختلفة كالتحدث إلى وكلاء وشركاء خارجيين، أو شراء براءات إختراع، أما داخليا فيمكن اكتساب المعرفة بتطوير محتوى جديد أو استبدال المحتوى الموجود من خلال الاستثمار في البحث والتطوير أو التدريب (Tahar, 2020, p. 248)

ج- **تخزين المعرفة:** هي العملية التي يتم فيها الاحتفاظ بالمعرفة التي تم توليدها، وأرشفتها في الذاكرة التنظيمية التي تحتوي على الأشخاص والمستندات التي تجمع وتخزن وتوفر الوصول إلى تجربة المؤسسة ومعارفها، كما تشمل الذاكرة التنظيمية المعرفة الموجودة في أشكال مختلفة بما في ذلك الوثائق المكتوبة والمعلومات المخزنة في قواعد البيانات الإلكترونية، والمعرفة الضمنية المخزنة في أذهان الأفراد في العمليات التجارية والتنظيمية. (Houhou & Lachachi, 2012, p. 392)

د- **نقل المعرفة:** هي عملية تبادل المعرفة من خلال خبرات ومهارات العاملين لتطوير وتنظيم معارفهم، كما أنها عملية إيصال المعرفة الصحيحة إلى الشخص المناسب في الوقت المناسب وبالشكل المناسب وبالتكلفة المناسبة؛ (Ragaa & Korichi, 2021, p. 106)

هـ- **تطبيق المعرفة:** هي آخر عملية من عمليات إدارة المعرفة، وتعني الاستخدام الفعلي للمعرفة لتحقيق أهداف المؤسسة بأفضل الطرق، مما يساعدها على اكتساب مكانة في السوق وتحسين كفاءتها وتقليل التكلفة، حيث يشير كل من (Ofek & Sarvary, 2001) في هذا الإطار إلى أن معظم المؤسسات تقوم بتطبيق المعرفة لتطوير منتجات جديدة، وإيجاد حلول للمشكلات، وتحسين كفاءتها والاستفادة من الفرص الجديدة التي تمنحها الميزة التنافسية (Kotwal, 2021, p. 3)

II-2- ماهية إبداع المنتج :

من أجل التطرق إلى المفاهيم المرتبطة بإبداع المنتج، أشارنا إلى الإبداع وفقا للباحث شومبيتر ثم يليه إبداع المنتج وأهميته في المؤسسات الاقتصادية.

II-2-1- مفهوم إبداع المنتج :

ظهر مصطلح الإبداع في بداية القرن العشرين، وتمت دراسته بشكل مكثف من قبل الاقتصادي النمساوي جوزيف شومبيتر، ثم توالى الدراسات من بعده من طرف العديد من الخبراء والباحثين، حيث يري جوزيف شومبيتر في تعريفه للإبداع على أنه يتكون من خمسة أنواع، والمتمثلة في: (Zizlavsky, 2013, p. 2)، إدخال منتجات جديدة؛ أساليب جديدة للإنتاج؛ فتح أسواق جديدة؛ إضافة إلى تطوير مصادر جديدة لتوريد المواد الخام أو المدخلات الأخرى؛ إنشاء هيكل سوق جديدة في الصناعية.

أما إبداع المنتج فيعتبر من بين العوامل الرئيسية في نجاح العديد من المؤسسات، حيث وصفه (Vazquez-Brust and Sarkis) بأنه تصميم منتج جديد أطلقته علامة تجارية لأغراض مربحة تهدف إلى تعزيز جودة وخصائص المنتجات التي تنبع أساسا من التصميمات الإبداعية أثناء عملية الإنتاج، كما يغطي إبداع المنتج عدة جوانب مثل تطوير منتج جديد، أو تحسين تصميم المنتجات القائمة، أو استخدام موارد أو مكونات جديدة في إنشاء المنتجات القائمة بشكل عام، ويأتي إبداع المنتج من قدرة المؤسسة على تقديم شيء جديد إلى السوق مما يعزز درجة وجودة المنتجات (Hanaysha, Hilman, & Abdul-Ghani, 2014, p. 2)

كما يعرفه أوسلو بأنه: تقديم سلعة أو خدمة جديدة أو محسنة بشكل كبير فيما يتعلق بخصائصها أو الاستخدامات المقصودة منها، يتضمن ذلك تحسينات كبيرة في المواصفات الفنية والمكونات والمواد أو البرامج المدمجة أو سهولة الاستخدام أو الخصائص الوظيفية الأخرى (Sener & Saridoğan, 2011, p. 816)

كما تشير منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) في منشور (Manuel d'Oslo) سنة 2005 في تعريفها لإبداع المنتج بأنه يتكون من نوعين أساسيين هما: تقديم منتج جديد وتحسين منتج قائم، والتي يمكن التطرق إليها فيما يلي: (OCDE, 2005, p. 37)

- تقديم منتج جديد: وهو المنتج الذي تختلف خصائصه التكنولوجية أو استخداماته بشكل كبير عن تلك التي تم إنتاجها في المؤسسة سابقا، بحيث يمكن أن تتضمن هذه الأبداعات تكنولوجيات جديدة بشكل جذري، أو على أساس المزج بين التكنولوجيات الموجودة في التطبيقات الجديدة، أو الاستغلال الأمثل للمعارف الجديدة.

- تحسين منتج قائم: وهو عبارة عن منتج موجود تمت ترقيته أو تحسين أدائه بشكل كبير، حيث يمكن تحسين منتج بسيط (عن طريق تحسين الأداء أو تخفيض التكاليف) من خلال استخدام مكونات أو مواد أكثر كفاءة وأداء، أو يمكن تحسين منتج يحتوي على الكثير من الأنظمة الفرعية والتكنولوجية المتكاملة، عن طريق التغييرات الجزئية التي يتم إجراؤها على أحد الأنظمة المستخدمة.

II-2-2- أهمية إبداع المنتج في المؤسسات :

تكمن أهمية إبداع المنتج في المؤسسات الاقتصادية في النقاط التالية: (Reguia, 2014, p. 148)

- يساهم بشكل كبير في التقليل من تكاليف الإنتاج، وزيادة العائد على الاستثمار وكفاءة المنتجات:

- تحسين جودة المنتجات في المؤسسات، مما يجعلها أكثر قدرة على المنافسة في الأسواق المحلية والخارجية؛
- التعرف على خصائص واحتياجات الزبائن الجديدة، وتقديم منتجات جديدة بمقاييس وميزات محددة لم يتم العثور عليها من قبل، وتحقيق الاستمرارية، والولاء للزبون؛
- خلق فرص جديدة لاستخدام الموارد المتاحة وتطويرها؛
- تقديم حلول للمشاكل التي تواجه المؤسسات أثناء عملية الإنتاج.

II-3- علاقة عمليات إدارة المعرفة بإبداع المنتج:

يمكن تفسير العلاقة بين عمليات إدارة المعرفة وإبداع المنتج في المؤسسات من خلال كون إدارة المعرفة أداة استراتيجية تساعد في توليد ونشر الأفكار الجديدة والمبتكرة داخل المؤسسة وخارجها، حيث يشير دافنبورت وبروزاك (Davenport & Prusak) أن إدارة المعرفة وعملياتها تساعد بشكل كبير في تبني وتنفيذ الأفكار الإبداعية التي تؤدي إلى الإبداع في المنتج الذي يتم تشجيعه من خلال الإدارة السليمة للمعرفة الضمنية والكامنة في عقول العاملين، وفي نفس السياق يشير (Jelenic & Lepak) إلى أن المؤسسة التي تريد النجاح لا بد لها من الإستخدام الفعال لهذه الموارد الفكرية المتاحة (المعارف الكامنة) والموجودة في أذهان العاملين، لما لها من دور فعال في تعزيز عملية اتخاذ القرار، كما أنها تساعد في تحسين مستوى كفاءة التشغيل للعاملين من خلال نقل هذه المعارف وتحويلها إلى معارف صريحة، ومن ثم تطبيقها والتوصل إلى منتجات إبداعية ناجحة. (Waribugo, Wilson, & Ekom, 2016, pp. 80-81)

كما تشير (M. Plessis) أن الدافع من وراء تطبيق إدارة المعرفة في العملية الإبداعية للمؤسسة تكمن في عملياتها المتمثلة في تبادل ونقل المعرفة، وتطويرها، وتخزينها ومن ثم إتاحتها للعاملين بشكل أكبر مما يسهل من عملية تطبيقها والوصول إليها عند الحاجة، من خلال التعلم المستمر والحوار بين الأفراد العاملين داخل وخارج المؤسسة، مما يعزز من قدرة هذه الأخيرة على الإبداع في المنتجات والعمليات. (Plessis, 2007, p. 23)

III- الطريقة والأدوات المنهجية :

في إطار المنهجية المعتمدة في الدراسة قمنا بالإشارة إلى كل من مجتمع وعينة البحث، والمنهج المستخدم بالإضافة إلى الأساليب الإحصائية المعتمدة في تحليل واختبار العلاقة.

III-1- مجتمع وعينة الدراسة :

تمثل مجتمع الدراسة في جميع الإطارات والعاملين بمؤسسة الخزف الصحي والبالغ عددهم 387 عامل في بداية سنة 2023، والتي تتواجد ببلدية الميلية ولاية جيجل، تبرع المؤسسة على مساحة إجمالية تقدر بـ 12 هكتار تتوزع على 9 هكتارات مهيئة ومغطاة، و3 هكتارات مساحات خضراء، مما يجعلها تحتل منطقة استراتيجية تساعد في التواصل مع العالم الخارجي، وتسهل من مهامها فيما يتعلق بنقل المواد والمنتجات من وإلى المؤسسة، كما تعتبر مؤسسة عمومية من حيث رأس مالها، وتختص في إنتاج قطع الخزف الصحي الموجهة للبيع والاستعمال، كما أنها تحتل المرتبة الأولى من حيث الجودة والتنوع على المستوى الوطني مقارنة مع الوحدات الأخرى التابعة لوزارة الصناعة والمناجم، كوحدة الغزوات، تنس، وحدة الشلف. تحوز المؤسسة على شهادة الجودة العالمية ISO بطاقة إنتاجية قدرت بـ 6000 طن سنويا. نظرا لصعوبة الوصول إلى جميع مفردات المجتمع فقد وقع الاختيار على عينة من 100 عامل بصفة عشوائية، تم استرجاع 72 استمارة،

استبعد منها 7 استثمارات غير قابلة للتحليل، ليصبح العدد الإجمالي للاستثمارات الفعلية الصالحة للدراسة 65 استمارة.

III-2- منهج الدراسة :

لجمع البيانات المتعلقة بدراسة العلاقة بين عمليات إدارة المعرفة وإبداع المنتج في المؤسسة محل الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، والمقالات العلمية لإثراء الجانب النظري للدراسة، أما فيما يخص الجانب التطبيقي فقد تم إجراء دراسة ميدانية على الإطارات والعاملين بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية.

III-3- أداة الدراسة :

للتعرف على العلاقة الموجودة بين عمليات إدارة المعرفة وإبداع المنتج في المؤسسة محل الدراسة، تم تطوير استبيان بالاعتماد على دراسات سابقة تطرقت لنفس متغيرات الدراسة، بحيث تم تقسيم الاستبيان إلى ثلاثة محاور. تضمن المحور الأول البيانات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة من حيث الجنس والسن والمؤهل العلمي، والصنف الوظيفي وسنوات العمل، أما المحور الثاني فهو خاص بعبارات عمليات إدارة المعرفة المتمثلة في (تشخيص المعرفة، توليد واكتساب المعرفة، تخزين المعرفة، نقل المعرفة وتطبيق المعرفة)، أما المحور الثالث فخصص لعبارات المتغير التابع المتمثل في إبداع المنتج.

III-4- أساليب المعالجة الإحصائية :

من أجل تحليل البيانات المتحصل عليها من أفراد عينة الدراسة ومعالجتها تمت الاستعانة ببعض الأساليب الإحصائية باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS V25). وذلك من أجل التأكد من جودة بيانات الدراسة، ومعرفة طبيعة توزيع متغيرات الدراسة، ثم اختبار صحة فرضيات الدراسة، وتمثل هذه الأساليب في (المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الثبات ألفا كرونباخ، معامل الارتباط بيرسون، معامل الالتواء والتفرطح، اختبار t-test للعينة الواحدة).

كما تجدر الإشارة إلى أنه تم الاعتماد في الاستبيان على الشكل المغلق في الإجابة، والذي يحدد الخيارات المحتملة لكل عبارة من أجل التحكم أكثر في عملية تفرغ الإجابات، وذلك وفقا لسلم ليكرت الذي يستخدم لمعرفة اتجاهات وآراء ومواقف الأشخاص، ويقدم بيانات دقيقة وذات موثوقية عالية، مما يسهل عملية الحصول على هذه البيانات من خلال مقياس ليكرت الخماسي، كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول (01): مقياس Likert الخماسي

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (Al-Theabat, 2016, p. 30)

كما تم تحديد فئات مقياس ليكرت الخماسي ودلالاتها وفقا لمقياس ليكرت في الجدول التالي:

الجدول (02): فئات ودرجات مقياس ليكرت الخماسي ودلالاتها

الفئة	مجال الفئات	الدرجات	الأوزان	دلالة الفئات
01	من 01 إلى أقل من 1.80	غير موافق بشدة	01	منخفضة جدا
02	من 1.80 إلى أقل من 2.60	غير موافق	02	منخفضة
03	من 2.60 إلى أقل من 3.40	محايد	03	متوسطة

04	من 3.40 إلى أقل من 4.20	موافق	04	مرتفعة
05	من 4.20 إلى أقل من 05	موافق بشدة	05	مرتفعة جدا

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على مقياس Likert الخماسي

IV - النتائج ومناقشتها :

سيتم في هذا الجزء اختبار كل من صدق وثبات أداة الدراسة، ثم التعرف على طبيعة توزيع متغيرات الدراسة من أجل التحقق من جودة البيانات التي تم جمعها في المؤسسة محل الدراسة، إضافة إلى اختبار صحة فرضيات الدراسة وتفسير ما تم التوصل إليه في النتائج.

1-IV-1- اختبار صدق أداة الدراسة :

يعتبر الصدق من بين أهم الطرق لتقييم صلاحية أداة الدراسة، ويشير إلى المدى الذي يقيس به الاختبار ما يقصد قياسه، ويتم هذا الاختبار إما ظاهري أو بنائي وفقا لما يلي:

1-1-IV-1- الصدق الظاهري : للتأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة تم عرضها على مجموعة من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس من ذوي الاختصاص، وبعد الأخذ بأرائهم وملاحظاتهم تم إجراء التعديلات اللازمة حسب المقترحات المقدمة، ثم تم توزيع الاستبيان على أفراد عينة الدراسة.

1-1-IV-2- الصدق البنائي : للتأكد من الصدق البنائي لأداة الدراسة الذي يقيس مدى الاتساق الداخلي، ومعرفة مدى وجود التجانس الداخلي قمنا بالاعتماد على اختبار معامل الارتباط "بيرسون Pearson" بين كل عبارة والبعد الذي تنتهي إليه، حيث إذا كانت قيمة معامل بيرسون تساوي الصفر فإنه لا يوجد أي ارتباط، أما إذا اقتربت قيمته من الواحد الصحيح، فهذا يدل على أنه هناك ارتباط مرتفع وقوي. (Alsaffar, 2012, p. 2077)

وبعد حساب قيم معامل بيرسون لكل عبارة من عبارات الاستبيان مع البعد الذي تنتهي إليه يتضح أن مستوى الدلالة ($Sig = 0.000 < 0.01$)، بمعنى أنه أقل تماما من 0.01، وعليه فهناك ارتباط بين كل عبارة مع متوسط مجموع العبارات المكونة لكل متغير، كما أن معامل ارتباط كل عبارة بالنسبة لمتوسط مجموع العبارات المشكلة لكل متغير محصورة بين (0.548 و 0.877) وهي بذلك أكبر من 0.5، وهذا يدل على وجود ارتباط موجب وقوي بين كل عبارة ومتوسط مجموع العبارات، وبهذا يتحقق صدق أداة الدراسة.

IV-2- اختبار ثبات أداة الدراسة

يعتبر معامل الثبات ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach's) من بين أهم الاختبارات التي يعتمد عليها كمؤشر للتأكد من جودة أداة الدراسة ومعرفة الاتساق الداخلي بين عبارات الاستبيان والتحقق من مدى جودتها، حيث يشير (Deniz & Alsaffar, 2013, p. 499) إلى أن الثبات يعتبر مقبولا وذو موثوقية عالية إذا كانت قيمته أكبر من 0,7. والجدول الموالي يوضح نتائج "ألفا كرونباخ" للمتغيرين المستقل والتابع:

الجدول (03): معامل الثبات "ألفا كرونباخ" للمتغيرين التابع والمستقل

متغيرات الدراسة	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الأول: عمليات إدارة المعرفة	20	0,824
البعد الأول: تشخيص المعرفة	4	0,707
البعد الثاني: توليد واكتساب المعرفة	4	0,713

0,718	4	البعد الثالث: تخزين المعرفة
0,764	4	البعد الرابع: نقل المعرفة
0,826	4	البعد الخامس: تطبيق المعرفة
0,790	8	المحور الثاني: إبداع المنتج

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال نتائج الجدول السابق نلاحظ أن قيم معامل الثبات "ألفا كرونباخ" بالنسبة لكل متغيرات الدراسة تتراوح بين (0.707 و 0.826)، بدرجات عالية من الموثوقية وهو أكبر من 0,7، إذن فشرط ثبات أداة الدراسة (الاستبيان) محقق، مما يدل على جودة بيانات الدراسة.

3-IV- اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة :

لدراسة طبيعة توزيع متغيرات الدراسة تم الاعتماد على معامل الالتواء Asymétrie ومعامل التفرطح Kurtosis، ولمعرفة أن متغيرات الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي يجب التأكد من أن معامل الالتواء أقل من القيمة 2، ومعامل التفرطح أقل من القيمة 7 عندها يمكننا القول بأن متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، (Ewan & Khairani, 2020, p. 692) والنتائج المتحصل عليها موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (04): معاملي الالتواء والتفرطح

معامل التفرطح	معامل الالتواء	المتغيرات
- 0,151	0,411	المحور الأول: عمليات إدارة المعرفة
4,102	0,607	تشخيص المعرفة
4,161	- 0,468	توليد واكتساب المعرفة
- 0,143	- 0,426	تخزين المعرفة
- 0,309	- 0,354	نقل المعرفة
0,567	- 0,419	تطبيق المعرفة
2,193	- 0,624	المحور الثاني: إبداع المنتج

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) أن قيم معامل الالتواء لجميع المتغيرات محصورة بين (-0.354 و 0.607) وهي أقل من القيمة 2، بينما قيم معامل التفرطح محصورة بين (-0.143 و 2.193) وهي أقل من 7، وعليه يمكن القول بأن متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، وهذا يعني أن الأثر الذي يظهر يكون ناتج عن أثر المتغيرات المستقلة، ويسمح بإكمال الدراسة واختبار مدى صحة الفرضيات باستخدام الاختبارات المعلمية.

IV-4- تحليل معامل تضخم التباين والتباين المسموح :

يتم اعتماد مؤشري معامل تضخم التباين (VIF) والتباين المسموح (Tolerance) للتأكد من أن متغيرات الدراسة المستقلة غير مرتبطة فيما بينها، بحيث يشير العديد من الباحثين أن مشكلة وجود ارتباط بين المتغيرات المستقلة لا تظهر إلا إذا كان (VIF < 10) أي أصغر من 10، والتباين المسموح (Tolerance > 0,1) أي أكبر من 0.1 بالنسبة لجميع المتغيرات المستقلة في الدراسة (بوقريط و شرفي، 2022، صفحة 18). والنتائج التي تم الحصول عليها موضحة في الجدول التالي:

الجدول (05): معامل تضخم التباين والتباين المسموح

المتغيرات	معامل تضخم التباين (VIF)	التباين المسموح (Tolerance)
تشخيص المعرفة	1.143	0.875
توليد وإكتساب المعرفة	1.106	0.904
تخزين المعرفة	1.357	0.737
نقل المعرفة	1.726	0.579
تطبيق المعرفة	1.837	0.544

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال النتائج التي تم الحصول عليها في الجدول رقم (05) نلاحظ أن قيم معامل تضخم التباين (VIF) لجميع المتغيرات المستقلة كانت محصورة بين (1.106 و 1.837) وهذه القيم أصغر من 10، كما أن قيم التباين المسموح محصورة بين (0.544 و 0.904) وهي أكبر من 0.1، وبالتالي يمكننا القول بأنه لا يوجد ارتباط بين المتغيرات المستقلة، وأنها صالحة لاختبار فرضيات الدراسة.

V- التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة واختبار الفرضيات :

يتم فيما يلي تحليل خصائص عينة الدراسة، وتحليل متغيرات الدراسة واختبار صحة فرضيات الدراسة بالاعتماد على مقاييس النزعة المركزية ومقاييس التشتت، ومن تم تقديم تفسير للنتائج المتوصل إليها:

V-1- تحليل البيانات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة :

يمكن تبيان الخصائص الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة، والمتمثلة في كل من: الجنس، العمر، الصنف الوظيفي، والمؤهل العلمي، إضافة إلى سنوات العمل، من خلال الجدول رقم (06) كم يلي:

الجدول (06): توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية

النسبة المئوية %	العدد	البيانات الشخصية	
67,7	44	ذكر	الجنس
32,3	21	أنثى	
16,9	11	أقل من 30 سنة	العمر
40	26	من 30 إلى أقل من 40 سنة	
35,4	23	من 40 إلى أقل من 50 سنة	
7,7	5	50 سنة فأكثر	
30,8	20	إطار	الصنف الوظيفي
52,3	34	عون تحكم	
16,9	11	عون تنفيذ	
12,3	8	البكالوريا أو أقل	المؤهل العلمي
26,2	17	تقني سامي	
21,5	14	ليسانس	
15,4	10	ماستر	
20	13	مهندس	
1,5	1	ماجستير	

3,1	2	دكتوراه	سنوات العمل
16,9	11	أقل من 5 سنوات	
40	26	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	
27,7	18	من 10 إلى أقل من 15 سنة	
15,4	10	15 سنة فأكثر	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة أغلبهم ذكور إذ بلغت نسبتهم 67.7 % حين بلغت نسبة الإناث 32.3 %، وهذا راجع لنوعية الأعمال التي يتم ممارستها في المؤسسة والتي تتطلب استعمال الجهد العضلي بشكل كبير، كما نلاحظ أن أغلبية عمال عينة الدراسة كانت أعمارهم تنتهي للفئة من 30 إلى أقل من 40 سنة بنسبة بلغت 40 %، أما الذين تنتهي أعمارهم للفئة من 40 إلى أقل من 50 سنة كانت نسبتهم 35.4 %، في حين بلغت نسبة العمال الذين تقل أعمارهم عن 30 سنة بنسبة 16.9 %، أما العمال الذين أعمارهم 50 سنة فأكثر فكانت نسبتهم 7.7 %، أما فيما يخص الصنف الوظيفي لأفراد عينة الدراسة فكان أغلبية العمال من أعوان التحكم بنسبة قدرت بـ 52.3 %، يليها مباشرة الإطارات في المؤسسة بنسبة قدرت بـ 30.8 %، ثم جاءت في الأخير فئة أعوان التنفيذ بنسبة بلغت 16.9 %، وهذا يدل على أن المؤسسة تركز بشكل كبير على الإطارات لما لها من دور فعال في التوجيه والتسيير أثناء العملية الانتاجية، إضافة إلى أعوان التحكم الذين يتركزون على رأس هذه العمليات الانتاجية والذين أغلبيتهم متمثلين في المهندسين والتقنيين، أما فيما يخص المؤهل العلمي فنجد أن أغلب أفراد العينة متحصلون على شهادة تقني سامي بنسبة قدرت بـ 26.2 %، تليها بعد ذلك مباشرة نسبة 21.5 % من أفراد العينة لديهم شهادة ليسانس، كما نلاحظ أن فئة الأفراد المهندسين في الشركة بلغت نسبتهم 20 %، أما الحاملين لشهادة الماستر فكانت نسبتهم 15.4 %، ثم تليها نسبة 12.3 % من أفراد العينة لديهم مستوى تعليمي بكالوريا أو أقل، أما فئة الأفراد الحاملين لشهادة الدكتوراه فكانت بنسبة 3.1 %، وفي الأخير كان الأفراد الحاملين لشهادة الماجستير بنسبة بلغت 1.5 %، وبالتالي فإنه يمكن تفسير هذه النتائج بأن المؤسسة تزخر بكفاءات ذات شهادات دراسية عالية كون المناصب التي يشغلونها تتطلب المهارات من أجل التحكم في مختلف الأنشطة والعمليات، وهو ما يعكس اهتمام المؤسسة بجلب الكفاءات الجديدة، فالمؤسسة محل الدراسة تزخر بالقامات العلمية والمعرفية وأغلبية عمالها لديهم مستوى جامعي، وبالحدث عن سنوات العمل فنلاحظ أن ما نسبته 40 % من عمال المؤسسة تراوحت خبرتهم من 5 إلى أقل من 10 سنوات، و27.7 % من العمال تراوحت سنوات عملهم بالمؤسسة من 10 إلى أقل من 15 سنة، تليها نسبة 16.9 % للأفراد الذين تقل خبرتهم عن 5 سنوات، أما الأفراد الذين لديهم عدد سنوات الخبرة 15 سنة فأكثر قدرت نسبتهم بـ 15.4 %، ويمكن تفسير هذا بأن أغلب العاملين بالمؤسسة لهم سنوات خبرة أقل من 10 سنوات وهذه من السياسات التي تتبعها المؤسسة في التوظيف والتي تعتمد بشكل كبير على فئة الشباب لخلق روح تنظيمية جديدة للمؤسسة ودعمها بالعاملين ذوي المعرفة والتجربة في المؤسسة، وبالتالي فإن هذه الأخيرة تتبع سياسة جيدة مع العاملين.

2-V- التحليل الوصفي لأبعاد عمليات إدارة المعرفة :

لتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول أبعاد عمليات إدارة المعرفة، تم الاعتماد على كل من المتوسط الحسابي باعتباره أحد أهم مؤشرات مقاييس النزعة المركزية، وكذا الانحراف المعياري الذي يعد هو الآخر من أهم مؤشرات مقاييس التشتت، والنتائج المتحصل عليها موضحة في الجدول الموالي:

الجدول (07): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعمليات إدارة المعرفة

أبعاد المتغير المستقل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	درجة الموافقة
تشخيص المعرفة	3,926	0,282	1	مرتفعة
توليد واكتساب المعرفة	3,826	0,330	2	مرتفعة
تخزين المعرفة	3,611	0,498	4	مرتفعة
نقل المعرفة	3,534	0,577	5	مرتفعة
تطبيق المعرفة	3,642	0,658	3	مرتفعة
عمليات إدارة المعرفة	3,708	0,312		مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

يتضح من الجدول رقم (07) أن المتوسط الحسابي لأبعاد عمليات إدارة المعرفة بالمؤسسة محل الدراسة كانت بدرجات موافقة مرتفعة، حيث كان من حيث الترتيب والأهمية النسبية بعد تشخيص المعرفة في المرتبة الأولى بدرجة موافقة مرتفعة وبمتوسط حسابي قدره 3.926 وهو ينتمي إلى المجال (من 3.40 إلى أقل من 4.20) ضمن الفئة الرابعة في سلم Likert الخماسي، وانحراف معياري بلغ 0.282، كما يليه بعد توليد واكتساب المعرفة بمتوسط حسابي بلغ 3.826 وانحراف معياري قدره 0.330، كما جاء من حيث الأهمية بعد تطبيق المعرفة في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ 3.642 وانحراف معياري بلغ 0.658، أما بعد تخزين المعرفة فكان ضمن المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قدره 3.611 وانحراف معياري بلغ 0.498، أما فيما يخص بعد نقل المعرفة فقد كان في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره 3.534 وانحراف معياري بلغ 0.577. ومن خلال هذه النتائج المتوصل إليها يتبين أن أفراد عينة الدراسة يؤكدون على وجود درجة موافقة مرتفعة لأبعاد المتغير المستقل المتمثل في عمليات إدارة المعرفة، من خلال قيم كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، كما تشير النتائج إلى أن المؤسسة تشجع على تشخيص معارفها للأفراد العاملين لديها وتعمل على خلق بيئة لتوليد المعارف وتخزينها لتسهيل الوصول إليها من أجل تطبيقها عند الحاجة، ونقلها بسهولة بين وحداتها التنظيمية.

3-V- اختبار الفرضية الأولى :

يتم فيما يلي اختبار الفرضية الأولى التي تنص على أنه: " لا يوجد هناك مؤشرات تدل على ممارسة عمليات إدارة المعرفة بمؤسسة الخزف الصحي بالمليية"، وذلك من خلال حساب اختبار T لعينة الواحدة (One sample t-test)، والنتائج المتحصل عليها موضحة في الجدول التالي:

الجدول (08): نتائج اختبار T-test للفرضية الأولى

المتغير المستقل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة
عمليات إدارة المعرفة	3,708	0,312	18,296	1,660	0,05	0,000

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) أن المتوسط الحسابي لمتغير عمليات إدارة المعرفة قد بلغ 3,708 والذي يقع ضمن الفئة الرابعة في سلم Likert الخماسي، وبانحراف معياري قدره 0,312 مما يدل على وجود درجة موافقة مرتفعة من طرف أفراد عينة الدراسة، كما أن قيمة T المحسوبة تساوي 18,296 وهي أكبر من قيمة T الجدولية، ويتبين كذلك بأن مستوى الدلالة (sig= 0,000) وهو أقل من مستوى المعنوية 0,05، وعليه

يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على أنه: يوجد مؤشرات تدل على ممارسة عمليات إدارة المعرفة بمؤسسة الخزف الصحي بالمليية.

4-4- اختبار الفرضية الثانية :

من أجل التأكد من صحة الفرضية الثانية التي تنص على أنه: " لا يوجد هناك مؤشرات تدل على أن مستوى إبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالمليية مرتفع "، قمنا بحساب اختبار T للعينه الواحدة (One sample t-test) لمتغير إبداع المنتج، والنتائج المتحصل عليها موضحة في الجدول التالي:

الجدول (09): نتائج اختبار T-test لمتغير إبداع المنتج

المتغير التابع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة
إبداع المنتج	3,923	0,427	17,399	1,660	0,05	0,000

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال الجدول رقم (09) نلاحظ أن المتوسط الحسابي للمتغير التابع (إبداع المنتج) قد بلغ 3,923 والذي يقع ضمن الفئة الرابعة في سلم Likert الخماسي، وانحراف معياري قدر بـ 0,427، مما يدل على درجة موافقة مرتفعة لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات المحور الثاني المتعلق بإبداع المنتج، كما يتضح أنه هناك اتساق مقبول في حكم أفراد العينة حول إبداع المنتج، حيث أن معدل الانحراف المعياري لم يتجاوز الواحد الصحيح، وتشير النتائج كذلك إلى أن قيمة T المحسوبة قدرت بـ 17,399 وهي أكبر من قيمة T الجدولية التي تساوي 1,660، كما أن قيمة مستوى الدلالة (sig= 0,000) وهو أقل تماما من مستوى المعنوية 0,05، وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على أن: مستوى إبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالمليية مرتفع.

5-5- اختبار الفرضية الثالثة :

لاختبار الفرضية الثالثة التي تنص على أنه: لا توجد علاقة ارتباطية معنوية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha= 0,05$) بين عمليات إدارة المعرفة وإبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالمليية. تم الاعتماد نتائج اختبار "معامل الارتباط بيرسون" لعمليات إدارة المعرفة وأبعادها مع إبداع المنتج، وذلك استنادا على قاعدة القرار التي تنص على ما يلي: (بوطالب و بوقريط، 2022، صفحة 409)

- إذا كان مستوى الدلالة sig أقل من 0,05 نقبل الفرضية البديلة ونرفض الفرضية الصفرية؛
- إذا كان مستوى الدلالة sig أكبر من 0,05 نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة؛

الجدول (10): نتائج اختبار "بيرسون" للمتغير المستقل وأبعاده مع المتغير التابع

المتغير التابع	إبداع المنتج	
	معامل الارتباط	مستوى الدلالة sig
تشخيص المعرفة	0,318	0,010
توليد واكتساب المعرفة	0,444	0,000
تخزين المعرفة	0,702	0,000
نقل المعرفة	0,750	0,000

مقبولة	0,000	0,823	تطبيق المعرفة
مقبولة	0,001	0,407	عمليات إدارة المعرفة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V25

من خلال النتائج المتوصل إليها في الجدول رقم (10) يتضح لنا أن قيمة مستوى الدلالة sig بين المتغير المستقل المتمثل في عمليات إدارة المعرفة والمتغير التابع (إبداع المنتج) قدر بـ 0,001 أي (sig= 0,001) وهو أقل من مستوى المعنوية (Sig = 0.001 < 0.05) وبالتالي واستنادا على قاعدة القرار التي تدل على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، والتي تنص على أنه: "توجد علاقة ارتباطية معنوية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha=0,05$) بين عمليات إدارة المعرفة وإبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالمليية".

أما فيما يخص العلاقة بين أبعاد المتغير المستقل وإبداع المنتج، فيمكن توضيحها كما يلي:

- قيمة مستوى الدلالة بين عملية تشخيص المعرفة وإبداع المنتج بلغت (sig= 0,010) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha=0,05$)، مما يدل على وجود علاقة إيجابية بين هذه العملية والمتغير التابع (إبداع المنتج)، وبالتالي وتأسيسا على قاعدة القرار فإن الفرضية البديلة مقبولة، والتي تنص على أنه: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha=0,05$) لعملية تشخيص المعرفة في دعم إبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالمليية؛

- بلغت قيمة مستوى الدلالة (sig= 0,000) بين عملية توليد واكتساب المعرفة وإبداع المنتج، وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha=0,05$)، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية بين عملية توليد واكتساب المعرفة وإبداع المنتج في المؤسسة محل الدراسة، وبالتالي وتأسيسا على قاعدة القرار فإن الفرضية البديلة مقبولة، والتي تنص على أنه: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha=0,05$) لعملية توليد واكتساب المعرفة في دعم إبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالمليية"

- قيمة مستوى الدلالة بين عملية تخزين المعرفة وإبداع المنتج بلغت (sig= 0,000) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha=0,05$)، مما يدل على وجود علاقة إيجابية بين بعد عملية التخزين ومحور إبداع المنتج، وتأسيسا على قاعدة القرار فإن الفرضية البديلة مقبولة، والتي تنص على أنه: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha=0,05$) لعملية تخزين المعرفة في دعم إبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالمليية"

- قيمة مستوى الدلالة بين بعد عملية نقل المعرفة وإبداع المنتج بلغت (sig= 0,000) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha=0,05$)، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية بين عملية نقل المعرفة وإبداع المنتج في المؤسسة، وبذلك وتأسيسا على قاعدة القرار فإن الفرضية البديلة مقبولة، والتي تنص على أنه: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha=0,05$) لعملية نقل المعرفة في دعم إبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالمليية"

- قيمة مستوى الدلالة بين عملية تطبيق المعرفة وإبداع المنتج بلغت (sig= 0,000) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha=0,05$)، مما يدل على وجود علاقة ارتباطية موجبة بين هذه العملية ومحور إبداع المنتج في المؤسسة محل الدراسة، وبالتالي وتأسيسا على قاعدة القرار فإن الفرضية البديلة مقبولة، والتي تنص

على أنه: "توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha = 0,05$) لعملية تطبيق المعرفة في دعم إبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية"

6-7- تفسير نتائج الدراسة :

- يمكن تفسير النتائج المتوصل إليها بعد إجراء هذه الدراسة في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية، كما يلي:
- توصلت الدراسة إلى أن ممارسة عمليات إدارة المعرفة بالمؤسسة محل الدراسة كانت مرتفعة، حيث كانت قيمة المتوسط الحسابي تقع ضمن درجة الموافقة المرتفعة حسب مقياس ليكرت الخماسي وقدرت بـ 3.708 ، ويمكن أن نفسر ذلك بأن العمال في المؤسسة يعتمدون على معارفهم لخلق بيئة محفزة للعمل وتبادل خبراتهم ومعرفهم فيما يخدم مصالح المؤسسة، كما أن المؤسسة تعمل على تشجيع العاملين لديها بنشر المعارف ومعالجتها من خلال الحوار واللقاءات المباشرة وعقد ورشات عمل كذلك لخلق معارف جديدة، كما أنها تعمل على تسهيل عملية تبادل المعارف الموجودة لديهم، وتحفز عمالها من خلال توفير الأدوات اللازمة كالانترنت والمسندات للاحتفاظ بمعرفهم؛
 - مستوى إبداع المنتج في المؤسسة محل الدراسة كان مرتفع، وذلك استنادا لقيمة المتوسط الحسابي الذي قدر بـ 3.923 ، وبالتالي يمكن تفسير نتيجة هذا المحور بأن العاملين في المؤسسة لديهم مهارات عالية في إنجاز الأعمال الموكلة إليهم، إضافة إلى قدرتهم على الاستخدام الأمثل للتكنولوجيات المتطورة والمتاحة من أجل تسهيل عملية تقديم وتحسين المنتجات، كما أن العاملين يعملون في بيئة تشجع على طرح أفكار جديدة لتحسين المنتجات الموجودة لديها بحيث تتماشى مع متطلبات السوق، إضافة إلى أن المؤسسة تعمل على منحهم الحوافز سواء كانت مادية أو معنوية من أجل التجديد والتحسين في المنتج، وحماية منتجاتهم بواسطة مثلا: براءات الاختراع أو حقوق الملكية؛
 - هناك علاقة إرتباطية موجبة بين عمليات إدارة المعرفة وإبداع المنتج في المؤسسة محل الدراسة، وقد شمل ذلك جميع أبعاد محور عمليات إدارة المعرفة. حيث أن هذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة كل من (Kor and Maden, 2013) ودراسة (Waribugo and Wilsons and Ekonetim, 2016) ودراسة (Massoudi and Birdawod, 2023)، وبالتالي يمكن تفسير ذلك بأن المؤسسة محل الدراسة تشجع العاملين لديها على إنتاج أفكار جديدة وتحديد الاحتياجات اللازمة وإتخاذ مواقف حول معالجة الأفكار المطروحة وإيجاد حلول مناسبة لتوثيق المعارف المتاحة والمحافظة عليها، كما يمتلك العاملون القدرة على التفكير والإبداع والمشاركة في تقديم منتجات تنافسية من حيث جودتها، ووضع الأهداف واتخاذ القرارات الملائمة بشأن المنتجات الجديدة المطلوبة في الأسواق الحالية.

VI- الخاتمة :

في ظل التقدم المتسارع والتنافس الشديد في بيئة الأعمال الحالية وتغير أذواق المستهلكين وتعدد حاجاتهم وسعي المؤسسات إلى التفوق والنمو والتميز، إتضح وأزدادت أهمية إدارة المعرفة في البيئة المعاصر كونها الأداة الفاعلة لإستثمار الموارد المعرفية من خلال تحديد المعرفة الضرورية وتخزين المتوافر منها ونقلها والمشاركة بها وتطبيقها لإنتاج معارف جديدة، وتحقيق الإبداع الذي يعد من أهم العوامل التي تساعد على الوصول إلى الأهداف المسطرة وتحسين المنتجات القائمة أو تقديم منتجات جديدة، وضمان الاستمرارية والربحية، ومن خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها لإختبار العلاقة الارتباطية بين عمليات إدارة المعرفة

وإبداع المنتج في إحدى المؤسسات الوطنية المتمثلة في شركة الخزف الصحي بالميلية. توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، تم على أساسها صياغة بعض الاقتراحات للمؤسسة محل الدراسة.

VI. 1- النتائج :

- درجة ممارسة عمليات إدارة المعرفة مرتفعة لدى الاطارات والعاملين بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية؛
- يوجد مستوى مرتفع لإبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية ولاية جيجل؛
- توجد علاقة ارتباطية معنوية عند مستوى الدلالة الاحصائية ($\alpha=0,05$) لعمليات إدارة المعرفة في دعم إبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية؛
- توجد علاقة ارتباطية معنوية عند مستوى الدلالة الاحصائية ($\alpha=0,05$) لعملية تشخيص المعرفة في دعم إبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية؛
- توجد علاقة ارتباطية معنوية عند مستوى الدلالة الاحصائية ($\alpha=0,05$) لعملية توليد واكتساب المعرفة في دعم إبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية؛
- توجد علاقة ارتباطية معنوية عند مستوى الدلالة الاحصائية ($\alpha=0,05$) لعملية تخزين المعرفة في دعم إبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية؛
- توجد علاقة ارتباطية معنوية عند مستوى الدلالة الاحصائية ($\alpha=0,05$) لعملية نقل المعرفة في دعم إبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية؛
- توجد علاقة ارتباطية معنوية عند مستوى الدلالة الاحصائية ($\alpha=0,05$) لعملية تطبيق المعرفة في دعم إبداع المنتج بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية.

VI. 2- الإقتراحات :

- من خلال ما تم التوصل إليه من نتائج نقدم الإقتراحات التالية:
- ضرورة تنمية وزيادة الوعي المعرفي للعاملين وتشجيعهم على تقاسم معارفهم والمشاركة في صنع القرارات المتعلقة بعملهم من خلال العمل الجماعي والحوار والمبادرة والثقة المتاحة؛
 - على المؤسسة تبني الأساليب الحديثة في بناء القدرات الإبداعية للعاملين بهدف الاستفادة من معارفهم الكامنة؛
 - تنمية روح التعاون والمشاركة في المعرفة بين العاملين وتجديد معارفهم باستعمال أساليب العصف الذهني لتوليد أكبر قدر من المعارف الفردية والجماعية؛
 - على المؤسسة توجيه ودعم مواردها البشرية المبدعة من خلال منحهم المكفاءات والحوافز المادية منها والمعنوية؛
 - ضرورة توفير مناخ ملائم للإبداع ووضع ميزانية خاصة بالبحث والتطوير والإستثمار في الأفكار الإبداعية من أجل تقديم منتجات جديدة من جهة، وتحقيق التميز في المنتجات القائمة من جهة أخرى؛
 - عقد دورات علمية مكثفة من ورشات عمل وندوات، ومحاضرات، وأيام دراسية، من شأنها تساهم في زيادة الرصيد المعرفي للإطارات والعاملين في المؤسسة واكتساب معارف جديدة ومواكبة التطورات الحاصلة في البيئة المحيطة.

VI. 3- أفاق البحث :

بعد عرض النتائج المتوصل إليها في الدراسة وتقديم اقتراحات للمؤسسة محل الدراسة، وبحكم اتساع موضوع الدراسة، يمكن إثراء الموضوع من عدة جوانب أخرى، نذكر منها:

- إدارة المعرفة وعلاقتها بإبداع العمليات في المؤسسة؛
- أثر إبداع المنتج على الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية؛
- دور عمليات إدارة المعرفة في تعزيز إبداع المؤسسات؛

VI- الإحالات والمراجع :

- Alsaffar, A. (2012). Validation of a general nutrition knowledge questionnaire in a Turkish student sample. *Public Health Nutrition*, 15(11), 2074–2085.
- Al-Theabat , B. (2016). *The Impact of Knowledge Creation on Organizational Innovation at Jordanian Medicine Industry. Information and Knowledge Management*, 6(10), 26-34.
- Houhou, M., & Lachachi, A. (2012). *Le management des connaissances comme une nouvelle approche du management des ressources humaines : cas d'Algérie Télécom. Etudes économiques*, 6(2), 385-402.
- Dalkir, K. (2005). *Knowledge Management in Theory and Practice. Linacre House, Jordan Hill, Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.*
- Deniz, M., & Alsaffar, A. (2013). Assessing the Validity and Reliability of a Questionnaire on Dietary Fibre-related Knowledge in a Turkish Student Population. *journal of health population and nutrition*, 31(4), 497-503.
- Ewan , M. M., & Khairani, A. Z. (2020). *The Pattern of Skewness and Kurtosis Using Mean Score and Logit in Measuring Adversity Quotient (AQ) For Normality Testing. International Journal of Future Generation Communication and Networking*, 13(1), 688-702.
- Ghulam , M. S., Rakhshan , U., M Khyzer , B., Shahzadi, Q., & Mirza, F. (2021). *The Impact Of Knowledge Management Practices On Employee's Performance In Banking Sector Of Pakistan. Multicultural Education*, 7(8).
- Hanaysha, J., Hilman, H., & Abdul-Ghani, N. (2014). *Direct and Indirect Effects of Product Innovation and Product Quality on Brand Image: Empirical Evidence from Automotive Industry. International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(11).
- Kianto, A., Shujahat, M., Hussain , S., Nawaz, F., & Ali, M. (2019). *The impact of knowledge management on knowledge worker productivity. Baltic Journal of Management*, 14(2), 178-197.
- Kör, B., & Maden, C. (2013). *The Relationship between Knowledge Management and Innovation in Turkish Service and High-Tech Firms. International Journal of Business and Social Science*, 4(4), 293-304.
- Kotwal, S. (2021). *KNOWLEDGE MANAGEMENT: REVISITING THE PANDORA BOX. IJEMR*, 11(5). Retrieved from www.ijemr.in
- Massoudi, A., & Birdawod, H. (2023). *Applying Knowledge Management Processes to Improve Institutional Performance. Cihan University-Erbil Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(1), 1-10.

- OCDE. (2005). *Manuel d'OSLO-Principes directeurs proposes pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation technologique*. Paris.
- Omotayo, F. O. (2015). *Knowledge Management as an important tool in Organisational Management: A Review of Literature*. *Library Philosophy and Practice* (e-journal), 1238. Retrieved from <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1238>
- Plessis, M. (2007). *The role of knowledge management in innovation*. *JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT*, 11(4), 20-29. doi:DOI 10.1108/13673270710762684
- Ragaa, H., & Korichi, M. S. (2021). *Knowledge Management processes and their impact on firm's Performance - Field study in Sonelgaz company –Unit of DJELFA* -. *Economic and Management Research Journal*, 15(2), 99-117.
- Reguia, C. (2014). *Product Innovation and The Competitive Advantage* . *European Scientific Journal*, 1.
- Sawasn , A.-H., & Elbeltagi, I. (2015). *Knowledge Sharing Practices as a Basis of Product Innovation: A Case of Higher Education in Iraq*. *International Journal of Social Science and Humanity*, 5(2).
- Sener, S., & Saridoğan, E. (2011). *The Effects Of Science-Technology-Innovation On Competitiveness And Economic Growth*. *procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 815-828.
- Szymczak, M. (2022). *GESTION DES CONNAISSANCES DANS LES CHAÎNES LOGISTIQUES INTERNATIONALES*. *REVUE INTERNATIONALE DES ECONOMISTES DE LANGUE FRANÇAISE*, 7(1).
- tahar , N. (2020). *the Role of Information and Communication Technology (ICT) in Knowledge Management (KM) - Case Study : "ECDE"*. *Economic studies Journal*, 18(2), 246-258.
- WARIBUGO, S., WILSON, O., & EKOM ETIM, A. (2016). *The Impact of Knowledge Management on Product Innovation of Manufacturing Firms in Nigeria*. *Information and Knowledge Management*, 6(6), 78-87.
- Zizlavsky, O. (2013). *Past, Present and Future of the Innovation Process*. *international journal of engineering business management*, 5(47).
- جهيد بوطالب، و فاروق بوقريط. (2022). علاقة القيادة الاستراتيجية بدعم سلوك التشارك المعرفي لعضو هيئة التدريس. *مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال*، 5(1)، 395-414.
- فاروق بوقريط، و منصف شرفي. (2022). أثر إدارة المعرفة على القدرات الإبداعية للعاملين: دراسة ميدانية بالشركة الإفريقية للزجاج بجيجل. *مجلة إقتصاد المال والأعمال*، 6(4)، 27-4.