



## تأثير قدرات الاستشراف الاستراتيجي في الابداع الاخضر دراسة استطلاعية للشركة العامة للمنتوجات الغذائية

الباحث/ اسماء حبيب نعمت  
جامعة بغداد / كلية الادارة والاقتصاد  
asmaahb91@gmail.com

أ.م. د. سناء عبد الرحيم  
جامعة بغداد / كلية الادارة والاقتصاد  
sanaaubadi@gmail.com

Received:26/7/2020

Accepted :23/8/2020

Published : January / 2021

هذا العمل مرخص تحت اتفاقية المشاع الابداعي نسب المُصنّف - غير تجاري - الترخيص العمومي الدولي 4.0

[Attribution-NonCommercial 4.0 International \(CC BY-NC 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

### مستخلص البحث

حظيت متغيرات البحث الحالي في الفترة الأخيرة باهتمام متزايد لكونها من الموضوعات المهمة و المؤثرة على مستقبل المنظمات, نتيجة سرعة المتغيرات البيئية التي أثرت بصورة كبيرة على المنظمات ولغرض تفسير العلاقات والروابط بين متغيرات البحث, إذ يطرح هذا البحث اختبار "نوع واتجاه العلاقة بين قدرات الاستشراف الاستراتيجي كمتغير مستقل والابداع الاخضر" كمتغير مستجيب. وتبلورت مجموعة من التساؤلات حول مشكلة البحث الاساسية منها ما هي طبيعة ومستوى الاهتمام بمتغيرات البحث (قدرات الاستشراف الاستراتيجي والابداع الاخضر) في الشركة عينة البحث, جرى صياغة مجموعة من الاهداف منها اختبار وتحديد علاقة قدرات الاستشراف الاستراتيجي على الابداع الاخضر في الشركة المبحوثة ولهذا الغرض صيغت عدد من الفرضيات أهمها كانت إيجاد علاقة الارتباط و التأثير (قدرات الاستشراف الاستراتيجي و أبعاده مع والابداع الاخضر) و لتحقيق اختبارات الفرضيات تم استخدام البحث الميداني و طبقت على عينة من رؤساء الأقسام ومسؤولي الشعب في الشركة العامة للمنتوجات الغذائية, و بلغ عدد أفراد العينة (116) فرد, و تم جمع البيانات عن طريق الاستبانة, و الاستعانة بالزيارات الميدانية, و المقابلات الشخصية مع عدد من رؤساء الاقسام. كما تم استخدام عدد من الوسائل الإحصائية لمعالجة البيانات منها: الوسط الحسابي, النسبة المئوية, الانحراف المعياري, لغرض وصف العينة, و معامل الارتباط الخطي البسيط (بيرسون) لاختبار صحة الفرضيات الارتباط و الانحدار الخطي البسيط و المتعدد لاختبار صحة التأثير, و تم تحليل البيانات عبر مجموعة من البرامج الاحصائية و هي (SPSS, Amos, PPR 2.16.3) واستخدام البرمجة الخطية لتحديد حجم الانتاج للشركة عينة البحث. أما أبرز الاستنتاجات فتمثلت: بأن جميع علاقات الارتباط للاستشراف الاستراتيجي مع الابداع الاخضر كانت جيدة و ذات دلالة معنوية. و اختتم البحث بمجموعة من التوصيات كان من أهمها: يجب على الشركة تكريس جهودها في مجالي قدرات الاستشراف الاستراتيجي وتوظيفها في تحقيق الابداع الاخضر من خلال برامج خاصة ومعدة لهذا الغرض.

**المصطلحات الرئيسية للبحث:** قدرات الاستشراف الاستراتيجي, الابداع الاخضر

ملاحظة: بحث مستل من اطروحة الدكتوراه الموسومة (ريادة الاعمال الخضراء في ضوء العلاقة التكاملية بين الاستشراف الاستراتيجي و المرونة الاستراتيجية) جامعة بغداد/ كلية الادارة والاقتصاد

## المقدمة

لقد أفرزت الأحداث الأخيرة عدداً من المتغيرات والتطورات على ساحة منظمات الأعمال ، الأمر الذي يحتم ضرورة اتخاذ إجراءات وقرارات لمواجهة أخطار وتحديات المستقبل ، وإذا كانت الإدارة الاستراتيجية هي مجموعة القرارات والممارسات الإدارية التي تحدد الأداء طويل الأجل للمنظمة سواء كانت في القطاع الحكومي أم الخاص – وذلك من خلال صياغة الاستراتيجية وتطبيقها وتقييمها، فإن تحديد الاتجاه المستقبلي لأية منظمة وتحديد الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها يتوقف إلى درجة كبيرة على تحديد وتوصيف ومعرفة بالأوضاع المستقبلية من خلال قدرات الاستشراف الاستراتيجي، وان التكامل ما بين قدرات الاستشراف الاستراتيجي من خلال مناهجه و قدراته ومدى امتلاك المنظمة الاستراتيجية المناسبة سوف يؤدي بالمنظمة الى تحقيق ريادة الابداع الاخضر ، لكن ماذا يعني الابداع الاخضر ؟ تتفق اغلب اسهامات الباحثين حول اعتبار ريادة الابداع الاخضر هي الطريق الشرعي إلى مستويات عالية من الأداء التنظيمي ، وأن فهم الابداع الاخضر كممارسة صحيحة وفعالة مع فوائد حقيقية ولموسة يحدث عبر نوع الشركة و مستويات الإدارة. وتعتبر الابداع الاخضر كاستراتيجية نمو وذلك كون الشركات تسعى جاهدة الى استغلال فرص السوق من خلال سلوك مبتكرة واستباقية . ويمكن تحديد أسباب الجدل الفكري الحاصل ضمن الحقل الإداري حول متغيرات البحث. لذا أصبح لدينا انموذجاً فرضياً نحاول أن نبين فيه اهم المتغيرات المؤثرة على الشركات وبالتالي فإن فكرة البحث تتمحور حول كيفية تحقيق الابداع الاخضر من خلال بين الاستشراف الاستراتيجي ، اما اهمية البحث فقد تجسدت ترسيخ ثقافة تنظيميه لدى عينة البحث، بأهمية الاستشراف الاستراتيجي و دورها الفعال في تحقيق الابداع الاخضر. اما اهداف البحث الاساسية، تحديد نوع واتجاه العلاقة الترابطية بين متغيرات البحث (قدرات الاستشراف الاستراتيجي مع الابداع الاخضر، وخرج الباحثين بمجموعة من التوصيات اهمها توجد علاقة ارتباط وتأثير ذات دلالة معنوية بين قدرات الاستشراف الاستراتيجي و الابداع الاخضر. اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي لامتيان هذا المنهج بالنظر الشمولية و اقتران وصف الحالة بتحليلها ، إذ يتناول هذا المنهج وصف ما هو كائن و تفسيره و تحديد الظروف و العلاقات التي توجد بين الوقائع. ومن ثم استخلاص النتائج و المؤشرات الأساسية باستخدام الوصف في جمع البيانات و المعلومات التي يطلبها البحث، لأغراض تحديد النتائج و الوقوف على ابرز المؤشرات.

## مراجعة الأدبيات

### قدرات الاستشراف الاستراتيجي

#### 1- مفهوم قدرات الاستشراف الاستراتيجي

الإحساس بأن الاستشراف له معنى وأهمية بوصفه نشاطاً من النوع الاستراتيجي مرتبط بأعلى شكل من أشكال التفكير التنظيمي. وأشار (Rohrbeck et al,2008:3). الى ان اضافة كلمة استراتيجية الى الاستشراف انما هي للإشارة الى ان البحث يركز على مستوى الشركة. اما في المنظور الاستراتيجي فإن الاستشراف هو عملية مشاركة منهجية تهدف إلى خلق رؤى متوسطة وطويلة الأجل وتحديد الفرص والمخاطر في المجالات الاجتماعية الثقافية والسياسية ، المجالات البيئية والاقتصادية والتكنولوجية والتنافسية التي تهدف إلى دعم صناعات القرار في بدء عمليات مبتكرة وتحديد نماذج أعمال جديدة ، وإنشاء سيناريوهات مستقبلية لذلك ، يتمثل الدور الرئيسي للاستشراف في تحفيز ودعم وضع الاستراتيجيات والسياسات (Wyrwicka&Erdeli,2018:341). قام (Vechiatto & Roveda,2009) بتثليث وجهة النظر ، حيث يفترض أن صياغة الاستراتيجية متداخلة بقوة مع تحليلات التغيرات المحتملة في بيئة الأعمال التجارية من أجل تمكين تحديد فرص تنظيم المشاريع ، وبالتالي جعل الاستشراف الاستراتيجي ضرورياً (Haddawee,2018: 4688).

#### 2- أهمية قدرات الاستشراف الاستراتيجي

يمارس الاستشراف الاستراتيجي لعدة أسباب وقد نوقشت القيمة التي يجلبها الاستشراف للمنظمات على سبيل المثال ، تم إدراك أن الاستشراف الاستراتيجي يعزز القدرة على (1 إدراك التغيير (2 تفسير التغيير والاستجابة له (3 التأثير على الجهات الفاعلة الأخرى و (4 يساهم في التعلم التنظيمي (Pouru 2016:13). يساعد القيادات على التنبؤ بالفرص المتاحة والمخاطر التي قد تواجه الشركات ، وتساعد عملية الاستشراف عملية التخطيط وتوفير صور من المستقبلات البديلة مما يترتب عليه اختيار أفضل البدائل. وان المستقبل سريع بالتغيرات الشاملة وعلى المنظمة ان تكون مستعدة لهذه التغيرات لكي تستطيع مواجهه المستقبل والاستفادة من انجازاته. على المستوى الكلي ، يوفر الاستشراف الاستراتيجي عدداً من الطرق لتوقع التحدي الحضاري والتعامل معه يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم التنمية المستدامة يمكن أن يساعد المنظمات على

فهم مخاوف الصورة الأكبر ، مثل الغرض ، التطور الثقافي والاستدامة الاقتصادية. يمكن أن يوفر الاستخدام الدقيق لمجموعة من الأساليب المستقبلية رؤى جيدة في بيئة الأعمال المستقبلية نتيجة لذلك ، يمكن للمنظمة توقع التغيير ، وتقليل وقت رد الفعل على هذه التغييرات وتطوير مجموعة من الاستجابات الممكنة. يمكن تطوير الاستشراف الاستراتيجي إلى الحد الذي يفتح فيه ما أطلق عليه هامل "الفضاء التنافسي في المستقبل". هذا يعني أن المنظمات يمكنها تجاوز الطلب في السوق وتحديد الاتجاه الذي ترغب في اتخاذه ثم وضع الوسائل اللازمة لتحقيق ذلك يمكن أن يوفر الاستشراف الاستراتيجي للمنظمة طرقاً جديدة لحل المشكلات القديمة ومصادر جديدة لتكوين الثروات (Engelbrecht, 2012:118).

### 3-إبعاد قدرات الاستشراف الاستراتيجي. أ-الرصد البيئي

في مجال الرصد البيئي ، أجريت أول دراسة ملحوظة من قبل أغيلار يُعرف Aguilar الرصد البيئي بأنه الحصول على معلومات حول الأحداث والعلاقات في بيئة الشركة الخارجية ، والتي من شأنها أن تساعد الإدارة العليا في مهمة رسم مسار عمل الشركة في المستقبل.(Zhang ,et.al,2010:720) . في حين بين (Wheelen&Hunger,2008:73) ان قبل قيام المنظمة بصياغة الاستراتيجية يجب أن ترصد البيئة لمعرفة الفرص المحتملة والتهديدات في بيئتها الخارجية وترصد نقاط القوة والضعف في البيئة الداخلية الخاصة بها . والرصد البيئي هو مراقبة وتقييم وجمع المعلومات من البيئتين الخارجية والداخلية للأفراد الأساسيين في المنظمة ، وتستخدم المنظمة هذه الأداة لتجنب المفاجآت الاستراتيجية والتأكد من ديمومة المنظمة للأمد الطويل . وقد وجدت البحوث ان هناك علاقة موجبة بين رصد البيئة والارباح . وبذلك يعد عملية لجمع المعلومات وتحليلها وتوزيعها لأغراض تكتيكية أو استراتيجية (Awiti,et.al,2017:130).

### ب-الاختيار الاستراتيجي

ويستخدم الاختيار الاستراتيجي لتحديد مسارات العمل البديلة التي من المرجح ان تكون متاحة للشركة على مدى الجدول الزمني نظراً لمواردها المتاحة وقدرتها وقوتها الادارية ومصادرها لميزة المقارنة او التنافسية والافق الزمني الذي تعمل فيه ولتحديد موقفها من الاخطار(Morden ,2007:19) . هو تصور من حيث القرارات المتبادلة المستقلة والفاعلة وتقتصر الاستراتيجية الى حد كبير على تفاعلات الفاعلين المعرضين للقرارات ، وان التركيز على القرارات المستقلة بشكل متبادل يعني ان الاستراتيجية تتكون من سلسلة من الخيارات المنفصلة (Downey& Rohlinger, 2008:4) . يشمل على استراتيجية الاعمال والتي تضم قيادة الكلفة والاختلافات بين المنتجات والشراكة الاستراتيجية ، التي تضم التكامل العمودي والتحالفات الاستراتيجية والانماج والاستحواذ و التنوع. (Barney& Hesterly 2012 :26) .

### ج-قدرة التكامل

ويشير التكامل الى كيفية قيام المديرين بتنسيق و دمج المعرفة داخل المنظمة وتشمل هذه العملية جميع الانشطة الداخلية و الخارجية على حد سواء. ومن امثلة النشاطات الخارجية (علاقة المنظمة بالمستفيد او الزبون، التعاون التكنولوجي الخ) اما الانشطة الداخلية فتتمثل (باجراءات تطوير الخدمات او المنتجات، اتخاذ القرارات الاستراتيجية) و التي عادة ما يجمع المديرون من خلالها خبراتهم الادارية ومهاراتهم الوظيفية لاتخاذ القرارات الاستراتيجية (AkweI,2007:38) . هو النشاط الذي تقوم به المنظمة للحصول على الموارد جديدة واستيعابها وتطويرها مثل عمليات الاستحواذ او التحالفات للحصول على التكنولوجيا لتوليد اجراءات جديدة . (Wall et,al,2010:19) فالتكامل هي الحالة المتميزة التي ترغب بها المنظمات، ونحن نؤمن بأن الاداء الديناميكي في تطوير الخدمات و المنتجات متأصل في قدرة المنظمة على تحقيق التكامل بين المعرفة الداخلية و الخارجية على حد سواء.

## الابداع الاخضر

### 1-مفهوم الابداع الاخضر

في هذا السوق الديناميكي والملهي بالمنافسة ، يضمن الابداع بقاء أي شركة ، نظراً لأن الأداء البيئي للشركات في الوقت الحاضر والقواعد البيئية التالية يعتبر ميزة تنافسية للشركات. لذلك ، فإن توافق أي نوع من الابداع مع الاعتبارات البيئية له أهمية كبيرة لهذا السبب ، برزت ضرورة مفهوم جديد مثل الابداع الأخضر. وهذا يعني أن أي نوع من الابداع يجب أن يكون له نصيب في تعزيز الكفاءة البيئية للمنظمة ، على سبيل المثال ، الابتكار في عمليات الإنتاج التي تؤدي إلى توفير استهلاك الطاقة والموارد الطبيعية ، أو تحسين عملية إعادة التدوير ، أو تقليل التلوث البيئي. من خلال زيادة المخاوف البيئية من قبل المستهلكين والحكومات والمجتمعات المختلفة في جميع أنحاء العالم ، وتعزز شركات الإنتاج تطوير برامج الصداقة البيئية مثل تطوير المنتجات الخضراء والعلامة التجارية الخضراء والتكنولوجيا الخضراء (Hashemzade ,2016:222).

(Ghayourvatan)، وايضاً يعرفه (Lin et,al,2013: 196) . على أنه تطوير وتنفيذ منتجات وعمليات جديدة تسهم في بيئة مستدامة من خلال تسهيل إنجازات الأهداف البيئية والحد من البصمة البيئية خلال عمليات التصنيع بأكملها ودورة حياة المنتج ، والتي بدورها تساعد الشركات بشكل فعال على تعزيز الإنتاجية ، سمعة الشركات وتطوير أسواق جديدة . يتكون الابداع الأخضر إما من الابداع الجذري الأخضر أو الابداع التدريجي الأخضر ويمكن تعريف الابداع الجذري الأخضر باعتباره إبداعاً فنياً جديداً وفريداً بسبب التغييرات الأساسية في المنتجات أو العمليات أو الخدمات الخضراء الحالية وفي الوقت نفسه يمكن تعريف الابداع التدريجي الأخضر بأنه التحسينات الطفيفة لتعزيز المنتجات أو العمليات أو الخدمات الخضراء الحالية أو التوسع من خلال وسائل التكنولوجيا البيئية ( Guo et,al,2018:3 ) .

## 2- أهمية الابداع الأخضر

هناك أسباب كثيرة وراء فهم أهمية الابداع الأخضر تمنع بعض الشركات المصنعة من الانخراط في الابداع الأخضر بسبب الصعوبات التي ينطوي عليها والبقاء في روتين المعمول بها. تحاول شركات أخرى بالفعل الابداع والاستثمار في الابداع الأخضر ، لكنها قد تفشل في إنتاج وتنفيذ المنتجات أو العمليات الخضراء الجديدة إلى السوق لأنها غير قادرة على التغلب على هذه الحواجز

(Musa & Mohamad ,2018:26) وأشار (Haslinda & Muruga ,2016:134) أهمية الابداع الأخضر تكمن في تمتع الشركات بميزة تنافسية أكبر على الصعيدين المحلي والدولي. وتعزيز التطور الإيجابي للموظفين ، وكذلك تعزيز إنتاجية وربحية الشركات الصغيرة والمتوسطة للبقاء على المدى الطويل. بينما حدد (Zuhairah & Noor2015) أهمية الابداع الأخضر في تحسين البيئة النظيفة وتوفير موارد الطاقة. وتلبية احتياجات المجتمع بطرق دون الإضرار أو استنفاد الموارد الطبيعية على الأرض.

## 3- ابعاد الابداع الأخضر

### أ- ابعاد المنتجات الخضراء

من خلال ابداع المنتجات الخضراء يمكن للشركات تطوير منتجات صديقة للبيئة عالية الجودة وأمنة وهذا يميز المنتجات الخضراء من منتجات منافسيها وتمكنهم من فرض أسعار أعلى على المستهلكين ، مما يعزز في النهاية هوامش ربح منتجاتهم الخضراء (Chen et al,2006:33) تحديد ابداع المنتجات الخضراء لتكون مقدمة لمنتجات جديدة أو محسنة بشكل كبير من أجل الشواغل البيئية (مثل كفاءة استخدام المواد الخام ، والتصميم الأخضر ، وتوفير الطاقة ، وإعادة التدوير ، وتقليل النفايات) ، والتي تجري تحت ضغوط دورة حياة المنتج القصيرة وزيادة المنافسة. من خلال السمات الخضراء ، يُنظر إلى ابداع المنتجات الخضراء على أنها وسيلة فعالة من حيث التكلفة للمستهلكين والمنتجين على حد سواء (Lin et,al,2013: 196). وتعد عملية متعددة الأوجه يتم فيها إبراز ثلاثة أنواع رئيسية من مواد التركيز البيئي والطاقة والتلوث استناداً إلى تأثيرها الرئيسي على البيئة ويتكون قياس ابداع المنتجات الخضراء من ثلاثة عناصر رئيسية تتعلق بتطوير المنتجات الجديدة أولاً يتعين على الشركة اختيار المواد التي تنتج أقل قدر من التلوث ، وثانياً يتعين على الشركة استخدام أقل كمية من المواد لتصنيع المنتجات والثالث يتعين على الشركة أن تتداول بدقة حول ما إذا كان المنتج سهل إعادة التدوير أو إعادة الاستخدام (Alhadid & Abu-Rumman ,2014 :52) .

### ب- الابداع في العمليات الخضراء

يعرف بأنه التعديلات في عمليات وأنظمة التصنيع لإنتاج منتجات صديقة للبيئة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالأهداف البيئية مثل توفير الطاقة ومنع التلوث وإعادة تدوير النفايات (Lin et,al,2013: 196) أنها تطبيق الأفكار المبتكرة التي تؤدي إلى تكييف ممارسات المنتج وممارسات الإدارة التي تخلق تأثيرات سلبية أقل أو لا تؤثر على البيئة . تتكون قياسات ابداع العمليات الخضراء من ثلاثة عناصر أولاً عملية التصنيع تقلل بشكل فعال انبعاثات المواد الخطرة أو النفايات والثانية عملية التصنيع يقلل من استهلاك المياه والكهرباء والفحم والنفط وثالثاً عملية التصنيع يقلل من استخدام المواد الخام (Alhadid & Abu-Rumman ,2014 :52) . فهي تتطلب من الشركات تعديل عملياتها وأنظمتها الصناعية وتشمل أنشطة مثل الحد من الانبعاثات أو النفايات الخطرة ، وإعادة تدوير وإعادة استخدام النفايات والانبعاثات ، وخفض استهلاك الطاقة والمواد الخام (Zhang & Zhu,2019:2) .

### ج- الابداع الإداري

وعرف الابداع الإداري بأنه قدرة الأفراد العاملين على استخدام اساليب التفكير الحديثة والقدرات الفعلية والذهنية وابتكار وإيجاد طرائق واساليب جديدة لم يسبق وان استحدثت وان تتسم بتحقيق المنفعة العامة يعرف بأنه عملية تفكير فردية تجمع المعرفة الرائعة مع العمل الإبداعي ، وتلمس مجالات الحياة المختلفة والتعامل مع الواقع والازدهار نحو الأفضل ، إلى جانب ذلك الإبداع هو نتيجة رد فعل المتغيرات الذاتية أو الموضوعية أو المميزة أو البيئية أو السلوكية ، التي يفوقها أشخاص بارزون ، ( Salama,2015:150) .

**تحليل البيانات****1- عينة البحث**

استخدم البحث العينة القصدية , إذ تم اختيار رؤساء الأقسام ومدراء الشعب " في الشركة العامة للمنتوجات الغذائية وبعض مصانعه العاملة . و بلغ المجموع الكلي لمجتمع البحث (125) إذ وزعت (125) استبانة بصورة مباشرة من قبل الباحث للعينة. ولم يتم استرجاع (9) لتكون عينة البحث (116) شخصا, و الجدول (1) يوضح خصائص عينة البحث البالغة (116) فردا .

جدول (1) معدل الاستجابة

النسبة المئوية	العدد	الحالة
100%	125	عدد الاستبانات الموزعة
7%	9	عدد الاستبانات غير المسترجعة
93%	116	عدد البيانات المسترجعة

**2- تشخيص وتحليل الواقع الحالي لمتغيرات البحث****أ- قدرات الاستشراف الاستراتيجي**

حقق متغير قدرات الاستشراف الاستراتيجي وسطا حسابيا بلغ مقداره (3.547) وبمستوى جيد وبانحراف معياري (0.731) مما يدل على قلة تشتت اجابات العينة و تأكيدهم على وجود للاستشراف الاستراتيجي داخل الشركات المبحوثة وبصورة جيدة. و لترتيب الأهمية لأبعاد متغير الاستشراف الاستراتيجي. تم استعمال معامل الاختلاف بالاعتماد على الوسط الحسابي و الانحراف المعياري و الجدول ( 2 ) يوضح ان (بعد قدرات الاستشراف الاستراتيجي) قد جاءت في الترتيب الاول من حيث ابعاد متغير الاستشراف الاستراتيجي إذ كانت اغلب اجابات العينة متفقة حول هذا البعد.

جدول ( 2 ) ترتيب الأهمية بالاعتماد معامل الاختلاف لأبعاد متغير قدرات الاستشراف الاستراتيجي

ت	ابعاد متغير الاستشراف الاستراتيجي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	C.V	ترتيب المتغيرات
1	الرصد البيئي	3.536	0.662	18.714	1
2	الاختيار الاستراتيجي	3.558	0.801	22.508	2
3	قدرة التكامل	3.703	0.808	0.703	3

**ب- الابداع الاخضر**

حقق متغير الابداع الاخضر وسطا حسابيا (3.583) وبمستوى جيد وبانحراف معياري (0.839) مما يدل على قلة تشتت اجابات العينة و اتفاقهم على وجود مستوى جيد مقبول الابداع الاخضر في الشركة العامة للمنتوجات الغذائية وعلى مستوى الابعاد ككل.

جدول (3) ترتيب الأهمية بالاعتماد معامل الاختلاف لأبعاد متغير الابداع الاخضر

ت	ابعاد متغير الابداع الاخضر	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	C.V	ترتيب المتغيرات	مستوى الاجابة
1	ابداع المنتجات الخضراء	3.649	0.786	21.542	1	جيد
2	ابداع العمليات الخضراء	3.530	0.919	26.035	3	جيد
3	ابداع اداري	3.597	0.814	22.633	2	جيد
	الابداع الاخضر	3.579	0.666	18.61		

و لترتيب الأهمية لأبعاد متغير الابداع الاخضر , تم استعمال معامل الاختلاف بالاعتماد على الوسط الحسابي والانحراف المعياري وكما هو مبين في الجدول (3) اذ يتضح ان ( بعد ابداع المنتجات الخضراء) جاء بالترتيب الاول من حيث ابعاد متغير الابداع الاخضر اذ كانت اغلب اجابات العينة متفقة حول هذا البعد قياسا بالأبعاد الأخرى .

### 3- اختبار الفرضيات

#### فرضيات الارتباط

اختبار فرضية البحث الرئيسية الاولى و التي تنص على (توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد قدرات الاستشراف الاستراتيجي و الابداع الاخضر)

بلغ معامل الارتباط بين بعد قدرات الاستشراف الاستراتيجي و الابداع الاخضر (\*\*0.737) عند مستوى دلالة (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0.05), وهذا يعني قبول الفرضية والتي تنص على (توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد قدرات الاستشراف الاستراتيجي والابداع الاخضر) مما يدل على وجود علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية وبمستوى قوي لقدرات الاستشراف الاستراتيجي مع الابداع الاخضر. اي عندما تمتلك الشركة قدرات عالية في عملية الاختيار الاستراتيجي و تقوم بالرصد البيئي بصورة صحيحة فأنها ستصل الى قدرات التكامل و بالتالي ستمكّن الشركة المبحوثة من الوصول الى الابداع الاخضر

جدول (4) قيم الارتباط بين ابعاد قدرات الاستشراف الاستراتيجي والابداع الاخضر

قيمة الارتباط ومستوى الدلالة		ابعاد متغير قدرات الاستشراف الاستراتيجي	المتغير المعتمد
0.778**	قيمة الارتباط	الرصد البيئي	الابداع الاخضر
0.000	Sig	الاختبار الاستراتيجي	
0.737**	قيمة الارتباط		
0.000	Sig	قدرة التكامل	
0.787**	قيمة الارتباط		
0.000	Sig		
Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).**		3	عدد الفرضيات المقبولة
Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).*		% 100	النسبة المئوية

#### فرضيات التأثير

اختبار الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لبعده قدرات الاستشراف الاستراتيجي في الابداع الاخضر

لاختبار فرضية اذ سيتم التحليل وفق نموذج الانحدار الخطي البسيط وكما يلي:

$$(Y = \alpha + \beta (X$$

$$(Y = 1.397 + 0.613 (X$$

بلغت قيمة (F) المحسوبة بين بعد قدرات الاستشراف الاستراتيجي في ريادة الاعمال الخضراء (135.771). وهي اكبر من القيمة (F) الجدولية البالغة (4.03) عند مستوى دلالة (0.05) وبناءا عليه نقبل الفرضية والتي تنص على (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لبعده قدرات الاستشراف الاستراتيجي في الابداع الاخضر) عند مستوى دلالة (5%) أي بدرجة ثقة (95%). وهذا ما يدل على ان قدرات الاستشراف الاستراتيجي تأثير فاعل وجيد على الابداع الاخضر. اي ان الاختيار الاستراتيجي الذي سيتم في ضوء الرصد البيئي الصحيح حول جميع المتغيرات البيئية التي قد تحصل ستساعد الشركة في الابداع الاخضر.

و من خلال قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) البالغة (0.544) يتضح بان بعد قدرات الاستشراف الاستراتيجي تفسر ما نسبته (54%) من المتغيرات التي تطرأ على الابداع الاخضر اما النسبة الباقية والبالغة (46%) فتعود الى متغيرات اخرى غير داخلية في نموذج البحث.

جدول (5) تحليل ابعاد الاستشراف الاستراتيجي في الابداع الاخضر								
الدالة	Sig	قيمة (F) الجدولية	قيمة (F) المحسوبة	معامل التحديد ( $R^2$ )	قيمة معامل الميل الحدي ( $\beta$ )	قيمة الحد الثابت ( $\alpha$ )	المتغير المعتمد	ابعاد متغير قدرات الاستشراف الاستراتيجي
معنوي	0.000	4.03	175.014	0.606	0.784	0.809	الابداع الاخضر	الرصد البيئي
معنوي	0.000		135.771	0.544	0.613	1.397		الاختيار الاستراتيجي
معنوي	0.000		185.052	0.619	0.746	0.934		قدرة التكامل

جو يتضح من خلال قيمة معامل الميل الحدي ( $\beta$ ) البالغ (0.613) بان زيادة بعد قدرات الاستشراف الاستراتيجي بمقدار وحدة واحدة سيؤدي إلى زيادة الابداع الاخضر بنسبة (61%). بلغت قيمة الثابت ( $\alpha$ ) في المعادلة (1.397)، بمعنى عندما يكون بعد قدرات الاستشراف الاستراتيجي مساويا للصفر فإن الابداع الاخضر لن يقل عن هذه القيمة

### الاستنتاجات

لم يحظ موضوع الاستشراف الاستراتيجي باهتمام كاف من قبل الباحثين على الرغم من ان الجذور التاريخية للاستشراف تعود الى البدايات الأولى للحياة البشرية، فضلا عن الاهتمام المتزايد من قبل مراكز الأبحاث ومنظمات الأعمال والهيئات الدولية ومراكز الدراسات الاستراتيجية والمستقبلية في اغلب دول العالم لاسيما المتقدمة منها. كما يتضح من خلال دراسة الأطر المفاهيمية للاستشراف الاستراتيجي وجود خلط وتداخل كبيرين بين الاستشراف الاستراتيجي وبقيّة المفاهيم التي تعنى بدراسة المستقبل مثل التنبؤ والرؤية والتفكير والتخطيط الاستراتيجيين. تُبدي الشركة اهتمام نحو التطور في تقديم منتجات متميزة قادرة على التنافس في الاسواق الا ان الملاحظة على اداء هذه الشركة لا تركز بصورة فاعلة نحو تقديم منتجات خضراء فضلاً عن صعوبة التنافس بالبيئة العراقية وذلك لعدم وجود تشريعات تحمي المنتج الوطني .

### التوصيات

يجب على الشركة تكريس جهودها في مجالي قدرات الاستشراف الاستراتيجي وتوظيفها في تحقيق الابداع الاخضر من خلال برامج خاصة ومعدة لهذا الغرض، إدخال موضوع الاستشراف الاستراتيجي ضمن برامج الدراسات العليا لمختلف الاقسام العلمية وتتجه الى تحديد الافاق والتطورات المستقبلية الخاصة بالتخصص العلمي الذي تدرس فيه. حداثة متغيرات الدراسة يمنح الفرصة للباحثين مستقبلا بتشخيص الدراسات القليلة التي سبقتهم والتوسع في دراسة هذه المتغيرات نظراً لأهميتها في إدارة المنظمات. ينبغي ايجاد تشريعات تعمل على حماية المنتج الوطني ودعمه مقابل المستورد وعلى الشركة ان تركز بشكل حقيقي على تبني ثقافة الابداع الاخضر من خلال منتجات صديقة للبيئة

## المصادر والمراجع

- 1- Akwel, Cynthia, A.,(2007).(The process of creating dynamic capabilities) . Doctoral thesis submitted in partial fulfilment of the requirements for the award of PhD of Loughborough University
- 2- Alhadid, Anas Y & Abu-Rumman As'ad, H. (2014)The Impact of Green Innovation on Organizational Performance, Environmental Management Behavior as a Moderate Variable: An Analytical Study on Nuqul Group in Jordan , International Journal of Business and Management; Vol. 9, No. 7
- 3- Awiti, Leon Hongo , Oloko, Margaret & Rambo , Charles , Awwad, Abdulkareem, Salameh(2009)"The Influence of strategic flexibility on the Achievement of strategic objectives :an Empirical study on the Jordanian Manufacturing Companies "Jordan journal of Business Administration, volume 5
- 4- Barney ,Jay B, Hesterly William S, (2012)," strategic Management and Competitive Advantage" ,4<sup>th</sup> ,ed Pearson Education ,Inc
- 5- Chen, Y. S., Lai, S. B., & Wen, C. T. (2006). The influence of green innovation performance on corporate advantage in Taiwan. Journal of business ethics, 67(4), 331-339
- 6- Downey,Dennis J and Rohlinger,Deana,(2008)," Linking strategic choice with macro organization dynamiss strategy and social movement articulation " ,Emerald,Vol.28, Issn.0163.pp3-38
- 7- Engelbrecht , Marianne (2012)The art of shapeshifting: facilitating strategic foresight to independent non-executive directors - a strategic approach
- 8- Ghayourvatan, Nasrin & Hashemzade , Gholamreza (2016) Explaining the Relationship between the Role of Green Innovation on the Brand and its Impact on Organizational Performance (Case Study: Iran Khodro) , *INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMANITIES AND CULTURAL STUDIES*
- 9- Haddawee , Ameera Hatif (2018) , The Impact of Strategic Foresight on Strategic Entrepreneurship , The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention 5: 4687-4692
- 10- Haslinda M. & Muruga C.(2016). Malaysian SMEs Development: Future and Challenges on Going Green. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* ,254 – 262
- 11- Lin , Ru-Jen , Chen , Rong-Huei & Ho,Thao-Minh (2013) MARKET DEMAND, GREEN INNOVATION, AND FIRM PERFORMANCE: EVIDENCE FROM HYBRID VEHICLE INDUSTRY , *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 21
- 12- Morden , Tony, (2007),"Principles of strategic management " ,3th edition , Printed and bound in gret Britain by MPG books Ltd
- 13- Musa , Mohd Hafizuddin & Mohamad , Marini Nurbanum (2018)Importance of Green Innovation in Malaysian SMEs: Advantages and Future Research , International Academic Journal of Innovative Research Vol. 5, No. 3 pp. 22-31
- 14- Poursu , Laura (2016) STRATEGIC FORESIGHT AND UTILIZATION OF FUTURE-ORIENTED INFORMATION IN FINNISH SMES , Master's Thesis in Futures Studies

- 15- Roharbeck, Rene.(2008), Towards a best-practice framework for strategic foresight: Building theory from case studies in multinational companies, IAMOT Creating and Managing
- 16- Salama , Ibtisam Khalid Yahia (2015)The Relationship Between Organizational Culture and Administrative Creativity in Universities , European Scientific Journal February 2018 edition Vol.14, No.4 ISSN: 1857 – 7881
- 17- Wall ,Stuart , Zimmermann Carsten , Klingebiel Ronald, Lange Dieter and Edward Elgar,(2010)," Strategic Reconfigurations Building Dynamic Capabilities in Rapid Innovation-based Industries", Printed and bound by MPG Books Group, UK
- 18- Wheelen , Thomas L. & Hanger J. David, (2008)"Strategic management and Business Policy ",11th Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey
- 19- Wyrwicka , Magdalena K. & Erdeli, Oksana (2018) STRATEGIC FORESIGHT AS THE METHODOLOGY OF PREPARING INNOVATION ACTIVITIES , Marketing and Management of Innovations, Issue 2
- 20- Zhang , Feng & Zhu , Lei (2019)Enhancing corporate sustainable development: Stakeholder pressures, organizational learning, and green innovation , John Wiley & Sons, Ltd and ERP Environment
- 21- Zhang, Xue , Majid , Shaheen & Foo , Schubert (2010)Environmental scanning: An application of information literacy skills at the workplace , Journal of Information Science, 36 (6) pp. 719–732
- 22- Zuhairah H. & Noor A.(2015). The impact of green marketing strategy on the firm's performance in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 172, 463 – 470

## The impact of the strategic foresight capabilities in green creativity An exploratory study for the State Company for Food Products

The researcher Asmaa Habib  
University of Baghdad / College of  
Administration and Economics  
asmaahb91@gmail.com

Asst. prof. Dr. Sanaa Abdulraheem  
University of Baghdad / College of  
Administration and Economics  
sanaaubadi@gmail.com

Received:26/7/2020

Accepted :23/8/2020

Published : January / 2021



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International \(CC BY-NC 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

### Abstract

The current research variables have received increasing attention in the recent period because they are one of the important issues affecting the future of organizations, as a result of the speed of environmental variables that have greatly affected organizations and for the purpose of explaining the relationships and links between research variables, as this research presents a test "the type and direction of the relationship between strategic foresight capabilities As an independent variable and green creativity "as a respondent variable. A set of questions has arisen about the basic research problem, including what is the nature and level of interest in the research variables (strategic foresight capabilities and urban creativity) in the research sample company, a set of goals has been formulated, including testing and determining the relationship of strategic foresight capabilities to creativity The presence in the researched company, and for this purpose a number of hypotheses were formulated, the most important of which was finding a correlation and impact relationship (strategic foresight capabilities and dimensions with urban creativity) and to achieve hypothesis tests field research was used and applied to a sample of department heads and people in the General Company for Food Products, The number of individuals in the sample was (116) individuals, and data was collected through questionnaire and the use of clothes She has seen field and personal interviews with a number of department heads. A number of statistical methods were used to process the data, including: the mean, the percentage, the standard deviation, for the purpose of describing the sample, and the simple linear correlation coefficient (Pearson) to test the validity of the hypotheses correlation and simple and multiple linear regression to test the validity of the effect, and the data was analyzed via A set of statistical programs are (SPSS, Amos, PPR 2.16.3) and the use of linear programming to determine the production size of the research sample company. As for the most prominent conclusions, it was represented: that all of the relationships of strategic exploration with, and civil creativity were good and significant. The research concluded with a set of recommendations, one of the most important of which was: The company must devote its efforts in the areas of strategic foresight capabilities and employ them to achieve and achieve green creativity through special programs prepared for this purpose.

**Key words:** strategic foresight capabilities, green creativity