

دور الذكاء الاستراتيجي في تعزيز سبل نجاح الابتكار التنظيمي

(دراسة تحليلية في وزارة الصناعة والمعادن | الشركة العامة للأنظمة الإلكترونية)

**The role of strategic intelligence in enhancing the success of organizational innovation
(An Analytical study at the Ministry of Industry and Minerals/General Company for
Electronic Systems)**

<https://doi.org/10.29124/kjeas.1650.10>

م.م. مؤمن مازن سالم

Moamin Mazin Salim

Moamin.M.Salim@uotechnology.edu.iq

الجامعة التكنولوجية/بغداد

University of Technology – Iraq

الخلاصة

يهدف البحث الحالي إلى توضيح مفهوم الذكاء الاستراتيجي كمتغير مستقل بأبعاده الخمسة (الاستشراف، الرؤية المستقبلية، تفكير النظم، الشراكة، الإبداع)، ومفهوم نجاح الابتكار التنظيمي كمتغير تابع بأبعاده الثلاثة (الابتكار الإداري، الابتكار التقني (التكنولوجي)، الابتكار الإضافي)، وبعد ذلك تحديد علاقة الارتباط والتأثير بينهما، ولغرض تحقيق أهداف البحث تم تصميم الاستبانة المكونة من (40) فقرة التي جرى وفقها جمع البيانات وتحليلها، واختبار الفرضيات عن طريق استعمال البرنامج الإحصائي (SPSS)، إذ تم اختيار عينة قصدية مكونة من (50) مدير ومسؤول في وزارة الصناعة والمعادن/الشركة العامة للأنظمة الإلكترونية، وتم استعمال العديد من الأدوات والأساليب الإحصائية، منها: التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، معامل الارتباط، وتحليل الانحدار، ولقد تم وضع عدد من الفرضيات الرئيسة والفرعية لمعالجة مشكلتي البحث والإجابة على تساؤلاتها لأثبتت هذه الفرضيات أو رفضها، وكانت أبرز الاستنتاجات هي: وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المتغيرين، وتأثير قوي بين الذكاء الاستراتيجي والابتكار التنظيمي.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاستراتيجي، الإبداع، الابتكار التنظيمي

Abstract

The current research aims to clarify the concept of strategic intelligence as an independent variable with its five dimensions (foresight, future vision, systems thinking, partnership, creativity), and the concept of organizational innovation success as a dependent variable with its three dimensions (administrative innovation, technical (technological) innovation, additional innovation), After that, the relationship of correlation and influence between them was determined, and for the purpose of achieving the research objectives, a questionnaire was designed consisting of (40) items, in the light of which data was collected and analyzed and hypotheses were tested by using the statistical program (SPSS). A purposive sample consisting of (50) managers was chosen. And an official in the Ministry of Industry and Minerals/General Company for Electronic Systems. Many statistical tools and methods were used, including: frequencies, percentages, arithmetic averages, standard deviations, correlation coefficient, and regression analysis. A number of main and subsidiary hypotheses were developed to address the research problem and answer. On its questions to prove or reject these hypotheses, the most prominent conclusions were: the existence of a significant correlation between the two variables, and a strong influence between strategic intelligence and organizational innovation.

Keywords: strategic intelligence, creativity, Organizational innovation

المقدمة

يُعد موضوع الذكاء الاستراتيجي من الموضوعات الإدارية الحديثة والمعاصرة، وقد بدأت المنظمات تدرك أهميته لما له من دور في حاضر المنظمات ومستقبلها، وتحقيق التميز والتفوق من خلال دعم وتطوير أداء الموهوبين لتحقيق الابتكار والتميز في المنظمات، ومن جهة أخرى، أصبح من الضروري حاجة المنظمات للابتكار لتحسين منتجاتها للتمكن من اختراق السوق، إذا ما أرادت هذه المنظمات الحصول على التميز في أدائها والمحافظة على سمعتها لغرض استمرارها بالبقاء والنمو، في بيئة تنافسية تشهد العديد من التغيرات التكنولوجية والتحول الاقتصادي والهيكلية المهمة في بيئة المال والأعمال، التي فرضت على المنظمات أن تكافح من أجل تحقيق الازدهار في البيئات التنافسية، ففي عصرنا هذا أصبح التنافس في المنظمات مبني على مواكبة التطور والابتكار وليس على تقديم منتجات بأقل الأسعار ومن ثم فإنّ العمل على تحقيق الابتكار التنظيمي ونجاحه في المنظمات يُسهم في إدخال مفاهيم جديدة تعمل على تحسين بيئة المنظمة وأدائها، والتي تمثل المصدر المتجدد للميزة التنافسية في المنظمات الرائدة، وهذا بدوره يعتمد على الذكاء الذي يمتلكه العقل البشري، لهذا تبرز أهميته بوصفه احد ركائز النجاح الذي تعتمد عليه المنظمات لإنقاذها من حالات الفشل والانحيار وتحديد تداعياتها، والاستعداد لمواجهة الأزمات وكيفية احتوائها بما يحقق استقرار تلك المنظمات من جهة، وتحقيق أهدافها ونجاحها من جهة أخرى.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

من خلال الاستطلاع الأولي الذي قام به الباحث للشركة المدروسة تكونت لديه فكرة، هي أنّ الإدارة والعاملين فيها لم يكن لديهم تصور أو توجهات عن مفهوم الذكاء الاستراتيجي وأهميته بالنسبة للابتكار التنظيمي في هذه الشركة، فضلاً عن ضعف العناية والوعي بأهمية تطبيق أساليب الذكاء الاستراتيجي في مجال الأعمال مما يساعد الشركة في اكتساب طرائق جديدة تفوق على مثيلاتها في السوق. وعليه يمكن أن تتبلور الإشكالية الأساسية لهذه الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي:

ما دور الذكاء الاستراتيجي في تعزيز سبل نجاح الابتكار التنظيمي في الشركة العامة للأنظمة الإلكترونية ؟

ومن خلال التساؤل الرئيس يمكن وضع مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- 1- هل يُسهم الذكاء الاستراتيجي في كشف الابتكار التنظيمي وتنميته في الشركة؟
- 2- هل يؤثر الذكاء الاستراتيجي بأبعاده (الاستشراف، الرؤية المستقبلية، تفكير النظم، الشراكة، الإبداع) في نجاح الابتكار المنظمي؟
- 3- هل أنّ تبنى الشركة للذكاء الاستراتيجي يعزّز من نجاح ابتكارها التنظيمي؟
- 4- هل أنّ الشركة المدروسة تفهم مجالات الذكاء الاستراتيجي وانعكاس تلك المجالات على تحسين مستوى الابتكار التنظيمي ؟
- 5- ما أهمية تطبيق أساليب الذكاء الاستراتيجي لوصول الشركة المبحوثة إلى الابتكار التنظيمي؟

ثانياً: أهداف البحث

يهدف البحث إلى تسليط الضوء على أهمية الذكاء الاستراتيجي بطريقة تؤدي دورها في تنمية الابتكار بشكل مستمر في الشركة، ومدى تأثير هذا الابتكار الفعال والتصاعدي على نجاحها، وعليه وتتجسد أهداف البحث من خلال الآتي:

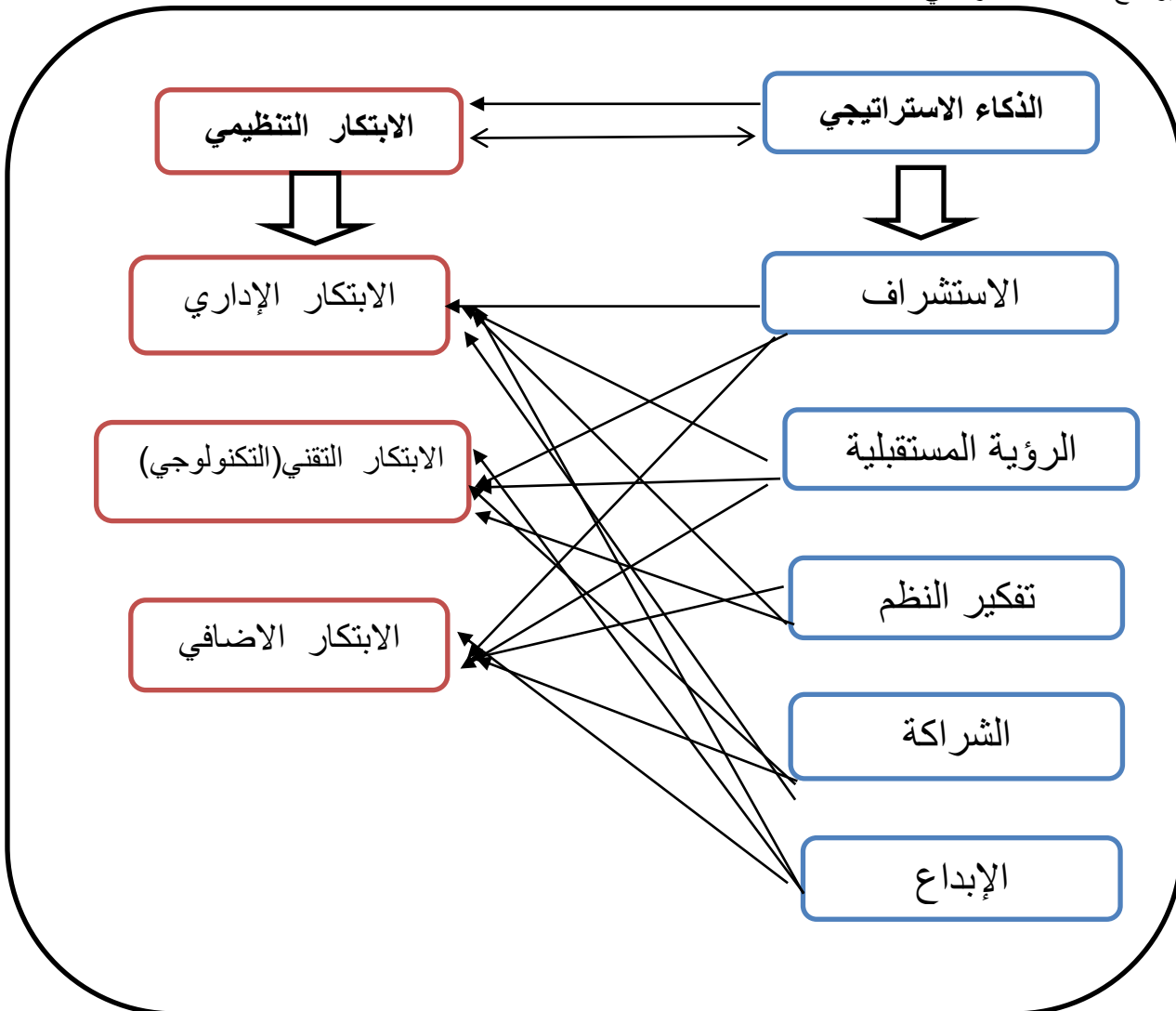
- 1- تحديد تأثير عوامل الذكاء الاستراتيجي على أساليب الابتكار التنظيمي لدى الشركة العامة للأنظمة الإلكترونية
- 2- التعرف على طبيعة الذكاء الاستراتيجي ودوره في وصولهم لمستوى الابتكار التنظيمي.
- 3- التوصل إلى نتائج العلاقة والأثر للذكاء الاستراتيجي في دعم الابتكار التنظيمي للشركة عيّنة الدراسة.
- 4- التعرف على مدى ادراك الشركة المدروسة لمفهوم الذكاء الاستراتيجي وأهميته ومجالاته فضلاً عن انعكاسه على الابتكار التنظيمي لتلك الشركة.

ثالثاً :أهمية البحث

تنبثق أهمية الدراسة من خلال محاولتها لجذب أنظار الشركة حول كيفية إيجاد آلية جديدة تساعد الشركة في تعزيز مكانتها من خلال تبني عوامل الذكاء الاستراتيجي ، في ظل حالة التنافس المتزايد والتسابق حول تبني الشركات للابتكار التنظيمي الذي يُمكنها من المحافظة على حصتها السوقية وتحقيق النجاح، من خلال تسليط الضوء على هذا الموضوع الحيوي والذي بات يشكّل أحد الركائز والأعمدة الرئيسة في نجاح الشركات. كما تزداد أهمية الدراسة من خلال طرح الموضوع ميدانياً على عدد من العاملين في الشركة العامة للأنظمة الإلكترونية. الأمر الذي سيسهم بالنهوض بالصناعة العراقية لتقف بوجه تحديات العولمة والمنافسة الشديدة.

رابعاً: مخطط البحث

يقدم المخطط الافتراضي للبحث تصوراً أولياً عن مجموعة من علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات الدراسة، إذ يمثل متغير (الذكاء الاستراتيجي) المتغير المستقل، في حين يمثل متغير (الابتكار التنظيمي) المتغير المعتمد والشكّل (1) يوضح المخطط الافتراضي للبحث:



المصدر : إعداد الباحث اعتماداً على الدراسات السابقة

خامساً : فرضيات البحث

تنبثق من أنموذج البحث الفرضيات الآتية:

- **الفرضية الرئيسية الأولى:** توجد علاقة ارتباط معنوية إحصائياً بين الذكاء الاستراتيجي والابتكار التنظيمي.

تتفرع منها الفرضيات الفرعية الآتية:

1- توجد علاقة ارتباط معنوية إحصائياً بين الاستشراف والابتكار التنظيمي.

2- توجد علاقة ارتباط معنوية إحصائياً بين الرؤية المستقبلية والابتكار التنظيمي.

3- توجد علاقة ارتباط معنوية إحصائياً بين تفكير النظم والابتكار التنظيمي.

4- توجد علاقة ارتباط معنوية إحصائياً بين الشراكة والابتكار التنظيمي.

5- توجد علاقة ارتباط معنوية إحصائياً بين الابداع والابتكار التنظيمي.

- **الفرضية الرئيسية الثانية :** يوجد تأثير معنوي إحصائياً للذكاء الاستراتيجي في الابتكار التنظيمي.

تتفرع منها الفرضيات الفرعية الآتية:

1- يوجد تأثير معنوي إحصائياً الاستشراف في الابتكار التنظيمي.

2- يوجد تأثير معنوي إحصائياً للرؤية الاستراتيجية في الابتكار التنظيمي.

3- يوجد تأثير معنوي إحصائياً لتفكير النظم في الابتكار التنظيمي.

4- يوجد تأثير معنوي إحصائياً الشراكة في الابتكار التنظيمي.

5- يوجد تأثير معنوي إحصائياً للإبداع في الابتكار التنظيمي.

سادساً: مجتمع البحث وعينه

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لاستيفاء متطلبات الجانب التطبيقي لها، وتم اختيار عينة قصدية) من المديرين ورؤساء الاقسام والشعب في الشركة، وذلك لأنهم الاقرب إلى موضوع الدراسة، والذين يمتلكون المعلومات الخاصة عن مهام الشركة وقراراتها ويشاركون في صنع هذه القرارات واتخاذها، اذ بلغ مجتمع الدراسة (60) فرداً وقد تم توزيع (50) استمارة استبيان على المديرين والمسؤولين ورؤساء الاقسام في الشركة عينة البحث، وتم اعطاء المجال لهم، بعد اطلاعهم على الاستبانة بكل حرية، وتم تحديد الأفراد الذين لهم دور في عملية الابتكار التنظيمي. وبالمقابل كأحد عدد الاستثمارات المستلمة والمستوفية لشروط التحليل والدراسة من العينة والتي تم الاجابة عليها قد بلغت (40) استمارة استبيان، أي بنسبة 88%.

الجدول رقم (1) الخصائص الديمغرافية لعينة البحث

الخصائص	الفئة	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	28	70%
	أنثى	12	30%
	المجموع	40	100%
العمر	30 سنة فأقل	20	20%
	من 31 إلى 50 سنة	55	55%
	51 فأكثر	25	25%
	"المجموع"	40	100%
سنوات الخبرة	من 1 سنة إلى 10 سنوات	9	22.5%
	من 11 سنة إلى 20 سنة	23	57.5%
	21 سنة فأكثر	8	20%
	المجموع	40	100%
التحصيل الدراسي	بكالوريوس	10	25%
	دبلوم	12	30%
	دراسات عليا	18	45%
	المجموع	40	100%

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

سابعاً: حدود البحث:

تتعيّن حدود الدراسة بالمحددات الآتية:

1. **الحدود المكانية:** وقع اختيار الباحث على الشركة العامة للأنظمة الإلكترونية موقعاً للدراسة وهي إحدى الشركات التابعة لوزارة الصناعة والمعادن وهي اندماج لشركتين (الشركة العامة للمنظومات والشركة العامة لنظم المعلومات) والتي دُمجت تحت عنوان (الشركة العامة للأنظمة الإلكترونية).

2. **الحدود الزمانية:** اعتمد الباحث في تطبيق بحثه على استمارة الاستبانة خلال مدة الدراسة من نهاية السنة 2022 ولغاية منتصف السنة 2023.
3. **الحدود البشرية:** طبقت مفردات الدراسة على الموظفين في المناصب الادارية ممن يشتركون في صنع القرارات واتخاذها.

ثامناً : اداة جمع البيانات والمعلومات:

- أ . مصادر البيانات الثانوية : عن طريق الاطلاع على الدراسات السابقة، التي قدمت في مجال الذكاء الاستراتيجي والابتكار التنظيمي، والاطلاع على الدوريات والمجلات والنشرات والرسائل والاطروحات والكتب التي لها علاقة بموضوع البحث، وبعض مواقع الابحاث والمقالات على شبكة الأنترنت العربية والاجنبية.
- ب . مصادر البيانات الاولى : تم جمع البيانات الاولى عن طريق الاستبانة لقياس أثر الذكاء الاستراتيجي وأبعاده في تعزيز الابتكار التنظيمي مكونة من (40) فقرة.

تاسعاً : الأساليب الإحصائية المستعملة في البحث:

- الوسط الحسابي : من اجل معرفة مستوى متغيرات البحث .
- الانحراف المعياري : لمعرفة التشتت النسبي لقيم الاجابات عن وسطها الحسابي .
- معامل الارتباط سبيرمان : لتحديد نوع العلاقة وقوتها بين متغيرات البحث ودرجتها .
- تحليل الانحدار الخطي البسيط : لاختبار مدى تأثير متغير مستقل على متغير تابع .

المبحث الثاني: الذكاء الاستراتيجي

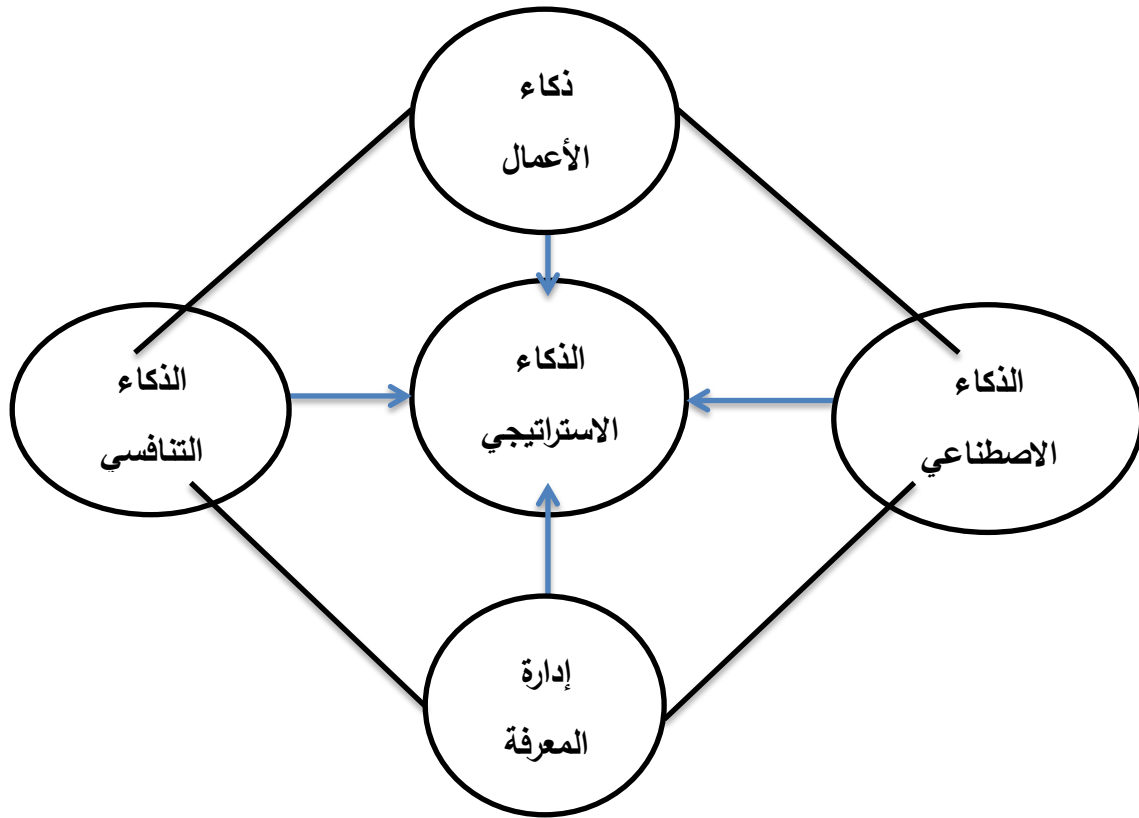
أولاً: مفهوم الذكاء الاستراتيجي:

يُعد مفهوم الذكاء الاستراتيجي من المفاهيم الإدارية الحديثة الذي تقوم فلسفته على مجموعة من الأفكار والمبادئ، والتي يُمكن لأي إدارة أن تتبناه من أجل تحقيق أفضل أداء ممكن لها. وبهذا سوف نتطرق إلى مفهوم الذكاء الاستراتيجي كما يأتي. فقد عرفه (Pellissier & Kruger, 2011; 99) على أنه كُـل ما تحتاج المنظمة إلى معرفته عن أعمال بيئتها لتتمكن من الحصول على نظرة ثاقبة في عملياتها، وتصميم الاستراتيجيات المناسبة التي من شأنها خلق قيمة عقلية حول الحاضر والمستقبل من اجل توقع الاتجاهات التي يجب اتخاذها. وأشار(أمين، 2014: 186) بأنه القدرة التي يتسم بها قادة المنظمات في جمع المصادر والمعلومات عن المنظمات المنافسة لها في الميدان، وكذلك تحديد نقاط الضعف، والعوامل التي تهدد بقاءها واستمرار ديمومتها في السوق. في حين عرفه (عمران، 2015: 1287) بأنها ابتكار لخارطة الطريق، وتوجه اصحاب القرار نحو صناعة واتخاذ قرارات اكثر وعياً عبر تلبية حاجاتهم الملحة للمعلومات وتوفيرها في الوقت المناسب بالدقة والكمية والجودة المطلوبة لصناعة قراراتهم بطرق عقلانية. في حين أشار(Uçaktürk, 2015: 235) عبارة عن مجموعة من النظريات والمنهجيات والعمليات، التي تحول البيانات إلى معلومات مفيدة وذات مغزى للأعمال التجارية للمساعدة في تحديد وتطوير وخلق ميزة تنافسية جديدة. وفي الاتجاه نفسه فقد عرفه (فائق وعبد، 2018: 113) بأنه إيصال المعلومات الصحيحة إلى الاشخاص المناسبين في الوقت المناسب لغرض اتخاذ قرارات عمل مستنيرة لمستقبل المنظمة. ويشير(الناصر، 2018: 121) إلى أن مفهوم الذكاء الاستراتيجي يبرز بوصفه صيغة

تجميعية لأنواع متعددة من الذكاءات: (الاصطناعي، الأعمال، التنافسي، إدارة المعرفة) لتحديد افضل السبل لموقف المنظمة لغرض التعامل مع التحديات التي تواجهها، والفرص المتاحة لتحقيق اقصى قدرة من الكفاءة والفاعلية. كما يعبر عن قدرة القيادة ومهارتها على التعامل مع المعلومات المتوفرة عن بيئة العمل، مع استعمال المعرفة التي يتيح من خلالها التنبؤ والتخطيط للمستقبل لصناعة القرار، فضلاً عن المعالجة والتكيف مع التغيرات البيئية (الافندي، 2023: 41).

وهذا ما يؤدي بالباحث إلى تقديم تعريف عام لمفهوم الذكاء الاستراتيجي، هو عملية اتصال وتواصل لقياس الأعمال والفعاليات المتحققة ومقارنتها بالخطط المعدة سابقاً من قبل القادة، لغرض اكتشاف الأخطاء ومعالجتها، وتحديد نقاط الضعف والقوة على الأمد البعيد بما يضمن وصولها للتميز والإبداع لتحقيق الابتكار في الشركة.

الشكل رقم (2) يوضح الصيغة التجميعية لمفهوم الذكاء الاستراتيجي



المصدر: الناصر، (2018)، نظم ذكاءات الأعمال لوحات عدادات الأعمال كمعمارية متكاملة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ص122.

ثانياً: أهمية الذكاء الاستراتيجي

تنبثق أهمية الذكاء الاستراتيجي من أهمية الدور الذي تلعبه هذه النخبة من القوى العاملة، لاقتناص الفرص وتعزيز مقدرات المنظمة الابداعية، بتقديم الأفكار الجديدة والابتكارات التي تسهم في تحسين المركز التنافسي للمنظمة. ومن هذا الاتجاه يمكن استعراض هذه الأهمية على النحو الآتي: اشار (عثمان، 2017: 168) إلى أن الذكاء الاستراتيجي يُعدّ الحجر الأساس الذي يساعد القائد في دعم القرارات الحاسمة واتخاذها، التي من شأنها أن تحدد مستقبل المنظمة، من خلال ترسيخ السمات القيادية للمنظمة، بوصفها سلاحاً تنافسياً. لتأهيل المنظمات وعامل للتطوير والابتكار والمنافسة،

كما يساعد في جعل قادة المنظمات يتحولون من أداء عمل العمليات غير المنهجية إلى أداء عمل أكثر هيكلية وتنظيمًا (العدوان، 2013: 20). وأوضح (العشي، 2013: 51) بأن الذكاء الاستراتيجي يقود المنظمة إلى التميز من خلال توفر المقدرة على وضع الحلول الاستراتيجية للمشكلات التي تواجه المنظمة في بيئتها، كما أنه يساعد المنظمة على تحقيق موقع تنافسي متفوق مقارنة مع مثيلاتها.

ويرى كل من (Pellissier & Kruger, 2011; 99)، (Levine & Nagel, 2017; 2390) أن للذكاء الاستراتيجي القدرة على حل مشكلات العمل، وتوقع سلوك المنافسين وتحليل الأهداف المستقبلية، وصياغة استراتيجيات مبتكرة لضمان نجاح المنظمة في البحث والتطوير وخلق قيمة للعملاء، والدخول إلى أسواق وصناعات جديدة.

ثانياً: عناصر الذكاء الاستراتيجي

نوقش موضوع عناصر الذكاء الاستراتيجي على وفق مداخل ورؤى مختلفة ومردود هذا الاختلاف أن المفكرين والأكاديميين تناولوا عناصر الذكاء الاستراتيجي من خلفيات علمية وتخصصات مختلفة وقد تَوَّه البعض منهم بجملة من العناصر تتمثل بما يأتي: (Maccoby & Scudder, 2011; 5) (Pellissier & Kruger, 2011; 100) (العزاوي، 2008: 36).

1- الاستشراف:

ينسق الاستشراف القدرات العقلية للقادة، ويمنحهم الرؤية والإبداع والنظرة الثاقبة لقضايا السوق والمنافسين، وهو أمر مهم في اتخاذ قراراتهم، ويوسع آفاق تحليلهم لها. وتبادل وجهات النظر مع بعضهم البعض كخبراء وليس كقادة لكل منظمة على حدة، مع فهم أكبر للقضايا الاستراتيجية على المدى الطويل، وتطوير وجهات نظر جديدة (العزاوي، 2008: 36). كما أنه يعكس قدرة وقابلية القادة على التفكير والتخطيط المستقبلي بالاستناد إلى قوى غير مرئية، الذي يمدّهم بالبصيرة والتفكير الشمولي، ويزيد من قدراتهم الإبداعية في تطوير استراتيجيات مبتكرة، ويساعد في توفير الدعم في عملية اتخاذ القرارات ورؤية الاتجاهات وتطوير الخطط الاستراتيجية التي تحقق أهداف المنظمة (اليساري، 2017: 47).

2- الرؤية المستقبلية:

هي المفتاح السحري الذي تسعى المنظمات لتحقيقه، والذي يزودها بشكل شامل عما تريد الوصول إليه (القطامين، 2013: 29). بوصفها منارة تسترشد بها المنظمات، لوضع الخطط الإنمائية للإدارة على المدى الطويل (عباس، 2018: 138). ويرى (المشعل، 2009: 94) بأنها صوره مستقبلية للمنظمة تعكس طموحات قادة المنظمة وآمال خبرائها، باعتبارها تمثل أحد الدوافع المهمة، التي تدفعهم للاجتهاد لتحسين المنتجات والخدمات والعمليات والتوصل إلى الابتكار للنهوض بالمنظمة والارتقاء بمستويات أدائها.

3- تفكير النظم:

يقصد به القدرة على توليف عناصر النظام المختلفة أو دمجها لغرض تحليلها، وفهم كيفية تفاعلها لتشكّل نظاماً أو صورة واضحة بشأن الأشياء التي يتم التعامل معها (العدوان، 2013: 28). وأشار (Stermann, 2006: 505) إلى أن

تفكير النظم يدعو إلى كشف العلاقات البيئية وتوسعتها، وتحسين القدرة على توليد الأدلة والتعلم والمعرفة، والتحفيز نحو التغيير الفعال. وأشار (عبيد، 2021: 33) إلى أنَّ الاعتماد على التفكير المنظم كأحد أدوات الذكاء الاستراتيجي يمكن أن يعزّز سمات القادة الناجحين في المنظمات من خلال تكوين رؤية واضحة وتقويم دقيق عن مجريات الأحداث التي تحيط بها والعلاقات التي تنشأ بين الأنظمة السائدة فيها والنتائج المتحصلة من تلك العلاقات.

4- الشراكة:

بدأت المنظمات المعاصرة تدرك أنَّ النهوض بواقع البنى التحتية يحتاج إلى تجاوز أنظمة التسلسلات الهرمية لهيكلها التنظيمية وتحفيز ادارتها بشكل مستدام على التنسيق والحوار المستمر بإنشاء شراكات بهدف الوصول إلى أفضل الموارد التكميلية، التي تكون خارج المنظمة والحصول على المعلومات التي تحتاجها لتحسين اساليب الإدارة وتنسيق العمليات والأنشطة الداخلية (عبيد، 2021: 34). وتُمثل الشراكة إحدى طرائق دعم استراتيجية المنظمة عن طريق إجراء أبحاث سوقية متسقة، من خلال جمع ومشاركة معلومات الزبائن والشركاء والسوق والصناعة وما يعني الاستفادة من إمكانات شبكة الأعمال التجارية للمؤسسة لتعزيز الابتكار وخلق فرص عمل أكثر إذ يجب أن تتبنى ثقافة تنظيمية مبنية على اتخاذ القرار المشترك، كما يمكن للمنظمات تحقيق الاستفادة من الشراكة من خلال البحث عن نماذج أعمال مبتكرة جديدة وقنوات مبيعات، والتي من خلالها يمكن اكتشاف إمكانات السوق غير المستغلة (هاشم، 2020: 62).

5- الابداع:

يقصد به الأنشطة والجهود التي تهدف إلى اضافة شيء جديد ليزيد من مستوى أداء المنظمة عن طريق إنتاج افكار ابداعية بارعه تنعكس على اداء المنظمة وإنتاجيتها (خصاونة، 2011: 28). وأوضح (علي، 2019: 749) بأنه عملية تحويل المعرفة إلى منتجات وعمليات جديدة، كما أنه لا ينطوي فقط على العلم و التكنولوجيا، أنما يشمل تحديد حاجات ورغبات الزبائن وتلبيتها، والتحسينات في المنتج والخدمة لخلق نتائج فريدة. وأشار (Bolton, 2004; 28) إلى أنَّ الابداع نشاط مستمر للقادة الانكباء، يبحث إلى ايجاد طرائق جديدة للقيام بالانشاطات والأعمال لتوليد افكار خلاقة، إذ يقترن الإبداع بالقدرة على الابتكار لغرض تحويل الافكار إلى تطبيق على ارض الواقع.

رابعاً: مراحل عملية الذكاء الاستراتيجي

تتكون عملية الذكاء الاستراتيجي من مجموعة من المراحل المتداخلة والمتصلة، لذا فإنَّ عرض هذه المراحل يتيح للمنظمة التركيز عليها بقصد تفهم أبعادها، ومنَّ ثمَّ يمكن وصف هذه المراحل حسب Pellissier & Kruger, 2011: (104)، (داود، 2016: 228)، (Xu, 2007: 5) كالآتي:

1- الاستشعار الذي ينطوي على بناء الوعي والقدرة لدى القادة، وتحديد مؤشرات التغيير المناسبة للمنظمة (الداخلية و الخارجية).

2- الجمع يركز على طرائق جمع البيانات، التي يمكن أن تكون ذات مغزى.

3- التنظيم ينطوي على هيكلية البيانات التي تم جمعها في أشكال مناسبة، وهيكلتها واستعمالها كمصادر للمعلومات.

4- المعالجة: تركز على تحليل البيانات باستعمال الطرائق والأدوات المناسبة وتحويلها إلى معلومات.

5- التواصل ينطوي على التغليف وتبسيط الوصول إلى المعلومات للمستخدمين.

6- استعمال التركيز على تطبيق المعلومات في صناعة القرارات، ووضع الخطط وإنجازها.

خامساً: مبادئ الذكاء الاستراتيجي

لقد تباينت آراء الرواد والباحثين في شأن تحديد مبادئ الذكاء الاستراتيجي تبعاً لتفاوت وجهات نظرهم من ناحية والزوايا التي ينظرون بها إلى هذا الموضوع من ناحية أخرى. فقد أشار كُلٌّ من (العدوان، 2013: 24) (القطامين، 2013: 32) بوجود أربعة مبادئ أساسية موضحة كما يأتي:

- 1- **مبدأ المشاركة:** يُسهم الذكاء الاستراتيجي في الحوار بين صانعي القرار المعنيين بين مختلف الأقسام، لغرض وضع سياسات وخطط المنظمة بطريقة تعمل على التوافق بين القيم والمصالح التي تخدم المنظمة.
- 2- **مبدأ الموضوعية:** يدعم الذكاء الاستراتيجي التكوين الموضوعي للتصورات المقنعة من خلال توفير المؤشرات والتحليلات وآليات معالجة البيانات المناسبة.
- 3- **مبدأ التوسط والتنظيم:** يسهل الذكاء الاستراتيجي التفاهم المتبادل حول تصورات المشاركين المختلفين وخلفياتهم، مما يساعد في حل النزاعات والمناقشات التي تحدث في المنظمة.
- 4- **مبدأ دعم القرار:** تساعد عملية الذكاء الاستراتيجي على زيادة اتخاذ القرارات والمساهمة في عملية التنفيذ الناجح لها بعد ذلك.

المبحث الثالث: الابتكار التنظيمي

أولاً: مفهوم الابتكار التنظيمي

أولى الكتاب والباحثون اهتماماً متزايداً لموضوع الابتكار بصورة عامة والابتكار التنظيمي بصورة خاصة، إذ تناولت الأدبيات والدراسات للسلوك التنظيمي ونظرية المنظمة أهمية الابتكار بالنسبة للمنظمات لما له من دور كبير في بقائها ونجاحها.

فالابتكار هو عملية إنشاء وتطوير وتنفيذ المنتج والخدمة، والعملية الجديدة، بهدف تحسين الكفاءة والفعالية والميزة التنافسية، بطريقة تضيف قيمة للمنظمة وأصحاب المصلحة فيها، بمعنى أنه تطبيق الأفكار الجديدة التي تؤدي إلى تحسين ملحوظ في المنتجات والخدمات والتنظيم والتسويق، بطريقة تهدف إلى إحداث تأثير إيجابي تتناسب مع استراتيجيات المنظمة وأهدافها (بن غبريد، 2019: 422). في حين عرّفته مؤسسة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) على أنه مجموعة الطرق العلمية التكنولوجية والتنظيمية والمالية والتجارية التي تمكن المنظمة من طرح منتجات جديدة ومحسنة في السوق (OECD, 2002; 52).

أما الابتكار التنظيمي فقد توسعت الدراسات مشبعةً بالعديد من التعريفات، وتكاد كُلُّ هذه التعريفات تقريباً لا تخلو من توافر شرطين أساسيين للأفكار أو الإجراءات أو المنتجات التي تتميز بالابتكار التنظيمي. فقد أوضح بعض العلماء ضرورة وجود شرطين أساسيين لولادته في أي هيكل تنظيمي وهما الحداثة أو الجودة، والمنفعة أو الفائدة (العطوي، 2012: 122). في حين عرّف (برنوطي، 2004: 395) بأنه الابتكار الذي تنتجه المنظمة، وليس فرداً محدداً، فقد أصبحت الاختراعات والابتكارات منتجاً أساسياً للمنظمة المعاصرة التي تحتاج إلى الاستمرار في النمو. فهو نتاج جهد جماعي وفريق عمل متكامل في المنظمة وليس جهداً فردياً، ويُعدّ الابتكار التنظيمي عاملاً مهماً في تطوير المنظمات

ونجاحها وتحقيق الميزة التنافسية وكذلك تحقيق مركز مالي جيد وإمكانيات على مستوى المجتمع (Sullivan&Ford, 2010; 505). إذ لهُ القدرة على إعادة تأسيس الهياكل التنظيمية والإدارية والعمل بها، بحيث يمكن لهذه الهياكل أن تستجيب للتغيرات البيئية المحيطة بالمنظمة (مسلم، 2014: 161).

ويرى الباحث بأن الابتكار التنظيمي هو عبارة عن استشراف واقع المستقبل من خلال خلق افكار وخطط تتصف بالحدثة والملاءمة تُسهم في خلق المنفعة للشركة وتحقق الميزة التنافسية لها.

ثانياً: أنواع الابتكار التنظيمي

1- الابتكار الإداري:

تعددت مفاهيم الابتكار الإداري من وجهة نظر بعض الكتاب إذ عرّفه (عرقاوي وآخرون، 2020: 53) بأنه الوصول إلى مفاهيم جديدة يمكن تحويلها إلى سياسات وتنظيمات تُسهم في تطوير الأداء في المنظمة. وأوضح (أوكيل، 2011: 41) أنه تحسين الأساليب التي يتم من خلالها إدارة الموارد المختلفة وتجديدها، بما في ذلك المورد البشري، من خلال مراعاة التطورات في البيئة والتفكير الإداري، لذلك كلما استمر الابتكار، ساعدت المنظمة على الازدهار. وأشار (الشعار، 2014: 225) إلى استعمال المنظمات للتطبيقات الإدارية الجديدة القائمة على الحاسوب، أو استعمال المنظمة لأساليب جديدة، لتحسين الأساليب المستعملة لمكافأة العمال وتدريبهم، وتحسين الهياكل التنظيمية الحالية و وصول المنظمة إلى مصادر تمويل جديدة.

2- الابتكار التقني (التكنولوجي):

حدد المجلس الاستشاري المركزي للعلوم والتكنولوجيا في الولايات المتحدة الأمريكية الابتكار التقني أو التكنولوجي بطرائق مختلفة، لكن الابتكار اتخذ معنى عاماً، مشيراً إلى الخطوات التجارية والصناعية والتقنية التي تؤدي إلى تسويق منتجات جديدة والسلع المصنعة، إذ أدى التطور التكنولوجي السريع إلى نتيجة واضحة وهي تسريع ظهور المنتجات واختفائها وقصر دورة حياتها مما يجبر المنظمات على إنشاء برامج لتطوير منتجاتها لتجنب تقادمها (الكعبي، 2016: 130). ويشير (الشعار، 2014: 227) إلى أنه سلوك يعتمد على اعتماده على الأفكار أو الأساليب الجديدة في مجال عرض المنتجات الجديدة أو استعمال عمليات الإنتاج الجديدة أو إدخال التطورات عليها.

3- الابتكار الإضافي:

يُعرف الابتكار الإضافي بأنه الابتكار الذي يشكّل حدود البيئة التنظيمية، والتي تذهب إلى أبعد من الوظائف الابتدائية للعمل بالمنظمة. كما يتجاوز هذا النوع من الابتكار الوظائف التقليدية من خلال إضافة برامج المساعدة التي تساعد في تطوير خدمة عامة فريدة من نوعها وتعزيزها، وكذلك تجاوز الوظائف الأساسية مثل برامج تطوير الوظائف التعليمية والمكاتب العامة، والبرامج التسويقية، لذلك نجد أن هذه الابتكارات تجلب تغييرات وتحسينات في المنتجات كخدمات إضافية (أبو حلوب، 2015: 36). ويعرفه (أبو سنيمة، 2020: 36) بأنه تبني القيادة لمواصلة الابتكار عبر دعم التطوير المستمر، الذي يعمل ضماناً استمرارية المؤسسة، وضمان تقديم الخدمات بطريقة مميزة تنقل متلقي الخدمات لمستوى عالٍ من الرضا والتفاعل، فالخدمات الإضافية هي التي تحدد الميزة التنافسية للمؤسسة وتنظم الحفاظ على جهودها. ويؤكد كل من (جبريل والعوامي، 2018: 22) أن التركيز على الابتكار التقني أكثر من التركيز على الابتكار الإداري يؤدي إلى فجوة تنظيمية تؤثر سلباً في أداء المنظمة. ولقد وجدت الدراسات أن المنظمات التي تعمل على تقليل الفجوة بين الابتكار الإداري والابتكار التقني يكون مستوى أدائها يكون بشكل أفضل.

ثالثاً: خصائص الشخصية المبتكرة:

لقد أوضح الكثير من الباحثين والعلماء وجود بعض الخصائص في حياة المبدعين تشير إلى أنهم من المبدعين ومنهم (التميمي، 2016: 44) (أبو سنيمة، 2020: 25).

أ. الطلاقة الفكرية

ب. الذكاء العالي والقدرة على التعقل والذاكرة القوية في الطفولة المبكرة.

ت. مستوى الطاقة المرتفع والتحرك السريع نحو الإنتاج والالتزام.

ث. الاستقلالية العالية والتفضيل للعمل المنفرد.

ج. الإحساس بمفهوم الذات على أنه ذو قدرة إبداعية.

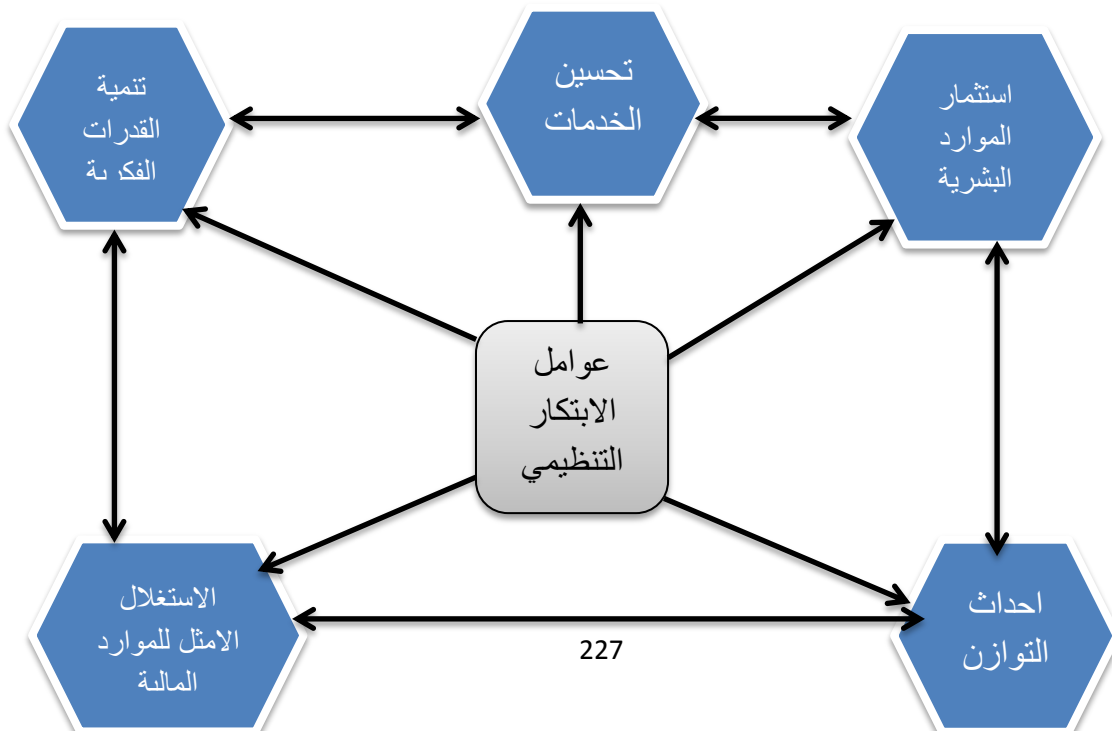
ح. الحساسية العالية للتفاصيل والأنماط أو الظواهر المتنوعة.

خ. القدرة على تقويم الأفكار

رابعاً: عوامل تعزيز الابتكار التنظيمي:

يوضح (الكعبي، 2016: 129) أن العوامل الشخصية تعد من بين العوامل التي تعمل على تعزيز الابتكار التنظيمي. ومن أهم هذه العوامل: المرونة، الاستقلالية في العمل، الانفتاح على الآخرين، الثقة الذاتية، النشاط والدافعية. وأشار (أوكل، 2011: 186) إلى أن الاتصال مع أصحاب المواهب من شأنه أن يدفع إلى التعلم والتقليد ثم التحسين فالابتكار، طالما أن العنصر البشري وذكائه موجودان كمصدر للأفكار، فإن مناخ العمل المحفز يعزز فرص الابتكار التنظيمي. أما (الحساوي، 2018: 70) فأشار إلى أن الابتكار التنظيمي يمكن تعزيزه من خلال العوامل السياقية والتنظيمية المتاحة في بيئة العمل، ومن بين هذه العوامل (اللامركزية) التي تسهم في تحفيز الفرد على الابتكار والقيادة التحويلية والوعي بالدعم التنظيمي، فهي عوامل مهمة لتشجيع العمال لتقديم وإيجاد أفكار وحلول مبتكرة تخدم عمل المنظمة، فضلاً عن الثقافة التنظيمية وأنظمة المكافآت وقيود الموارد والمناخ التنظيمي الداعم.

الشكل رقم (3) يوضح عوامل الابتكار التنظيمي



المصدر: حيدر عباس عبيد الحسناوي، (2018)، راس المال المعرفي وأثره في تحقيق الابتكار التنظيمي (دراسة تحليلية لآراء اعضاء مجالس الكليات والجامعات الاهلية في محافظة كربلاء المقدسة)، ص61.

المبحث الرابع: العلاقة التبادلية بين (متغيري الذكاء الاستراتيجي والابتكار التنظيمي)

تضاربت آراء العلماء حول ربط الذكاء بالابتكار فمنهم من يعتقد أنّ كلّ ذكي هو مبتكر والبعض الآخر لا يرى ضرورة أنّ يكون الأذكاء جميعهم مبدعين، فقد نجد شخصا يتميز بالابتكار ولكنه لا يتمتع بمستوى عالٍ من الذكاء، كما أنّه من الممكن أنّ نجد شخصا اخر شديد الذكاء ولكنه ليس مبتكرا، ويمكن القول أنّ هناك قدر من التمايز بين الابتكار والذكاء وليس تمايز تام، حيث يصعب أنّ نقول على الشخص المبتكر ضعيف العقل، وأشارت دراسات الباحثين مثل (رازيك) و(الكنائتي) إلى وجود علاقة دالة بين الابتكار والذكاء (سرايا، 2007: 152). اذ يعتمد التركيز الرئيسي للمنظمات المبتكرة على تطويرها لبيئة تعليمية تعمل على بلورة الاتجاهات المبتكرة في نهج فكري وعلمي، بناءً على القيم والمعايير والممارسات الوظيفية التي تعمل على ترسيخ الابتكار كهدف تنظيمي محدد ومطلوب، و لإيجاد الأنظمة والطرانق التي تجعل العملية المبتكرة ذات قيمة وظيفية تمثل قاسماً مشتركاً بين العاملين من الرتب المهنية جميعها (الحسناوي، 2018: 71). وأوضحت(أبو عيادة، 2016: 36) أنّ للذكاء الاستراتيجي دور كبير في مجال الابتكار الإداري، حيث يعزّز قدرة القادة على إجراء التحليل الاستراتيجي ، مما يمكنهم من السيطرة على المنافسين في سوق العمل فضلاً عن مساعدتهم في صياغة البرامج والخطط، وذلك من خلال التنبؤ بأبعاد التطور العلمي والتكنولوجي وتأثيراته المستقبلية. كما وبيّن(اللامي و العيساوي ، 2015 : 136) أنّ أهميّة الذكاء تبرز في المؤسسات من خلال الابتكار الذي يقود إلى التجديد، والتجديد بدوره يقود إلى التميز والتقدم، وينظر بحاجة المؤسسة الدائمة إلى التطوير وتحسين الأداء ورفع الكفاءة ليكون لديها القدرة على المنافسة ولا شك أنّ الافكار والحلول تُسهم بشكل كبير في مواجهة الازمات، وتجديد المشكّل ات الادارية باستمرار وتنوعها يجعل الحاجة الماسة إلى التفكير لطرح افكار جديدة لحل تلك المشاكّل بطريقة مبتكرة وفعالة في معالجة الازمة، فالمؤسسات يمكن أنّ تصنف ضمن قسمين: قسم متقدم وسائر في طور التطور، وهؤلاء المبتكرون، وقسم قائم كأنّ راضياً بما عنده، وهؤلاء الأتباع المقلدون، فالمؤسسة تبغي في أنّ تكون ضمن القسم الأول لمواجهة الأزمات.

المبحث الخامس: الجانب الميداني /عرض النتائج واختبار الفرضيات وتحليلها

أولاً : تشخيص ابعاد الذكاء الاستراتيجي وتحليلها.

يكشف الجدول (1): الاوساط الحسابية الموزونة، الانحرافات المعيارية، والأهميّة النسبية لأبعاد الذكاء الاستراتيجي ، كما يعكس الجدول وسطاً حسابياً موزوناً اجمالياً بلغ (3.50)، ويبلغ الانحراف المعياري الإجمالي (0.562)، وأهميّة نسبية سجّلت (70%) ، الذي يشير إلى التناسق في اجابات العاملين، وفي الوقت نفسه يوضح مستوى الذكاء مقبولة من قبل أفراد العيّنة، وقد تضمّن هذا البعد خمسة ابعاد فرعية وهي :

أ . الاستشراف: يبيّن الجدول (1) وسطاً حسابياً مرجّحاً عاماً فوق الوسط المعياري في الفقرات كافة، وأشرّت النتائج وسطاً حسابياً مرجّحاً عاماً بلغ (3.71) وبتناسق جيد في الاستجابات، إذ سجّلت قيمة الانحراف المعياري العام (0.540)، وأهميّة نسبية سجّلت (74.2%) الذي يؤكّد على اتّفاق أفراد العيّنة بشأن مضمون هذا البعد، والذي يفسر أنّ

الشركة العامة للأنظمة الإلكترونية تقدم الخدمات إلى الزبائن بالشكل الصحيح من أول مرة ، وقد حقق هذا البعد المرتبة (الثانية) من حيث الأهمية النسبية من بين ابعاد الذكاء الاستراتيجي .

ب . الرؤية المستقبلية: يبين الجدول (1) وسطاً حسابياً مرجحاً عاماً فوق الوسط المعياري في الفقرات كافة، وأشرت النتائج وسطاً حسابياً مرجحاً عاماً بلغ (3.80) وبتناسق جيد في الاستجابات، إذ سجلت قيمة الانحراف المعياري العام (0.423)، وأهمية نسبية سجلت (76%) الذي يؤكد على اتفاق أفراد العينة بشأن مضمون هذا البعد، الذي يدل على أن الشركة تحرص على تقديم الخدمات إلى الزبائن بأسرع وقت ممكن ، وقد حقق هذا البعد المرتبة (الأولى) من حيث الأهمية النسبية من بين ابعاد الذكاء الاستراتيجي .

ت . تفكير النظم : يبين الجدول (1) وسطاً حسابياً مرجحاً عاماً فوق الوسط المعياري في الفقرات كافة، وأشرت النتائج وسطاً حسابياً مرجحاً عاماً بلغ (3.22) وبتناسق جيد في الاستجابات، إذ سجلت قيمة الانحراف المعياري العام (0.978)، وأهمية نسبية سجلت (64.4%) الذي يؤكد على اتفاق أفراد العينة بشأن مضمون هذا البعد، الذي يؤثر عن تناسب وقت عمل الشركة مع اوقات عمل العاملين والزبائن كافة، وقد حقق هذا البعد المرتبة (الخامسة) من حيث الأهمية النسبية من بين ابعاد الذكاء الاستراتيجي .

ث . الشراكة: يبين الجدول (1) وسطاً حسابياً مرجحاً عاماً فوق الوسط المعياري في الفقرات كافة، وأشرت النتائج وسطاً حسابياً مرجحاً عاماً بلغ (3.32) وبتناسق جيد في الاستجابات، إذ سجلت قيمة الانحراف المعياري العام (0.546)، وأهمية نسبية سجلت (66.4%) ما يؤكد على اتفاق أفراد العينة بشأن مضمون هذا البعد، من حيث اهتمام الشركة بالعاملين ومظهرهم وأناقتهم، وقد حقق هذا البعد المرتبة (الرابعة) من حيث الأهمية النسبية من بين ابعاد الذكاء الاستراتيجي.

ح . الإبداع: يبين جدول (1) وسطاً حسابياً مرجحاً عاماً فوق الوسط المعياري في الفقرات كافة، وأشرت النتائج وسطاً حسابياً مرجحاً عاماً بلغ (3.45) وبتناسق جيد في الاستجابات، إذ سجلت قيمة الانحراف المعياري العام (0.323)، وأهمية نسبية سجلت (69%)، الذي يؤكد على اتفاق أفراد العينة بشأن مضمون هذا البعد، عن طريق اهتمام الشركة بتقديم خدمات خالية من المخاطرة، وقد حقق هذا البعد المرتبة (الثالثة) من حيث الأهمية النسبية من بين ابعاد الذكاء الاستراتيجي .

الجدول (1) الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لأبعاد الذكاء الاستراتيجي

الترتيب	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	ابعاد الذكاء الاستراتيجي
الثانية	74.2%	0.540	3.71	الاستشراف
الأولى	76%	0.423	3.80	الرؤية المستقبلية
الخامسة	64.4%	0.978	3.22	تفكير النظم

الرابعة	%66.4	0.546	3.32	الشراكة
الثالثة	%69	0.323	3.45	الإبداع
-	70	0.562	3.50	اجمالي ابعاد الذكاء الاستراتيجي

المصدر : اعداد الباحث على وفق مخرجات Spss .

ثانيا : تشخيص ابعاد الابتكار التنظيمي وتحليلها:

يكشف الجدول (2): الأوساط الحسابية الموزونة، الانحرافات المعيارية، والأهمية النسبية لأبعاد الابتكار التنظيمي، كما يعكس الجدول وسطاً حسابياً موزوناً اجمالياً يبلغ (3.29)، ويبلغ الانحراف المعياري الإجمالي (0.561)، وأهمية نسبية شكّلت (66%) ، الذي يشير إلى التناسق في اجابات العاملين، وفي الوقت نفسه يوضح مستوى الابتكار جيد من قبل أفراد العيّنة ، وقد تضمن هذا البعد ثلاثة ابعاد فرعية وهي :

أ . الابتكار الإداري : يبيّن الجدول (2) وسطاً حسابياً مرجّحاً عاماً فوق الوسط المعياري في الفقرات كافة، وأُثّرت النتائج وسطاً حسابياً مرجّحاً عاماً بلغ (3.55) وباتساق جيد في الاستجابات، إذ سجّلت قيمة الانحراف المعياري العام (0.590)، وأهمية نسبية سجّلت (71%) ما يؤكّد على اتّفاق أفراد العيّنة بشأنّ مضمون هذا البعد، ويدل على رغبة العاملين في الشركة بالبقاء والاستمرار في العمل بالشركة، وقد حقّق هذا البعد المرتبة (الأولى) من حيث الأهمية النسبية من بين ابعاد الابتكار التنظيمي.

ب . الابتكار التقني: يبيّن الجدول (2) وسطاً حسابياً مرجّحاً عاماً فوق الوسط المعياري في الفقرات كافة، وأُثّرت النتائج وسطاً حسابياً مرجّحاً عاماً بلغ (3.19)، وباتساق جيد في الاستجابات، إذ سجّلت قيمة الانحراف المعياري العام (0.453)، وأهمية نسبية سجّلت (64%) الذي يؤكّد على اتّفاق أفراد العيّنة بشأنّ مضمون هذا البعد، ويدل في الوقت نفسه على أنّ العاملين في الشركة يحملون شعور الانتماء والتعلق النفسي بالشركة، وأنّ هذا الإحساس نابع من إدراكهم للخصائص التي تميز عملهم من استقلالية وأهمية ، وقد حقّق هذا البعد المرتبة (الثانية) من حيث الأهمية النسبية من بين ابعاد الابتكار التنظيمي.

ت . الابتكار الإضافي : يبيّن جدول (2) وسطاً حسابياً مرجّحاً عاماً فوق الوسط المعياري في الفقرات كافة، وأُثّرت النتائج وسطاً حسابياً مرجّحاً عاماً بلغ (3.14) وباتساق جيد في الاستجابات، إذ سجّلت قيمة الانحراف المعياري العام (0.642)، وأهمية نسبية سجّلت (63%) الذي يؤكّد على اتّفاق أفراد العيّنة بشأنّ مضمون هذا البعد، الذي يفسر شعور العاملين في الشركة بدعم ادارة الشركة لهم والسماح لهم بالمشاركة والتفاعل الايجابي، وقد حقّق هذا البعد المرتبة (الثالثة) من حيث الأهمية النسبية من بين ابعاد الابتكار التنظيمي.

الجدول (2) الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لأبعاد الابتكار التنظيمي

الترتيب	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	ابعاد الابتكار التنظيمي
الأولى	%71	0.590	3.55	الابتكار الإداري
الثانية	%64	0.453	3.19	الابتكار التقني
الثالثة	%63	0.642	3.14	الابتكار الإضافي
-	%66	0.561	3.29	اجمالي ابعاد الابتكار التنظيمي

المصدر : إعداد الباحث على وفق مخرجات Spss .

ثالثاً : تحليل علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث .

نركز هنا على اختبار فرضيات الارتباط التي صيغت استرشاداً بما افرضه التراكم الفكري بخصوص العلاقة بين متغيرات البحث (الذكاء الاستراتيجي ، الابتكار التنظيمي)، وبالذات حول وجود ارتباط بين ابعاد الذكاء الاستراتيجي والابتكار التنظيمي ، وسنهتم بإظهار العلاقات عبر قيمة (Z) تحت مستوى معنوية (0.05)، اما بخصوص معرفة معنوية التأثير لكل متغير فرعي من المتغيرات التفسيرية في المتغير المستجيب اعتمد الباحث على مقارنة قيمة (F) المحتسبة بقيمة (F) الجدولية تحت مستوى معنوية (0.05) وعلى النحو الآتي :

1 . العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والابتكار التنظيمي.

انطلقت الفرضية الرئيسية الأولى من توقع الباحث عن (وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الذكاء الاستراتيجي بأبعاده والابتكار التنظيمي بأبعاده)، وينبثق منها خمس فرضيات فرعية من اجل تدقيق العلاقات التي يوضحها جدول (3) الذي يعكس علاقات الارتباط بين متغيرات البحث لتوليد الوضوح والتفسير بخصوص توفر النتائج لدعم الفرضية من عدمها، وكأنت النتائج على النحو الآتي :

أ . اظهر الاستشراف بوصفه احد ابعاد الذكاء الاستراتيجي علاقة معنوية مع الابتكار التنظيمي، إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.447*)، وتعني هذه العلاقة أنه كُلّ ما زاد الاهتمام ببعد الاستشراف في الشركة ارتبط ذلك معنوياً بالابتكار التنظيمي المقدم إلى الزبائن.

ب . اظهرت الرؤية المستقبلية بوصفها احدى ابعاد الذكاء الاستراتيجي علاقة معنوية مع الابتكار التنظيمي، إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.427*)، وتعني هذه العلاقة أنه كُلّ ما زاد الاهتمام ببعد الرؤية المستقبلية في الشركة ارتبط ذلك معنوياً بالابتكار التنظيمي المقدم إلى الزبائن.

ت . اظهر تفكير النظم بوصفه أحد أبعاد الذكاء الاستراتيجي علاقة ارتباط معنوية مع الابتكار التنظيمي ، إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.439^*)، وهذه العلاقة تعني أنه إذا زاد الاهتمام ببعد تفكير النظم في الشركة ارتبط ذلك معنوياً بالابتكار التنظيمي المقدم إلى الزبائن.

ث . اظهرت الشراكة بوصفه أحد أبعاد الذكاء الاستراتيجي علاقة ارتباط معنوية مع الابتكار التنظيمي ، إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.445^*)، وتعني هذه العلاقة أنه إذا زاد الاهتمام ببعد الشراكة في الشركة ارتبط ذلك معنوياً بالابتكار التنظيمي المقدم إلى الزبائن.

ج . اظهر الإبداع بوصفه أحد ابعاد الذكاء الاستراتيجي علاقة ارتباط معنوية مع الابتكار التنظيمي ، إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.432^*)، وتعني هذه العلاقة أنه إذا زاد الاهتمام ببعد الإبداع في الشركة ارتبط ذلك معنوياً بالابتكار التنظيمي المقدم إلى الزبائن.

ح . يشير الجدول (3) إلى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين ابعاد الذكاء الاستراتيجي مجتمعة التي تمثل المتغيرات المستقلة مع الابتكار التنظيمي الذي يمثل المتغير التابع، عن طريق المؤشر الكلي لمعامل الارتباط، الذي بلغ (0.487^*) ، وهذا يدل أنه كلما زاد الاهتمام من قبل الشركة بأبعاد الذكاء الاستراتيجي ، كأن هنالك ابتكار في الخدمات المقدمة إلى الزبائن .

وبناءً على ما تقدم من نتائج علاقات الارتباط بين المتغيرات المستقلة والبعد التابع على المستوى الجزئي والكلي، يمكن قبول الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على: (وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين ابعاد الذكاء الاستراتيجي والابتكار التنظيمي) .

الجدول (3) المختبر الإحصائي لفرضيات الارتباط بين متغيرات البحث

المتغيرات	الاستشرا ف	الرؤية المستقبلية	تفكير النظم	الشراكة	الإبداع	مجمّل ابعاد الذكاء الاستراتيجي
الابتكار التنظيمي	Spearman	0.447^*	0.427^*	0.439^*	0.445^*	0.488^*
	Correlation					
	Sig. (2tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	150	150	150	150	150

المصدر : إعداد الباحث على وفق مخرجات SPSS .

2. تأثير الذكاء الاستراتيجي في الابتكار التنظيمي .

نصت الفرضية الرئيسية الثانية على: (وجود تأثير معنوي للذكاء الاستراتيجي بأبعاده في تحسين الابتكار التنظيمي بأبعاده)، ويظهر الجدول (4) النماذج المعنوية بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي في تحسين الابتكار التنظيمي بأبعاده على النحو الآتي :

أ . اظهر الاستشراف بوصفه أحد أبعاد الذكاء الاستراتيجي تأثيراً معنوياً في الابتكار التنظيمي، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (37.00) وهي معنوية، كونها أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (3.9201) عند مستوى (0.05)، وهذه النتيجة تسمح بقبول الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على: (ينعكس تأثير الاستشراف في الابتكار التنظيمي) .

ب . اظهرت الرؤية المستقبلية بوصفها احد ابعاد الذكاء الاستراتيجي تأثيراً معنوياً في الابتكار التنظيمي، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (32.56) وهي معنوية، كونها أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (3.9201) عند مستوى (0.05)، وهذه النتيجة تسمح بقبول الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على (ينعكس تأثير الرؤية المستقبلية في الابتكار التنظيمي) .

ت . أظهر تفكير النظم بوصفه أحد ابعاد الذكاء الاستراتيجي تأثيراً معنوياً في الابتكار التنظيمي، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (34.04) وهي معنوية، كونها أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (3.9201) عند مستوى (0.05)، وهذه النتيجة تسمح بقبول الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على: (ينعكس تأثير تفكير النظم في الابتكار التنظيمي) .

ث . اظهرت الشراكة بوصفها احد ابعاد الذكاء الاستراتيجي تأثيراً معنوياً في الابتكار التنظيمي، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (32.04) وهي معنوية، كونها أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (3.9201) عند مستوى (0.05)، وهذه النتيجة تسمح بقبول الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على: (ينعكس تأثير الشراكة في الابتكار التنظيمي) .

ج . اظهر الإبداع بوصفه احد ابعاد الذكاء الاستراتيجي تأثيراً معنوياً في الابتكار التنظيمي، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (30.00) وهي معنوية، كونها أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (3.9201) عند مستوى (0.05)، وهذه النتيجة تسمح بقبول الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على (ينعكس تأثير الإبداع في الابتكار التنظيمي) .

ح . اظهرت العلاقة وجود تأثير معنوي بين للذكاء الاستراتيجي في الابتكار التنظيمي، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (44.04) وهي معنوية، كونها أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (3.9201) عند مستوى (0.05)، والنتائج المذكورة توفّر دعماً قوياً لقبول الفرضية الرئيسية الثانية التي تنص على: (يوجد تأثير معنوي للذكاء الاستراتيجي بأبعاده في تحسين الابتكار التنظيمي بأبعاده) على المستوى الفردي والإجمالي.

الجدول (4) المختبر الإحصائي لفرضيات التأثير

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل التحديد	F المحتسبة	Sig
الاستشراف	اجمالي	%0.20	37.00	0.000
الرؤية المستقبلية	ابعاد	%0.18	32.56	0.000

الابتكار التنظيمي	0.000	34.04	%0.19	تفكير النظم	الاستراتيجي
		32.04	%0.17	الشراكة	
		30.00	%0.16	الإبداع	
	0.000	54.04	%0.33	الذكاء الاستراتيجي اجمالاً	

المبحث السادس: الاستنتاجات والتوصيات

أولاً : الاستنتاجات .

1. أنّ مجيء بعد الاستشراف بالمرتبة الأولى من حيث مستوى الأهمية، يدل على العناية الكبيرة من قبل الشركات لهذا البعد أكثر من بقية الأبعاد .
2. اشارت النتائج أنّ بعد الابتكار التقني قد شغلَ المرتبة الأولى في تقويم العاملين بالشركة للابتكار التنظيمي، وبمؤشر مرتفع، في حين نال معيار الابتكار الإضافي المقام الأخير بمؤشر مرتفع .
3. حققت العوامل المستقلة الخمسة والمتمثلة بأبعاد الذكاء الاستراتيجي مؤشراً مرتفعاً من الاجابات، وهذا ما يعكس المسؤولية الاخلاقية للعاملين، وكذلك حقّق الابتكار التنظيمي بأبعاده المؤشر المرتفع على وفق استجابات أفراد العيّنة.
4. وجود أثر معنوي لأبعاد الذكاء الاستراتيجي في تطوير الابتكار التنظيمي على المستوى الإجمالي، وهذه النتيجة تعزز ما تمّ التوصل إليه في الفرضية الرئيسة الأولى .
5. اثبتت النتائج صحة أنموذج الدراسة الذي يمثّل تفاعل المتغيّرات، ووجود تجانس في الإجابات لعيّنة الدراسة وتحقيق مستوى جيد للمتغيّرات(الذكاء الاستراتيجي ، الابتكار التنظيمي)، وذلك يعكس مدى فهم إدارات الشركة عيّنة الدراسة للمتغيّرات.

ثانياً: التوصيات .

1. ضرورة نشر الوعي والمعرفة لدى العاملين في الشركة من اجل الوصول إلى قناعة مفادها، أنّ الذكاء الاستراتيجي من العوامل المهمة في تحسين الابتكار التنظيمي.
2. ضرورة الاهتمام بالقيادات الإدارية وادخالهم دورات تدريبية خاصة والاعتماد على البحث والتطوير لزيادة معرفتهم حول مفهوم الذكاء الاستراتيجي وتخصيص مستشارين لهذا المجال لتوسيع نطاق ادراكهم حول استشراف المستقبل لتوحيد رؤية الاحداث والتعامل معها وفق متطلبات كلّ مرحلة واستشعارهم للقضايا ذات التأثير في الشركة قيد الدراسة.
3. ضرورة قيام الإدارة العليا في الشركة ببذل المزيد من الاهتمام لمواكبة الافكار الجديدة واستعمال التقنيات الحديثة في ايصال خدماتها.
4. الاستعانة بخبراء مختصين في مجال الذكاء الاستراتيجي يكون دورهم استشاري فقط للاستفادة من خبراتهم في كيفية استعمال مثل هذا الذكاء وتوظيفه في عملية اتّخاذ القرارات.
5. ضرورة صياغة برامج تهدف إلى التحسين المستمر لدعم عملية الابتكار التنظيمي في الشركة .

6. تعزيز مفهوم الابتكار التنظيمي من قبل الشركة، وتوضيح ابعاده ومبادئه وترسيخها في داخل الشركة.
7. تبني اقامة الدورات والورش والمحاضرات من قبل المختصين من اجل تعزيز قيم الذكاء الاستراتيجي في مختلف الشركات .

المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر باللغة العربية

1. أبو حلوب، مهند محمد عرفة سالم، (2015)، التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالابتكار التنظيمي(دراسة ميدانية على العاملين في القطاع الخاص الإنتاجي الصناعي الفلسطيني في الاستراتيجية الوطنية للتصدير)، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، قسم إدارة الأعمال، جامعة الازهر غزة.
2. أبو سنيمة، اسعد سلمان عطيه، (2016)، الابتكار التنظيمي لدى مديري المدارس الحكومية بمحافظة غزة وعلاقته بالسعادة الوظيفية لدى المعلمين من وجهة نظرهم، رسالة ماجستير، كلية التربية، قسم اصول التربية والإدارة التربوية، جامعة الاقصى.
3. أبو عيادة، ندى عمر عبدالله، (2016)، الذكاء الاستراتيجي وعلاقته بنجاح المنظمات(دراسة تطبيقية على المديرين في مجموعة الاتصالات الفلسطينية بقطاع غزة)، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، قسم إدارة الأعمال، جامعة الازهر غزة.
4. الأفندي، عبدالله مروان عبدالله، (2023)، الرصد الاستراتيجي وانعكاساته على إدارة الاحتواء العالي(دراسة تحليلية لآراء عينة من القيادات الإدارية في الجامعة التقنية الشمالية والتشكيلات التابعة لها)، رسالة ماجستير، الكلية التقنية الادارية، قسم تقنيات ادارة الأعمال، الجامعة التقنية الشمالية.
5. أمين، هنار ابراهيم، (2014)، دور الذكاء الاستراتيجي في عمليات التصنيع الاخضر دراسة استطلاعية لآراء المديرين في عينة من مصانع المياه المعدنية في محافظة دهوك، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد(20)، العدد(77)، ص(181-201).
6. أوكيل، سعيد، (2011)، الابتكار التكنولوجي لتحقيق التنمية المستدامة وتعزيز التنافسية، الطبعة الأولى، مكتبة العبيكان، الرياض.
7. برنوطي، معاد ثابت، (2004)، أساسيات في إدارة الأعمال، ط 2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
8. بن غبريد، رياض، (2019)، الإبداع والابتكار كمدخل لمساهمة الكفاءات في استدامة الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة NCA Rouiba، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد (12)، العدد (1)، ص(419-434).
9. التميمي، اسماء فوزي حسن، (2016)، مهارات التفكير العليا (التفكير الإبداعي، التفكير الناقد)، مركز ديونو لتعليم التفكير، الطبعة الأولى، الأردن.
10. جبريل وائل محمد، العوامي، احمد محمد، (2018)، أثر الدعم التنظيمي على إدارة الابتكار دراسة ميدانية على عينة من العاملين بشركة البريقة لتسويق النفط بمدينة بنغازي ليبيا، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والادارة، المجلد(2)، العدد(3)، ص(10-55).

11. الحسناوي، حيدر عباس عبيد، (2018)، راس المال المعرفي وأثره في تحقيق الابتكار التنظيمي (دراسة تحليلية لآراء أعضاء مجالس الكليات والجامعات الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة)، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم إدارة الأعمال، جامعة كربلاء.
12. الحسناوي، حيدر عباس عبيد، (2018)، رأس المال المعرفي وأثره في تحقيق الابتكار التنظيمي (دراسة تحليلية لآراء أعضاء مجالس الكليات والجامعات الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة)، رسالة ماجستير كلية الإدارة والاقتصاد، قسم إدارة الأعمال، جامعة كربلاء.
13. خصاونة، عاكف لطفي، (2011)، إدارة الابتكار والابداع في منظمات الأعمال، دار ومكتبة الحامد النشر والتوزيع، ط1، عمان.
14. داود، فضيلة سلمان، (2016)، الاداء الريادي على وفق الذكاء التنافسي والاستراتيجي بحث استطلاعي في عينة من المصارف الأهلية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد(22)، العدد(90)، ص(219-239).
15. سرايا، عادل، (2007)، تكنولوجيا التعليم المفرد وتنمية الابتكار، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
16. الشعار، اسحق محمود، (2014)، أثر تطبيق إدارة الجودة في الابتكار (دراسة تطبيقية على المنظمات الصناعية الاردنية)، مجلة العلوم الادارية، المجلد(41)، العدد(2)، ص(22-239).
17. عباس، أنس عبد الباسط، (2018)، الإدارة الاستراتيجية رؤية معاصرة، دار النشر الدولي، الرياض.
18. عبيد، عقيل حسن، (2021)، دور الذكاء الاستراتيجي في تعزيز جودة المنظمة من خلال ادارة علاقة الزبون، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم ادارة الأعمال، الجامعة العراقية.
19. عثمان، مزمل علي محمد، (2017)، اختبار أثر عناصر الذكاء الاستراتيجي على فاعلية اتخاذ القرارات التنظيمي دراسة حالة(مؤسسة الشرق للصحافة والنشر-الدمام-المملكة العربية السعودية)، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد(1)، العدد(1)، ص(161-181).
20. العدوان، عبد العزيز منصور عوض، (2013)، دور الذكاء الاستراتيجي وجودة المعلومات على جودة القرارات في البنوك التجارية الكويتية، رسالة ماجستير، في تخصص إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة عمان العربية.
21. عرقاوي، سامر محمد، حرز الله، فادي احمد، أبو حفيظة، سهى مفيد، أبو مؤيس، مهند، (2020)، الابتكار الإداري واستراتيجية قيادة الأعمال: العلاقة والأثر دراسة حالة في الشركة الاسلامية للتنمية، مجلة جامعة فلسطين التقنية للأبحاث، المجلد(8)، العدد(1)، ص(47-64).
22. العزاوي، بشرى هاشم محمد، (2008)، أثر العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي وقرارات عمليات الخدمة في النجاح الاستراتيجي، دراسة اختبارية تحليلية لآراء عينة من رؤساء وأعضاء مجالس عدد من كليات جامعة بغداد، اطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
23. العشي، نهال شفيق، (2013)، أثر التفكير الاستراتيجي على أداء الإدارة العليا في المنظمات غير الحكومية العامة في مجال التأهيل التربوي، رسالة ماجستير، كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، الجامعة الاسلامية غزة.

24. العطوي، عامر علي حسين، (2012)، إدارة قوى التنافس لضمان الأداء المنظمي المستدام في اطار نموذج التوازن الديناميكي للتنظيم (بحث تحليلي في عينة من كليات الجامعات العراقية)، أطروحة دكتوراه كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة بغداد.
25. علي، عبد الأمير حسن، (2019)، إمكانية تطبيق الذكاء الاستراتيجي في الوحدات الاقتصادية العراقية ودوره في تخفيض تكاليف الإنتاج، واسط للعلوم الإنسانية، 15 (ج2 مستلات)، 778-737.
26. عمران، نضال عبد الهادي، (2015)، أثر الذكاء الاستراتيجي على الابداع التنظيمي دراسة تطبيقية في شركة اسياسيل، مجلة جامعة بابل/العلوم الصرفة والتطبيقية، المجلد(23)، العدد(3)، ص(1280-1308).
27. فائق، تلا عاصم، عبد، عذراء محسن، (2018)، دور الذكاء الاستراتيجي في تعزيز الاداء المنظمي بحث استطلاعي لآراء القيادات الإدارية لجامعة الفلوجة، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد(24)، العدد(107)، ص(108-127).
28. القطامين، عبد المهدي عطا الله، (2013)، أثر الذكاء الاستراتيجي في رأس المال الهيكلي في شركات الاتصالات الخلوية، أطروحة دكتوراه ، في تخصص إدارة الاعمال، كلية الاعمال، جامعة عمان العربية.
29. الكعبي، حميد سالم، (2016)، دور التمكين الإداري في تعزيز الابتكار التنظيمي، مجلة المثنى للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد(6)، العدد(1)، ص(122-138).
30. اللامي، غسان قاسم داود، العيساوي، خالد عبدالله ابراهيم، (2015)، إدارة الازمات الاسس والتطبيقات، جامعة بغداد.
31. مسلم، تامر حمدان عبد القادر، (2015)، أثر الذكاء الاستراتيجي على القيادة من وجهة نظر القيادات الإدارية العليا في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، قسم إدارة الأعمال، جامعة الأزهر غزة.
32. مسلم، عبدالله حسن، (2015)، الابداع والابتكار الاداري في التنظيم والتنسيق، الطبعة الأولى، دار المعترف للنشر والتوزيع، عمان.
33. المشعال، الهادي، (2009)، التخطيط وتحسين أداء المؤسسات الإنتاجية والخدمية في البيئة العربية الاسلامية ، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان.
34. الناصر، عامر عبد الرزاق عبدالمحسن، (2018)، نظم ذكاءات الأعمال لوحات عدادات الأعمال كمعمارية متكاملة ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
35. هاشم، ياسين رشيد، (2020)، دور الذكاء الاستراتيجي في النجاح التنظيمي، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم الإدارة العامة، جامعة بغداد.
36. اليساري، صلاح مهدي عباس ، (2017) ، الذكاء الاستراتيجي والنزاهة للقائد ودورها في تحقيق الأداء المتميز، دراسة تحليلية لآراء عينة من مسؤولي العتبة الحسينية المقدسة، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم إدارة الأعمال، جامعة كربلاء.

ثانياً: المصادر باللغة الإنكليزية

1. Awan , Usama & Sroufe , Robert & Kraslawski , Andrzej (2019) “Creativity enables sustainable development: Supplier engagement as aboundary condition for the positive effect on green innovation” , Journal of Cleaner Production 226 , 172-185.
2. Bolton, Bill, & Thompson, John (2004), Entrepreneurs: talent, temperament, technique, Jordan Hill, Oxford: Elsevier Ltd.
3. Levine, S. S., Bernard, M., & Nagel, R. (2017). Strategic intelligence: The cognitive capability to anticipate competitor behavior. Strategic Management Journal, 38(12), pp, (2390-2423).
4. Pellissier, R., & Kruger, J. (2011). A study of strategic intelligence as a strategic management tool in the long-term insurance industry in South Africa. *European Business Review*, 23, pp, (609-631).
5. Sterman, John D, (2006), Learning from evidence in a complex world, American Journal of public Health, vol. (96), No. (3), pp, () .
6. Sullivan, D. 8 Ford, C. (2010), The ALigament of measures and tons tracts in organizational Research The case of Testing measurement .models of creativity. J. Bus psycho, 25:505.
7. Uçaktürk, A., Uçaktürk, T., & Yavuz, H. (2015). Possibilities of usage of strategic business intelligence systems based on databases in agile manufacturing. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 207, pp, (234-241).
8. Xu, Mark (2007). Managing Strategic Intelligence: Techniques and Technologies, Information Science Reference, Hershey, NewYork. OECD, Les PME à forte croissance et l’emploi, paris, 2002.

ملحق (1) الاستبانة

متغيرات البحث

الرجاء تحديد وجهة نظركم في العبارات الآتية بوضع علامة (✓) أمام العبارة التي تناسبكم :

ت	الفقرة	نعم بشكل كبير	نعم بشكل متوسط	لا أوافق	لا أوافق بشكل كبير
	المقياس الخاص بالذكاء الاستراتيجي : في أنها ابتكار لخارطة الطريق، وتوجه اصحاب القرار نحو صناعة واتخاذ قرارات اكثر وعياً عبر تلبية				

					حاجاتهم الملحة للمعلومات وتوفيرها في الوقت المناسب بالدقة والكمية والجودة المطلوبة لصناعة قراراتهم بطرق عقلانية	
					أولاً : الاستشراف: قدرة القادة وقابليتهم على التفكير والتخطيط المستقبلي بالاستناد إلى قوى غير مرئية، والذي يمددهم بالبصيرة والتفكير الشمولي، ويزيد من قدراتهم الإبداعية في تطوير استراتيجيات مبتكرة، ويساعد في توفير الدعم في عملية اتخاذ القرارات ورؤية الاتجاهات وتطوير الخطط الاستراتيجية التي تحقق أهداف المنظمة.	
					هل لدى إدارة الشركة القدرة على استقراء المستقبل باتجاه تطوير الاستراتيجية الملانة في الأمد الطويل.	1
					تتابع إدارة الشركة التغييرات التي تحدث في البيئة الخارجية بشكل دوري ومستمر.	2
					تعتمد إدارة الشركة على الاستشراف المنهجي في تشخيص التعقيدات والتغييرات البيئية التي تواجهها.	3
					توظف إدارة الشركة قدرات حدسية في التعامل مع الاحداث المستقبلية.	4
					تتمتع إدارة الشركة بالخبرات اللازمة في التعاطي مع الاحداث المستقبلية واستباقها بإجراءات ممنهجة.	5
					ثانياً: الرؤية المستقبلية: منارة تسترشد بها الشركات لوضع الخطط الأنمائية للإدارة على المدى الطويل.	
					تتبنى إدارة الشركة رؤية مستقبلية واضحة لاتجاهات أعمال الشركة.	6
					تمتلك إدارة الشركة القدرة على تحويل الرؤية إلى واقع ممكن التطبيق ضمن رسالة الشركة وأهدافها.	7
					يتم استخدام الرؤية الشخصية في توحيد جهود العاملين باتجاه أغراض الشركة.	8
					نادراً ما تسعى إدارة الشركة إلى توضيح معنى الرؤية للعاملين في الكلية.	9
					يوجد لدى إدارة الشركة استعدادات علمية وبحثية مناسبة بما يلائم الأمد البعيد.	10

					ثالثاً: تفكير النظم: القدرة على توليف عناصر النظام المختلفة أو دمجها لغرض تحليلها، وفهم كيفية تفاعلها لتشكل نظاماً أو صورة واضحة بشأن الأشياء التي يتم التعامل معها.	
					11 أتعامل مع الشركة بوصفها كياناً متناسق الاجزاء.	
					12 اعتمد التفكير بالنظم كونه يساعدني في رؤية الأحداث التي تحيط بالشركة بصورة أكثر وضوحاً.	
					13 لدى ادارة الشركة القدرة على رؤية الأشياء غير المنظورة والتعامل مع المجهول لتنسيق الافكار وتحليل التناقضات في بيئة العمل.	
					14 أمتلك القدرة على تركيب العناصر المختلفة في الشركة لغرض إدارة المتناقضات البيئية	
					15 أنبنى دراسة الافكار الجمعية أكثر من الفردية كونها تحقق أعلى مستوى من التداوبية.	
					رابعاً: الشراكة: هي اتفاق بين عدد من الأطراف لتحقيق هدف أو أهداف مشتركة بواسطة أجاز عدد من الأعمال المشتركة مع الأخذ بالحسبان المصالح الخاصة لكل طرف من الأطراف، وهذا العمل الجماعي المشترك يتم على أساس تعاقد بين الأطراف المشاركة وأنّ اختلفت دوافعهم ومصالحهم	
					16 تتبنى ادارة الشركة الشراكة أسلوباً في تنفيذ رؤيتها وتحقيق أهدافها.	
					17 ترى ادارة الشركة في الشراكة أسلوباً يفقد الكلّ ية فرص تفوقها في تنفيذ رؤيتها على الشركات المناظرة.	
					18 تزداد قوة القرار عندما ينتج عن شركات متحالفة.	
					19 ترى ادارة الشركة أنّ الشراكة في العمل اسلوب يزيد من رصد المعرفة والمساهمات الابداعية.	
					20 تسعى ادارة الشركة لإقامة شراكة استراتيجية مع الشركات المناظرة محلياً واقليمياً ودولياً للاستفادة مما لديها من موارد وخبرات.	
					خامساً: الابداع: نشاط مستمر للقادة الانكباء يبحث عن ايجاد طرائق جديدة للقيام بالنشاطات والأعمال لتوليد افكار خلاقة، ، إذ يقترن الإبداع بالقدرة	

					على الابتكار لغرض تحويل الافكار إلى تطبيق على ارض الواقع.	
					تمتاز بالقدرة على طرح الافكار الابداعية والتي تحتاج إلى قرارات استراتيجية.	21
					تبحث بشكل مستمر عن المبادرات الجديدة التي يمكن تطبيقها في العمليات المصرفية.	22
					امتلك المقدرات الإبداعية كالطلاقة والمرونة والأصالة والجرأة في طرح الأفكار واستعمالها في إيجاد حلول للمشاكل التي تواجه المنظمة.	23
					تعتمد البحث والتطوير والحلول الابداعية بشكل كل ي لابتكار خدمات جديدة للشركة.	24
					أسعى دائماً إلى إيجاد حلول إبداعية للمشاكل التي تواجه منظمتي بسبب الظروف البيئية المتغيرة.	25
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة	ت
					المقياس الخاص بالابتكار التنظيمي: هو نتاج جهد جماعي وفريق عمل متكامل في المنظمة وليس جهداً فردياً، ويعتبر الابتكار التنظيمي عاملاً مهماً في تطوير المنظمات ونجاحها وتحقيق الميزة التنافسية وكذلك تحقيق مركز مالي جيد وإمكانيات على مستوى المجتمع.	
					أولاً: الابتكار الإداري: تحسين الأساليب التي يتم من خلالها إدارة الموارد المختلفة وتجديدها، بما في ذلك المورد البشري، من خلال مراعاة التطورات في البيئة والتفكير الإداري، لذلك كُـل ما استمر الابتكار ، ساعد الشركة على الازدهار .	
					تهتم الإدارة بتشجيع الابتكار في الاداء لدى العاملين في الشركة	26
					تعمل الإدارة على تعزيز الثقة الاحترام لدى العاملين في الشركة لتشجيعهم على توليد الافكار.	27
					تتبنى إدارة الشركة نظام منح الحوافز والمكافآت لغرض تشجيع العاملين.	28
					المحاولة على تطبيق طرق جديدة لحل أي مشكل ة	29
					تهتم الإدارة على تشجيع العاملين بوضع افكار تطويرية لتنفيذ العمل	30

					ثانياً: الابتكار التكنولوجي(التقني): سلوك يعتمد على اعتماده على الأفكار أو الأساليب الجديدة في مجال عرض المنتجات الجديدة أو استعمال عمليات الإنتاج الجديدة أو إدخال التطورات عليها.	
					تهتم الشركة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات كجزء من عملية التطوير التنظيمي.	31
					تستخدم الشركة التكنولوجيا والتقنيات الحديثة في تقديم الخدمات الجديدة.	32
					تجري الشركة تغييرات في تصميم خدماتها لتتماشى مع التقنيات التكنولوجية الحديثة.	33
					تعتمد الشركة على قواعد بيانات ومعلومات محدثة عند تحليل بيئتها الداخلية والخارجية.	34
					تشجع الشركة على تنفيذ الأفكار الجديدة المرتبطة بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بدون أي عراقيل.	35
					ثالثاً: الابتكار الإضافي: تبني القيادة لمواصلة الابتكار عبر دعم التطوير المستمر، الذي يعمل على ضمان استمرارية المؤسسة، وضمان تقديم الخدمات بطريقة مميزة تنقل متلقى الخدمات لمستوى عال من الرضا والتفاعل.	
					أن أصحاب الشركات يقترحون سبلاً جديدة لتحقيق أهداف العمل	36
					أن أصحاب الشركات يأتون بأفكار تطبيقية جديدة لتحسين الأداء	37
					يعدّ المدير مصدر جيد للأفكار الخلاقة والمبدعة.	38
					أن المديرين يطورون الخطط والجدول الزمنية لتنفيذ الأفكار الجديدة.	39
					أن المديرين يقدمون طرائق جديدة لأداء مهامهم في العمل.	40