

تأثير عمليات الاستشعار البيئي في تعزيز مؤشرات النجاح الاستراتيجي

بحث استطلاعي تحليلي لآراء عينه من مديري بعض الشركات العاملة في محافظة كربلاء المقدسة

Impact of Environmental Sensing Processes on enhancing Indicators of Strategic Success

Analytical exploratory research of the opinions of a sample of managers of some companies operating in the holy city of Karbala

أ.م.د. احمد عبد الله امانة الشمري
كلية الادارة والاقتصاد/جامعة كربلاء
ahmed.a@uokerbala.edu.iq

م.م محمد عوض جاراالله الشمري
كلية الادارة والاقتصاد/جامعة كربلاء
mohammed.awad@uokerbala.edu.iq

م . فاطمة عبد علي سلمان
كلية الادارة والاقتصاد/جامعة كربلاء
fatima.abid.ali@uokerbala.edu.iq

الملخص

هدف البحث الى قياس تأثير عمليات الاستشعار البيئي في تعزيز مؤشرات النجاح الاستراتيجي ، اذ تشكل الإطار الفكري والفلسفي لهذا البحث من خلال تفاعل متغيرين هما (الاستشعار البيئي والنجاح الاستراتيجي)، ومن أجل فهم وتوضيح هذا الإطار فقد جرى اعتماد الأبعاد الجوهرية للاستشعار البيئي والمتمثلة بـ(المسح، المراقبة، التنبؤ، التقييم)، أما أبعاد النجاح الاستراتيجي فقد تجسدت بـ(البقاء، التكيف، النمو)، وقد سعى هذا البحث للأجابة على عدد من التساؤلات من خلال عرض الفلسفة النظرية والدلالات الفكرية لهذه المتغيرات، هذا فضلا لما تم التوصل له من خلال الجانب الميداني للبحث الذي تم الاعتماد فيه على تصميم استمارة استبيان تتلائم فقراتها مع طبيعة بيئة البحث والتي تمثلت في عينة من الشركات العاملة في محافظة كربلاء وهي (شركة نور الكفيل، شركة كاله، شركة بيسي كولا)، وقد خرج البحث بجملة من الاستنتاجات التي في ضوءها تم رفع عدد من التوصيات لشركات عينة البحث، ومن اهم الاستنتاجات التي توصل لها هذا البحث هي ان لعمليات الاستشعار البيئي دوراً فاعلاً وتأثيراً معنوياً في تحقيق النجاح الاستراتيجي للشركات عينة البحث.

الكلمات المفتاحية: الاستشعار البيئي، النجاح الاستراتيجي، التكيف البيئي.

Abstract

The research aimed to measure the impact of environmental sensing processes on enhancing indicators of strategic success , The intellectual and philosophical framework for this research was formed through the interaction of two variables: (environmental sensing and strategic success), in order to understand and clarify this framework, the essential dimensions of environmental sensing, such as (surveying, monitoring, forecasting, evaluation) were applied. As for the dimensions of strategic success, they are embodied in (survival, adaptation, growth). This research has sought to answer a number of questions by presenting theoretical philosophy and intellectual connotations of these variables. This is in addition to what has been reached through the field side of the research that was relied upon to design a questionnaire whose paragraphs fit with the nature of the research environment and that is represented in a sample of companies operating in the Karbala governorate (Noor Al Kafeel

Company, Kalah Company, Pepsi Cola Company). The research has come out this research in environmental sensing operations an effective role and a moral effect in achieving the strategic success of the sample companies.

Key words: Environmental Sensing, Strategic Success, Environmental Adaptation.

المقدمة

تعد مشكلة استمرارية المنظمات بالعمل في بيئتها من المشاكل التي تبحث عن حلول والتي شغلت تفكير الباحثين في مجال إدارة المنظمة والإدارة الاستراتيجية ومديري المنظمات العامة والخاصة على حدٍ سواء ، إذ بدأت تنصب الجهود بأيجاد النماذج واقتراح البدائل التي تحقق للمنظمة التكيف والنمو والبقاء في ظل ظروف بيئية شديدة التعقيد والتغيرات الديناميكية والتي تتصف بها بيئة العمل العراقية إذ تتعرض منذ قبل عقدين من الزمن لظروف غير طبيعية أثرت على وجود وعمل المنظمات بصورة عامة، لذلك وقع اختيار الباحثين على موضوع البحث بسبب ما تعانيه هذه المنظمات من تهديدات حقيقية وانطلاقاً من أهمية وخطورة هذه التهديدات التي تتعرض لها هذه المنظمات جاء هذه البحث ليوضح أهمية وتأثير عملية الاستشعار البيئي من خلال توظيف مؤشرات المتمثلة بـ(المسح، المراقبة، التقييم، التنبؤ) في تحقيق رؤية ورسالة المنظمة في الوصول الى مراتب النجاح الاستراتيجي المنشود. وأما عن هيكل البحث فلقد تمت مناقشة مكونات البحث ضمن أربع محاور، كرس الأول منها لعرض منهجية البحث، أما المحور الثاني فقد تناول الخلفية النظرية للبحث، والمحور الثالث عرض تحليل وتفسير نتائج استجابات عينة البحث بشأن متغيرات البحث، واختبار فرضياته الرئيسية، والمحور الرابع كرس لعرض أهم الاستنتاجات والتوصيات التي توصل إليها الباحثين.

المحور الأول ((منهجية البحث))

أولاً: مشكلة البحث

يؤدي موضوع الاستشعار البيئي الدور الأكبر في دورة حياة كل الشركات على اختلاف حجمها وطبيعة نشاطها فهو يعد السبيل الاوحد في تحقيق النجاح الاستراتيجي المنشود لهذه الشركات، عن طريق تمكينها من اتخاذ القرارات الإدارية الحيوية بكفاءة وفعالية عالية في ضوء المتغيرات البيئية، فهو يساعد متخذي القرار على فهم ومتابعة واستشعار هذه التغيرات والتطورات وترجمتها لصالح الشركة، ويتم ذلك من خلال ما تحصل عليه الشركة من معلومات مهمه ناجمة عن استشعار بيئتها وقيامها برصد حركة المتغيرات الخارجية من اجل جمع وإيصال المعلومات من والى الشركة. وفي ضوء ذلك تم تحديد مشكلة البحث من خلال إثارة التساؤل الرئيس الآتي: (هل تدرك إدارات الشركات عينة البحث دور عمليات الاستشعار لبيئة عملها في تحقيق النجاح لها على المستوى الاستراتيجي؟) ويتفرع عنه التساؤلات التالية: -

1. ما مستوى اهتمام إدارات الشركات عينة البحث لعمليات الاستشعار البيئي؟
2. هل تستفيد إدارات الشركات عينة البحث من مخرجات الاستشعار البيئي؟
3. هل تسهم عمليات الاستشعار البيئي في تحقيق النجاح الاستراتيجي للشركات عينة البحث؟
4. ما طبيعة العلاقة والتأثير بين عمليات الاستشعار البيئي ومؤشرات النجاح الاستراتيجي في الشركات عينة البحث؟

ثانياً: أهمية البحث

تأتي أهمية البحث في إطارها النظري والميداني من خلال محاولة تحديد دور الاستشعار البيئي في تحقيق النجاح الاستراتيجي للشركات قيد البحث، لأن مثل هذا الربط بحد ذاته إضافة علمية جديرة بالاهتمام، وذلك لان الشركات العراقية

تعمل في بيئة مضطربة في الوقت الراهن وتواجه تحديات وضغوط بيئية متنوعة، ولكي تتمكن من البقاء والنمو عليها التكيف مع البيئة وتقلباتها والعمل على مواجهة المنافسة، عن طريق توظيف نقاط القوة الموجودة داخل الشركة ومعالجة نقاط الضعف فيها. أما أهمية البحث الميدانية فإنها تتميز في تقديم الأسس التي تمكن الشركات عينة البحث من التعرف على دور الاستشعار البيئي في تحقيق النجاح الاستراتيجي والوقوف على مضامين هذه العلاقة على مستوى الشركات قيد البحث.

ثالثاً: أهداف البحث

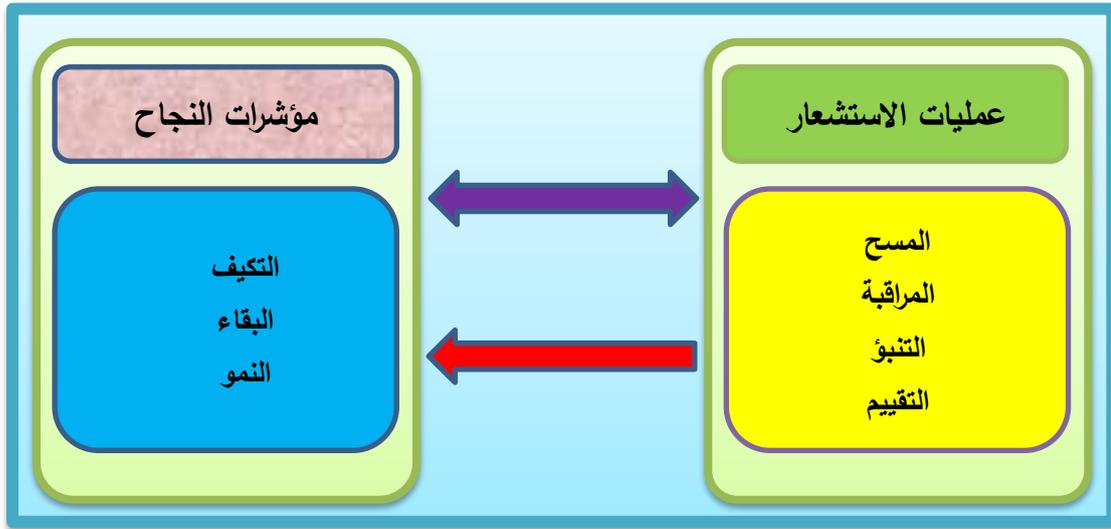
في ضوء مشكلة البحث وأهميته يهدف البحث الى تشخيص وتحليل العلاقة والأثر بين مؤشرات الاستشعار البيئي ومؤشرات أو ابعاد النجاح الاستراتيجي، ومن هذا الهدف يمكن تأشير الأهداف الفرعية التالية التي يسعى هذه البحث لتحقيقها:-

- 1- تقديم دراسة نظرية وميدانية لإدارة الشركات عينة البحث عن طبيعة تأثير الاستشعار البيئي في تحقيق النجاح الاستراتيجي.
- 2- محاولة بناء أنموذج فرضي واختباره للوصول إلى صورة تعكس تأثير الاستشعار البيئي في تحقيق النجاح الاستراتيجي.
- 3- قياس مدى إدراك عينة البحث لعمليات الاستشعار البيئي في تعزيز النجاح الاستراتيجي.
- 4- قياس علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث (الاستشعار البيئي والنجاح الاستراتيجي).
- 5- تقديم مجموعة من التوصيات للشركات عينة البحث وذلك اعتماداً على التحليل والنتائج التي تحصل عليها الباحثين.

رابعاً: مخطط البحث الافتراضي

سيعتمد البحث المخطط الفرضي الموضح في الشكل رقم (1) والذي يبين تأثير الاستشعار البيئي بعملياته المتمثلة بـ(المسح، المراقبة، التنبؤ، التقييم) في تحقيق النجاح الاستراتيجي بأبعاده المتمثلة بـ(التكيف، البقاء، النمو) .

شكل (1) مخطط البحث الفرضي



المصدر : من اعداد الباحثين

خامساً: فرضيات البحث

في ضوء المخطط الفرضي للبحث تم صياغة فرضياته وكما يأتي:

1. الفرضية الرئيسة الأولى: لا يوجد ارتباط ذو دلالة معنوية للاستشعار البيئي بعملياته مع النجاح الاستراتيجي بأبعاده.
2. الفرضية الرئيسة الثانية: لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة معنوية لعمليات الاستشعار البيئي في تحقيق النجاح الاستراتيجي بأبعاده.
3. الفرضية الرئيسة الثالثة: لا تتباين الشركات عينة البحث في تبني متغيرات الاستشعار البيئي.
4. الفرضية الرئيسة الرابعة: لا تتباين الشركات عينة البحث في تبني متغيرات النجاح الاستراتيجي.

سادساً: أساليب جمع البيانات وتحليلها

بهدف الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة والإجابة على تساؤلات البحث واختبار فرضياته فقد تم اعتماد عدداً من الأساليب وكما يأتي:

- 1- الجانب النظري: لقد اعتمد الباحثين في تغطية الجانب النظري للبحث على ما هو متوافر من المصادر العربية والأجنبية الحديثة التي تناولت موضوع البحث من كتب ودوريات وبحوث ودراسات ورسائل واطاريح جامعية، فضلاً عن شبكة المعلومات الدولية (الانترنت).
- 2- الجانب العملي: لقد استعان الباحثين لتنفيذ الجانب العملي على استمارة الاستبيان والتي صممت على نحو يتلاءم مع الشركات عينة البحث، وقد تم عند صياغتها مراعاة الدقة والشمولية لمحوري البحث، وتم تدرج الاستجابة على فقرات الاستبيان تدريجاً خماسياً (مقياس ليكرت الخماسي) والمرتب بالتدرج من عبارة اتفق بشدة التي تأخذ الوزن (5 صحيح) وصولاً إلى العبارة لا اتفق بشدة التي أخذت الوزن (1 صحيح) وبوسط فرضي قدرة (3)، ولغرض تحقيق أهداف البحث قام الباحثين بتصميم الاستمارة وتقسيمها إلى جزئين رئيسيين هما: الجزء الأول: ويتضمن العبارات الخاصة بالمتغير المستقل (الاستشعار البيئي) والتي شملت (20) فقرة لقياسه وزعت على المتغيرات التي اعتمدها الباحثين في الجانب النظري والمخطط الفرضي للبحث. (5) فقرات لكل بعد فرعي (المسح، المراقبة، التنبؤ، التقييم. استناداً لمقياس (الشمري، 2012)، الجزء الثاني: ويتعلق بالمتغير المعتمد (النجاح الاستراتيجي) بأبعاده الثلاثة ويضم (15) فقرة، (5) فقرات للبقاء وللتكيف والنمو.

سابعاً: أدوات التحليل الإحصائي

استخدم الباحثين الأساليب الآتية لتحليل العلاقات بين متغيرات البحث واختبار فرضياته وهي:

1. الأساليب الإحصائية الوصفية: تستخدم للتحقق من تركز إجابات عينة البحث وتشتتها وهي (الوسط الحسابي الموزون، الانحراف المعياري).
2. الأساليب الإحصائية التحليلية: وتتمثل بـ(معامل الارتباط البسيط Spearman، معادلة الانحدار البسيط، الانحدار المتعدد بطريقة ((Stepwise)).
3. تم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS V.25) لمعالجة البيانات.

المحور الثاني الجانب النظري للبحث

أولاً // مفهوم الاستشعار البيئي

لقد استخدم (Thompson,1967:165) مصطلح الاستشعار البيئي لأول مرة، بوصفه طريقة للتكيف مع البيئة الخارجية بهدف حماية الجوهر التقني للمنظمة، إذ يشير مفهوم الاستشعار البيئي إلى النشاطات أو الوظائف التي تتطلب من أعضاء المنظمة استنزاف كل أو جزء من وقتهم في التعامل مع أفراد ومنظمات خارج حدود منظماتهم (Hodge&Anthony,2003:111)

وقد أشار (Raghu&Vinze,2005:1-5) إن عملية الاستشعار البيئي يجب ان تدار من خلال توليفة متوائمة من (التكنولوجيا والمهارات والمعرفة) لضمان نجاح المنظمة في بيئة عدم التأكد. وقد أوضح (Dess et al.,2005:43) ان الاستشعار البيئي يتضمن مراقبة البيئة الخارجية للمنظمات للتنبؤ بالتغيرات البيئية من مصادرها والتنبؤ بالتغيرات الحالية تحت أي اتجاه، كما إن الاستشعار البيئي الناجح يندر المنظمة عن الاتجاهات والأحداث الحاسمة قبل أن تتطور تلك التغيرات وإدراك مخاطرها وقبل أن يميزها المنافسون، فالاستشعار البيئي يجسد أنماط من الأنشطة الخاصة بالجماعة أو المنظمة التي توضع على مدى مدة من الزمن، لكي تتمكن المنظمة من تطوير كفاءاتها في مواجهة مخاطر عدم التأكد البيئي لذا فهي بحاجة الى بذل المزيد من الجهود في دعم قدرتها ومهارتها في الاستشعار البيئي على المستوى الداخلي والخارجي (Levina&Vaast,2006:13) لذا فهو عبارة عن مجموعة من الأنشطة التي تحدث ضمن الحدود الداخلية والخارجية للمنظمة من اجل الحفاظ على مستوى التفاعل في علاقة المنظمة مع البيئة المحيطة بها (Hustad&Bechina,2012:122)، ويرى (Ofstein,2013:7) ان الاستشعار البيئي هو مدخل ابداعي يرفد العملية التنظيمية بمعلومات جديدة عن البيئة من خلال ربط المنظمة مع بيئتها، مما يسهل تدفق المعلومات بين البيئة والمنظمة يؤدي بالنهاية الى تعزيز عملية التفاعل بينهما. وفي ضوء ما تقدم يرى الباحثين بأن الاستشعار البيئي هو عملية ديناميكية مستمرة لها اهمية قصوى لجميع منظمات الاعمال على اختلاف حجمها وطبيعتها نشاطها، كونه يضمن لها القدرة على قراءة المستقبل واغتنام الفرص المتاحة فيه وتعزيز امكاناتها في مواجهة المخاطر المتوقعة، مما يمكنها من البقاء والنمو في عالم الاعمال الخاص بها.

ثانياً // أهمية الاستشعار البيئي

لقد أشار (Ansett,2005:39) ان أهمية الاستشعار البيئي تتم من خلال القيام بخدمة الادوار الاستراتيجية في المنظمات عن طريق جمع المعلومات الهامة أو الحساسة، والحصول على ردود الفعل والتصورات من البيئة الخارجية من خلال شبكات أصحاب المصلحة ومن ثم تفسير وترجمة تلك المعلومات مرة أخرى في منظماتهم. في نهاية المطاف، إذا كان المستشعرون بيئياً فاعلين، فإن نشاط الاستشعار البيئي سوف يؤدي إلى الابتكار والابداع في الاستراتيجية أو العمليات أو المنتجات، كما قد أوضح كلاً من (Lee & Fleming,2007:165) إلى أن الاستشعار البيئي يشكل أهمية كبيرة بالنسبة للمنظمات في عملية الابتكار إذ انه عن طريق الاستشعار البيئي يتم التعرف على التطورات التقنية الحديثة والابتكارات في البيئة الخارجية من خلال المستشعرين بيئياً ويذكر (الصقال،2004: 22) ان اهمية الاستشعار البيئي تكمن في تكوين فهم عميق عن التأثيرات الرئيسة على المنظمة لكي تتمكن من تحديد خيارها الاستراتيجي بالاعتماد على قدرتها ومواردها لمواجهة التأثيرات السلبية واستثمار الإيجابية منها.

أما (العارض،2001: 5) فيرى إن اهمية الاستشعار البيئي يتجسد في دراسة وتحليل العوامل المؤثرة والحاسمة في اتجاه مسار المنظمة الحالي والمستقبلي وبما يضمن الاختيار السليم للاستراتيجية. ويرى (Voros,2003:7) ان الاستشعار

البيئي هو عملية تساعد الإدارة العليا في مهمتها لوضع الخطط باتجاه مستقبل ناجح للمنظمة ، من خلال تعزيز قدرتها في الجوانب الحيوية التالية :-

1. القدرة على التعرف والدخول للأسواق الجديدة بنجاح.
 2. القدرة على تحديد الفرص في مجال التنوع والتكامل العمودي (الرأسي).
 3. تنمية العلاقات وتطويرها.
 4. ضم أفضل التكنولوجيات والتوسع من خلال المغامرات والتحالفات والشراكات.
 5. القدرة على التكيف التكنولوجي بنجاح والحصول على خبرات منظمات الأعمال في البلد بشروط خاصة.
 6. القدرة على الإبداع والتكامل لامتلاك التغييرات والتحسينات للعمليات الحالية.
- يتجلى مما سبق ان عمليات الاستشعار البيئي تعد بمثابة الإنذار المبكر للمنظمة امام بيئتها التي تعمل بها من المخاطر والتهديدات التي قد تواجهها حالياً ومستقبلاً فضلاً عن تمييز الفرص المتاحة والمستقبلية الممكن استثمارها والاستفادة من مزاياها قبل المنافسين.

ثالثاً // أبعاد الاستشعار البيئي

- 1- المسح: تشير عمليات المسح إلى مسح البيئة بشكل عام لاكتشاف التغير البيئي الجاري وتحديد الاشارات للتغير البيئي المحتمل، إذ تقوم الإدارة العليا قبل صياغة الاستراتيجية بفحص البيئة الخارجية من أجل التعرف على الفرص والتهديدات المحتملة، وغالباً ما تكون المعلومات التي تحصل عليها المنظمة من خلال عمليات الفحص البيئي غامضة أو غير كاملة أو غير مترابطة (Hitt et al., 2001:41) وتقع على الإدارة العليا مسؤولية تحليل البيانات وإعطائها المعنى الدقيق وتحويل تلك البيانات إلى معلومات تستفيد منها المنظمة. ويعد الفحص نشاطاً مهماً لأنه يتضمن تحديد متغيرات العوامل المؤثرة وجمعها بشكل متناسق ما بين البيئة الخارجية والداخلية ويذكر (الحسيني، 2000: 195) نوعين آخرين من الأساليب هما:
 - أ) المسح من الداخل الى الخارج: وهنا يتم جمع المعلومات المرتبطة بالوظائف والأنشطة التي تمارسها المنظمة والتي تمتاز بدرجات عالية من التغيرات البيئية، هذا الأسلوب يساعد المنظمة على تخصيص مواردها لنشاط معين دون غيره من الانشطة الاخرى التي تقوم بها المنظمة تبعاً لأهميته لها.
 - ب) المسح من الخارج الى الداخل: ويعتمد على النظرة الشمولية العامة للعوامل البيئية في المجالات المختلفة دون التركيز على مجال معين، وهو يساهم في كشف التهديدات والفرص التي يمكن ان تنتج عن مجالات لا تمارسها المنظمة.

- 2- المراقبة والقياس: هي العملية المنظمة لتتبع الأحداث والتقلبات البيئية المكتشفة من خلال عمليات المسح إذ يقوم المحللون من خلال عمليات المراقبة بتأكيد حدسهم حول الإشارات والتغيرات البيئية في المرحلة السابقة وفرز البيانات التي تشكل عنصراً مهماً في هذه المرحلة وتوضع جانباً بعض البيانات التي يرى المحلل بعدم علاقتها بالأحداث والتغيرات الجاري قياسها. وفي هذه المرحلة فإن المنظمة تحدد تأثير تلك العوامل عليها. وترتكز على العوامل التي تعتقد انها تؤثر تأثيراً كبيراً في نشاط المنظمة (Narayanan&Nath, 1993:24) .

- 3- التنبؤ: يشير (القيروتي، 2000: 264) إلى إن استراتيجية التنبؤ تقوم على ضرورة البحث والمسح الميداني لمتطلبات السوق والتعرف على التقلبات في الطلب على المنتجات والخدمات، ووضع الحلول المناسبة لها. ويؤكد (حريم، 2003: 190) على أن استراتيجية التنبؤ تمكن المنظمة على توافر الموارد اللازمة، فضلاً عن توقع الطلب على المنتجات، ويتم إدماج هذه التنبؤات ضمن خطط المنظمة. ويبين انه في حالة صعوبة ضبط التقلبات البيئية من خلال الحجز أو

التدرج، تلجا المنظمة إلى تتبؤ/توقع التغييرات في ظروف العرض والطلب والتكيف معها، إذ يمكن للمنظمة أن تتوقع ومن ثم تنتهيًا للتغييرات التي لا يمكن حجزها أو تدرجها (داغر وصالح، 2000: 132)، فإذا كان التتبؤ الدقيق ممكنا أمكن حماية الجوهر التقني للمنظمة والحفاظ على أدائها (جاكسون وآخرون، 1988: 132). ويمكن التهيؤ للتأثير على البيئة من خلال إجراء بعض التعديلات للحفاظ على الجوهر التقني كتأجيل خطط التوسع وإلغاء الوحدات غير المنتجة عند توقع أيام صعبة وتوقع بعض التحولات في العرض والطلب والتهيؤ المسبق لهذه التغييرات (Thompson, 1967: 164).

- 4- التقييم: ان الهدف منه هو تحديد توقيت وأهمية تأثير العوامل البيئية التي افرزتها عمليات المسح والقياس والتتبؤ إذ يستطيع المحللون فهم البيئة من خلال ما لديهم من بيانات كبيرة على البيئة ولكن من دون ترابط أو علاقة واضحة فيما يخص أين ستكون التأثيرات ضارة للمنظمة أو تمثل فرص يجب استثمارها وان عملية التقييم تمكنهم من فك اللغز وفهم الترابط وتحديد العلاقة بشكل واضح بين العوامل البيئية والمنظمة. ويرى (أبراهيم، 2006: 58) ان ما يمكن الخروج به من نتائج عن العمليات أو (الخطوات) الأربع لعملية الاستشعار البيئي كما يأتي:
- أ- هدف القيام بخطوة المراقبة هو تحديد أهم العوامل البيئية الرئيسة ذات الصلة بعمل المنظمة المعنية بالاستشعار.
- ب- إن اجراء عملية القياس والتتبؤ بتغير هذه العوامل هو من أجل معرفة أثارها الحالية والمستقبلية على المنظمة.
- ت- إن اجراء عملية التقييم هو من اجل استخدام المعلومات المتوافرة من الخطوات السابقة في تحديد الخيار الاستراتيجي الملائم للمنظمة.

ثانيا // النجاح الاستراتيجي

1. مفهوم النجاح الاستراتيجي

(النَّجَاح) بالفتح يعني في اللغة العربية الظَّفَر بالحوائح (الرازي، 1983: 646) والنجاح في اللغة الانكليزية وطبقاً لقاموس المورد (البعلبكي، 2009: 1173) وتعني "تَجَحَّ أو أَفْلَحَ" و Success شخصٌ ناجح أو نجاح أو عمل ناجح وإحراز المنزلة الرفيعة، و Successful تعني "فائز أو ناجح"، ويركز مفهوم النجاح الاستراتيجي على مكتسبات الطروحات النظرية والفكرية للكتاب والباحثين في النظر إلى وضع المنظمات من جوانب مختلفة، وربط هذه الطروحات بالواقع العلمي الذي نعيشه وعد إبداعا فكريا وفلسفيا لأنه قدم أدوات جديدة لقياس نجاح المنظمة في المدى البعيد، ولأن هذه الأدوات شكلت معايير تتناغم وظروف البيئتين الداخلية والخارجية التي تعمل فيهما المنظمة، وبالرغم من إمكانية استشعارها في مفاهيم (الكفاءة، الفاعلية، النجاح المنظمي) التي سادت في المراحل الأولى والتي شكلت بداية لمحاولات التحقق من إن المنظمات تسير نحو أهدافها التي حددتها، ومن بقائها ونجاح، وقد تعدى كثير من المختصين إلى البحث في هذا المجال الحيوي والفاعل وكان لهم الأثر في تحديد المفهوم للنجاح الاستراتيجي (العزاوي، 2008: 144) وهذا النجاح يعبر عن توافر رؤية واضحة لأنشطة المنظمة التي تسهم في دفعها إلى الإمام وتحقيق أهدافها من خلال تنظيم أنشطتها وتطوير الأصول الغير ملموسة فيها كالعاملين والسمعة المنظمة (Tanner, 2005: 2)، ويرى (Kasimoglu, 2008: 395) بأن النجاح الاستراتيجي هو القدرة على الربط بين نجاح الأعمال ونمو السوق، أي أن نجاح أعمال أي منظمة مرهون بنموها في السوق، والإفادة من إمكانات النمو المتاحة في مختلف الأسواق وتطوير الاستراتيجيات التي تساعد على ذلك. إذ يتبين مما سبق ان النجاح الاستراتيجي يمثل قدرة المنظمة على تنفيذ استراتيجياتها الموضوعة لتحقيق الأهداف التي تسعى لتنفيذها عن طريق امتلاك رؤية استراتيجية واضحة عن بيئتها ومستقبلها فضلاً عن تمتعها بثقافة ومناخ تنظيمي إيجابي يحقق النجاح لها على المستوى الاستراتيجي.

2. عوامل النجاح الاستراتيجي

وهي (مكامن القوة التي تحتاج إلى إدامة أو استغلال. ومكامن الضعف التي تحتاج إلى تصحيح لكي يتم تنفيذ الاستراتيجية بنجاح)، والتي يتم اشتقاقها من الجزء المتعلق بنقاط القوة والضعف في تحليل (SWOT) تحتاج المنظمة إلى وضع قائمة تتضمن فرصاً يمكن تحويلها إلى مزايا أو نقاط ضعف يمكن إدارتها بفاعلية وكفاءة عاليتين، وتمثل عوامل النجاح الاستراتيجي عناصر تقع تحت سيطرة المنظمة ينبغي التركيز عليها لضمان تحقيق أفضل نتيجة ممكنة (العلاق، 2008: 185). بينما سماها (Kenny) بالعوامل الاستراتيجية ويصفها كنتائج وليست أنشطة ويعرفها بأنها (تلك الأشياء التي تحتاج المنظمة أن تجعلها في وضعها الصحيح لتتج مع أصحاب المصالح الرئيسيين: المجهزون، الزبائن، العاملون، المالكون، وأية منظمة أخرى أو وحدة أعمال أو فرد له مصلحة في نجاح المنظمة) (Black,2004:45). ويرى (العيساوي وآخرون، 2012: 128) أن هناك ثلاثة أنواع من إمكانات أو العوامل التي تساعد في الوصول الى النجاح الاستراتيجي المستهدف هي:

- الموقع القوي في الأسواق المستهدفة، فالمواقع القوية تعني حصص الأسواق الخاصة بالسلع المتعلقة بالخدمات أو الأسواق الفريدة. وهذا يعتمد على حجمها وكثافة المنافسة.
- الميزة التنافسية في المدى البعيد في موقع السوق يمكن إن يعبر عنها بأساليب مختلفة، تشمل نوعية منتجات أفضل، خدمات لزيائن أفضل، إعلانات مؤثرة أو مكثفة، مزايا سعرية ذات مدى بعيد... الخ.
- المزايا التنافسية ذات المدى البعيد المرتبطة بالمديرين والتي تشتمل على عدة أنواع سواء التكنولوجيا البشرية، المعلومات المالية، والبرمجيات، العلامات التجارية، الصور والمقدرات المعقدة كالإختراع، القابليات، إمكانات التعاون والمقدرة المعتمدة على التغيير وغير ذلك.

3. أبعاد (مؤشرات) النجاح الاستراتيجي

- البقاء: وهو يعبر عن قدرة المنظمة الناجحة على فهم طبيعة التنافس مع المنظمات الأخرى بشكل معادل لفهم إمكاناتها وقدراتها (Jones,2007:311)، يقترن بقاء المنظمة بقدرتها على مقابلة أهداف المجتمع فضلاً عن أهدافها. ويعتمد ذلك على بقاء عمليات المنظمة ضمن حدود مستويات الفاعلية والكفاءة المطلوبة بل هو شرط أساسي لبقائها وربط بقاء المنظمة مع التغيير. إذ عُدت القدرة على التغيير محدداً لبقاء المنظمة أو موتها في بيئة حركية (الخفاجي، 2004: 100)، يعد البقاء في ميدان المنافسة هدفاً تسعى له كافة المنظمات، وربما يتطلب منها الاهتمام بمصالح كافة الأطراف ذات العلاقة مع المنظمة من مستثمرين وموردين وزبائن وعاملين فيها وإن تحقيق هذه المصالح يتطلب دراسة موسعة لعلاقة المنظمة معهم (حسين، 2007: 164).
- التكيف: ويعرف بأنه الاستجابة لعوامل البيئة المتنوعة بما فيها البيئة الداخلية والتكيف مع الأبعاد البيئية التي لها صلة مع المنظمة والتي تحدد بينتها الشاملة (Cobbold&Lawrie,2003:78). وعد (Macmilan&Tampoe,2000:268) التكيف مؤشراً مناسباً للتعبير عن قدرة النظام أو الكائن الحي على تغيير ما يستلزم بغية مواجهة متطلبات البيئة التي يعيش فيها وبالكيفية التي تحقق له معدل توازن من النمو والبقاء. وفي السياق ذاته اعتبر (داغر وصالح، 2000: 534) التكيف مؤشراً لقدرة المنظمة على تشخيص التغيرات البيئية الحاصلة في محيط عملها ومن ثم القيام بكافة التعديلات والتغييرات الممكنة في تركيبها ونشاطاتها التنظيمية لتحقيق التناغم مع هذه التغيرات.

ت. النمو: يرى (Jones,2007:312) أن على المنظمات أن لا تعتبر النمو كأنه الغاية المنشودة، لأن النمو يجب أن يكون قدرة التطوير (بواسطة المنتج) الذي يلبي حاجة السوق ويؤدي إلى جني موارد أكثر، فالمنظمة إذا أرادت تحقيق النمو فعليها تحقيق الاكتساب والتطوير الداخلي لقدراتها، إذ أن الاكتساب للقدرات يحقق للمنظمة منفعة إما التطوير

فهو يحقق تكاليفاً، فهذه العملية بمجملها تحقق النمو للمنظمة لكن لا تتم إلا بوجود قدرات تنظيمية لذا فالنمو قد يؤدي بالمنظمة إلى زيادة التعلم الاستراتيجي والمعرفة واتخاذها السلوك الريادي فضلاً عن زيادة استخدامها للموارد والقدرات (Hess&Hazanjian,2006).

المحور الثالث الجانب الميداني

أولاً. مقاييس البحث

اعتمد الباحثين مقياس (الشمري،2012) لقياس ابعاد الاستشعار البيئي، فيما تمت الإفادة من مقياس لمجموعة من الباحثين لغرض قياس ابعاد النجاح الاستراتيجي. علما ان جميع مقاييس البحث بالاعتماد على مقياس (Likert) الخماسي والجدول (1) يقدم توضيح تفصيلي حول هذه المقاييس، مع قيم (Cronbach alpha) التي تقيس ثبات المقياس، وكذلك معاملات صدق المقياس، ويتبين من الجدول ان جميع القيم مقبولة من الناحية الاحصائية.

جدول (1) / المقاييس المستخدمة في البحث مع قيم (Cronbach alpha)

ت	المقياس	عدد الفقرات	قيمة Cronbach alpha	صدق المقياس
1	الاستشعار البيئي	20	0.78	0.88
2	النجاح الاستراتيجي	15	0.76	0.87

المصدر: اعداد الباحثين وفق مخرجات البرنامج الاحصائي SPSS V.25

ثانياً: الإحصاءات الوصفية

يلاحظ في الجدول (2) مصفوفة الارتباط والإحصاءات الوصفية لمتغيرات البحث، علما انه تم الاعتماد على الوسط الحسابي الفرضي للمقياس والبالغ (3) أساساً لمعرفة مدى إدراك عينة البحث لمتغيراته:

1. المسح

بلغ الوسط الحسابي الموزون لبعد المسح (3.59). إن قيمة الوسط الحسابي اعلى من الوسط الحسابي الفرضي، وهذا يدل على تبني الشركات الثلاث لهذا البعد في عمليات الاستشعار، ويدعم ذلك ان قيمة الانحراف المعياري كانت (0.64) وهي قيمة قليلة تدل على قوة تقارب وجهات نظر عينة البحث بخصوص البعد المذكور.

2. المراقبة

بلغ الوسط الحسابي الموزون لبعد المراقبة (3.58). إن قيمة الوسط الحسابي اعلى من الوسط الحسابي الفرضي، ويدل ذلك على استخدام الشركات لهذا البعد في عمليات الاستشعار، ويدعم ذلك ان قيمة الانحراف المعياري كانت (0.79) وهي قيمة قليلة تدل على تقارب وجهات نظر عينة البحث بخصوص البعد المذكور.

3-التنبؤ

بلغ الوسط الحسابي الموزون التنبؤ (3.42) وهي قيمة اعلى من قيمة الوسط الحسابي الفرضي، ويدل ذلك على شيوع استخدام أساليب التنبؤ لدى الشركات المعنية، ويدعم ذلك ان قيمة الانحراف المعياري كانت (0.75) وهي قيمة قليلة تدل على تقارب وجهات نظر عينة البحث بخصوص البعد المذكور.

4- التقييم

بلغ الوسط الحسابي الموزون لبعده التقييم (3.41). إن قيمة الوسط الحسابي اعلى من الوسط الحسابي الفرضي، ويدل ذلك على قوة تبني البعد من قبل الشركات عينة البحث، علما ان إجابات افراد العينة كانت اقل اتساقا ويدعم ذلك ان قيمة الانحراف المعياري كانت (1) وهي قيمة اعلى من باقي الابعاد.

علما ان متغير الاستشعار البيئي حقق وسطاً حسابياً موزوناً عاماً بلغ (3.50)، وهو اعلى من الوسط الحسابي الفرضي، مما يعني تبني المتغير المذكور من قبل الشركات عينة البحث، كما ان اجاباتهم كانت متسقة بدليل انخفاض قيمة الانحراف المعياري اذ بلغت (0.55).

5-البقاء

بلغ الوسط الحسابي الموزون لبعده البقاء (3.46) وبانحراف معياري (0.64)، وهذا يدل على قوة تبني الشركات عينة البحث لهذا البعد واتساق الإجابة أيضا.

6-التكيف

بلغ الوسط الحسابي الموزون لبعده التكيف (3.54) وبانحراف معياري (0.72) ، وهذا يدل على قوة تبني الشركات لهذا البعد واتساق إجابات افراد العينة بخصوصه .

7-النمو

بلغ الوسط الحسابي الموزون لبعده النمو (3.51) وبانحراف معياري (0.84) ، وهذا يدل على قوة تبني البعد واتساق إجابات افراد العينة بخصوصه .

ويشكل عام حقق متغير النجاح الاستراتيجي وسطاً حسابياً موزوناً عاماً (3.50)، مما يشير الى قوة تبني لهذا المتغير . ويدعم ذلك ان قيمة الانحراف المعياري (0.59) وهي قيمة قليلة تدل على قوة اتساق إجابات افراد عينة البحث.

جدول (2) / مصفوفة الارتباط، والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات البحث

المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	البقاء	التكيف	النمو	النجاح الاستراتيجي
المسح	3.59	0.64	0.286*	0.076	0.004	0.104
المراقبة	3.58	0.79	0.159	0.152	0.118	0.149
التنبؤ	3.42	0.75	0.333**	0.364**	0.445**	0.478**
التقييم	3.41	1	0.429**	0.471**	0.332**	0.468**
الاستشعار البيئي	3.50	0.55	0.467**	0.409**	0.355**	0.470**
الوسط الحسابي			3.46	3.54	3.51	3.50
الانحراف المعياري			0.64	0.72	0.84	0.59

**معنوي عند مستوى (1%)

* معنوي عند مستوى (5%)

المصدر: اعداد الباحثين وفق مخرجات البرنامج الاحصائي SPSS V.25

ثالثاً: اختبار فرضيات البحث

اعتمد الباحثين مجموعة من الأساليب الإحصائية لاختبار الفرضيات التي انبثقت عن البحث وعلى النحو الآتي:

- 1) لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الاستشعار البيئي بأبعاده والنجاح الاستراتيجي بأبعاده
- 2) أعلاه الى نتائج علاقات الارتباط (Spearman) بين متغيرات البحث، ويتضح منه وجود علاقات ارتباط موجبة بينها، الا انها كانت متذبذبة من حيث دلالتها الاحصائية، وعلى النحو الآتي:

- أ- كانت علاقة المسح مع البقاء معنوية عند مستوى (5%)، فيما لم تكن معنوية مع باقي الأبعاد وكذلك على المستوى الكلي.
- ب- لم تكن علاقة المراقبة معنوية مع أيًا من ابعاد النجاح الاستراتيجي.
- ت- كانت علاقة كل من التنبؤ والتقييم علاقة إيجابية ومعنوية مع ابعاد النجاح الاستراتيجي على المستوى الفرعي والكلي.
- ث- على المستوى الكلي حقق متغير الاستشعار البيئي علاقات ارتباط إحصائية وذات دلالة معنوية على المستوى الفرعي والكلي مع متغير النجاح الاستراتيجي.
- يستدل الباحثين بإمكانية افادة الشركات الثلاثة من عمليات الاستشعار البيئي المتاحة لديها لغرض تعزيز نجاحها الاستراتيجي. وعليه يستدل الباحثين على رفض الفرضية أعلاه وبشكل جزئي.
- 2) لا يوجد تأثير معنوي للاستشعار البيئي في تحقيق النجاح الاستراتيجي بأبعاده من اجل اختبار الفرضية أعلاه استخدم الباحثين الانحدار المتعدد وبطريقة (Stepwise) وهي من الطرق الكفوة احصائياً كونها تحدد المتغيرات الأكثر تأثيراً في المتغير التابع وعلى النحو الآتي:
- أ. لا تؤثر ابعاد الاستشعار البيئي في بعد البقاء
- بين الجدول (3) ادناه اختبار الفرضية أعلاه باستخدام طريقة (Stepwise) حيث تم حذف كل من بعد المسح والمراقبة ، واستقر التحليل على بعدي التنبؤ والتقييم وكما يلي:

جدول (3) / اختبار فرضية التأثير الفرعية الأولى باستخدام طريقة Stepwise

قيمة R ²	قيمة f المحسوبة	قيمة t المحسوبة	البقاء		المتغير المعتمد المتغير المستقل
			β	α	
0.24	** 11.65	** 3.34	0.225	1.85	التنبؤ
		** 2.71	0.245		التقييم

** معنوي عند مستوى 1%

المصدر: اعداد الباحثين وفق مخرجات البرنامج الاحصائي SPSS V.25

يتضح من الجدول أعلاه ما يلي:

- 1- ان التنبؤ يؤثر في البقاء بمقدار (0.225) اذا تغير بمقدار وحدة واحدة، وهذا تأثير إيجابي ومعنوي عند مستوى (1%) ، لان قيمة (t) المحسوبة كانت معنوية عند المستوى المذكور.
 - 2- ان التقييم يؤثر في البقاء بمقدار (0.245) اذا تغير بمقدار وحدة واحدة، وهو تأثير إيجابي ومعنوي عند مستوى (1%). لان قيمة (t) المحسوبة كانت معنوية عند المستوى المذكور.
 - 3- ان قيمة (F) التي تقيس معنوية انموذج الانحدار بلغت قيمتها (11.65) وهي قيمة معنوية عند مستوى (1%).
 - 4- بلغت قيمة معامل التحديد (R²) (0.24) وهذا يعني ان بعدي التنبؤ والتقييم يفسران ما مقداره (24%) من التغيرات التي تطرأ على بعد البقاء، والنسبة الباقية تعود لعوامل أخرى غير داخلية في الانموذج. يستدل الباحثين على رفض الفرضية أعلاه بنسبة (50%).
- ب. لا تؤثر ابعاد الاستشعار البيئي في بعد التكيف
- يبين الجدول (4) ادناه اختبار الفرضية أعلاه باستخدام طريقة (Stepwise) حيث تم حذف كل من بعد المسح والمراقبة، واستقر التحليل على بعدي التنبؤ والتقييم وكما يلي:

جدول (4) / اختبار فرضية التأثير الفرعية الثانية باستخدام طريقة Stepwise

قيمة R ²	قيمة f المحسوبة	قيمة t المحسوبة	التكيف		المتغير المعتمد المتغير المستقل
			β	α	
0.26	** 12.34	** 3.73	0.28	1.76	التنبؤ
		** 2.45	0.24		التقييم

** معنوي عند مستوى 1%

المصدر: اعداد الباحثين وفق مخرجات البرنامج الاحصائي SPSS V.25

يتضح من الجدول أعلاه ما يلي:

- 1- ان التنبؤ يؤثر في التكيف بمقدار (0.28) اذا تغير بمقدار وحدة واحدة، وهذا تأثير إيجابي و معنوي عند مستوى (1%)، لان قيمة (t) المحسوبة كانت معنوية عند المستوى المذكور.
- 2- ان التقييم يؤثر في التكيف بمقدار (0.24) اذا تغير بمقدار وحدة واحدة، وهو تأثير إيجابي ومعنوي عند مستوى (1%). لان قيمة (t) المحسوبة كانت معنوية عند المستوى المذكور.
- 3- ان قيمة (F) التي تقيس معنوية نموذج الانحدار بلغت قيمتها (12.34) وهي قيمة معنوية عند مستوى (1%).
- 4- بلغت قيمة معامل التحديد (R²) (0.26) وهذا يعني ان بعدي التنبؤ والتقييم يفسران ما مقداره (26%) من التغيرات التي تطرأ على بعد التكيف، والنسبة الباقية تعود لعوامل أخرى غير داخلية في الانموذج. يستدل الباحثين على رفض الفرضية أعلاه بنسبة (50%).

ت. لا تؤثر ابعاد الاستشعار البيئي في بعد النمو

بين الجدول (5) ادناه اختبار الفرضية أعلاه باستخدام طريقة (Stepwise) حيث تم حذف كل من بعد المسح والمراقبة، واستقر التحليل على بعدي التنبؤ والتقييم وكما يلي:

جدول (5) / اختبار فرضية التأثير الفرعية الثالثة باستخدام طريقة Stepwise

قيمة R ²	قيمة f المحسوبة	قيمة t المحسوبة	النمو		المتغير المعتمد المتغير المستقل
			β	α	
0.28	** 13.75	3.81	0.44	1.21	التنبؤ
		2.72	0.23		التقييم

** معنوي عند مستوى 1%

المصدر: اعداد الباحثين وفق مخرجات البرنامج الاحصائي SPSS V.25

يتضح من الجدول أعلاه ما يلي:

- 1- ان التنبؤ يؤثر في النمو بمقدار (0.44) اذا تغير بمقدار وحدة واحدة، وهذا تأثير إيجابي و معنوي عند مستوى (1%)، لان قيمة (t) المحسوبة كانت معنوية عند المستوى المذكور.
- 2- ان التقييم يؤثر في النمو بمقدار (0.23) اذا تغير بمقدار وحدة واحدة، وهو تأثير إيجابي ومعنوي عند مستوى (1%). لان قيمة (t) المحسوبة كانت معنوية عند المستوى المذكور.
- 3- ان قيمة (F) التي تقيس معنوية نموذج الانحدار بلغت قيمتها (13.75) وهي قيمة معنوية عند مستوى (1%).

4- بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.28) وهذا يعني ان بعدي التنبؤ والتقييم يفسران ما مقداره (28%) من التغيرات التي تطرأ على بعد التكيف، والنسبة الباقية تعود لعوامل أخرى غير داخلية في الانموذج. يستدل الباحثين على رفض الفرضية أعلاه بنسبة (50%).

بعد ان اكمل الباحثين اختبار فرضيات التأثير تقرر اختبار فيما اذا كانت الشركات عينة البحث تتباين فيما بينها في تبني متغيرات البحث ، لذلك سيتم اجراء اختبار التباين وحسب الفرضيات الاتية :

1- لا تتباين الشركات عينة البحث في تبني متغيرات الاستشعار البيئي
اذ يبين الجدول (6) ادناه نتائج اختبار الفرضية أعلاه

جدول (6) / تحليل التباين لمتغير الاستشعار البيئي

ANOVA					
Environmental Sensing					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.155	2	1.077	4.101	.021
Within Groups	18.913	72	.263		
Total	21.067	74			

المصدر : اعداد الباحثين وفق مخرجات البرنامج الاحصائي SPSS V.25

يتبين من الجدول أعلاه ان قيمة (F) المحسوبة بلغت (4.101) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.021)، عليه يتم رفض الفرضية أعلاه ، بمعنى تتباين الشركات عينة البحث في تبني متغيرات الاستشعار البيئي. ولغرض معرفة أي الشركات هي التي تسببت في تحقيق التباين استخدم الباحثين اختبار (LSD) وحسب الجدول ادناه :

جدول (7) / اختبار (LSD) لمتغير الاستشعار البيئي

Multiple Comparisons						
Environmental Sensing						
LSD						
(I)	(J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
VAR00001	VAR00001					
شركة نور	شركة كاله	.23400	.14496	.111	-.0550-	.5230
الكفيل	شركة كوكا كولا	.41400*	.14496	.006	.1250	.7030
شركة كاله	شركة نور الكفيل	-.23400-	.14496	.111	-.5230-	.0550
	شركة كوكا كولا	.18000	.14496	.218	-.1090-	.4690
شركة كوكا كولا	شركة نور الكفيل	-.41400*	.14496	.006	-.7030-	-.1250-
	شركة كاله	-.18000-	.14496	.218	-.4690-	.1090

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

المصدر : اعداد الباحثين وفق مخرجات البرنامج الاحصائي SPSS V.25

يتبين من الجدول أعلاه ان شركة كوكا كولا هي التي أدت الى حصول تباين بين الشركات بخصوص تبني متغير الاستشعار البيئي، حيث ظهر ان وسطها الحسابي الموزون اقل من المتوسط الحسابي الموزون لشركة نور الكفيل. ويظهر من الجدول أعلاه ان الفرق بين الوسط الحسابي الموزون كان (-0.41400)، وهو فرق معنوي عند مستوى (0.006) أي اقل من (1%).

2- لا تتباين الشركات عينة البحث في تبني متغيرات النجاح الاستراتيجي

يبين الجدول (8) ادناه نتائج اختبار الفرضية أعلاه

جدول (8) / تحليل التباين لمتغير النجاح الاستراتيجي

ANOVA					
Strategic Success					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8.169	2	4.085	16.518	.000
Within Groups	17.805	72	.247		
Total	25.974	74			

المصدر: اعداد الباحثين وفق مخرجات البرنامج الاحصائي SPSS V.25

يتبين من الجدول أعلاه ان قيمة (F) المحسوبة بلغت (16.518) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.000)، عليه يتم رفض الفرضية أعلاه ، بمعنى تتباين الشركات عينة البحث في تبني متغيرات النجاح الاستراتيجي. ولعرض معرفة أي الشركات هي التي تسببت في تحقيق هذا التباين استخدم الباحثين اختبار (LSD) وحسب الجدول ادناه :

جدول (7) / اختبار (LSD) لمتغير النجاح الاستراتيجي

Multiple Comparisons						
Strategic Success						
LSD						
(I)	(J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
شركة نور	شركة كاله	.23200	.14065	.103	-.0484-	.5124
الكفيل	شركة كوكا كولا	.78667*	.14065	.000	.5063	1.0671
شركة كاله	شركة نور الكفيل	-.23200-	.14065	.103	-.5124-	.0484
	شركة كوكا كولا	.55467*	.14065	.000	.2743	.8351
شركة كوكا كولا	شركة نور الكفيل	-.78667*	.14065	.000	-1.0671-	-.5063-
	شركة كاله	-.55467*	.14065	.000	-.8351-	-.2743-

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

المصدر: اعداد الباحثين وفق مخرجات البرنامج الاحصائي SPSS V.25

يتبين من الجدول أعلاه ان شركة كوكا كولا هي التي أدت الى حصول تباين بين الشركات بخصوص تبني متغير النجاح الاستراتيجي، حيث ظهر ان وسطها الحسابي الموزون اقل من المتوسط الحسابي الموزون لشركتي نور الكفيل وكاله. ويظهر من الجدول أعلاه ان الفرق بين الوسط الحسابي الموزون كان (-0.78667) و(-0.55467) على التوالي، وهو فرق معنوي عند مستوى (0.000) أي اقل من (1%).

المحور الرابع / ((الاستنتاجات والتوصيات))

يتناول هذا المبحث الاستنتاجات والتوصيات التي تم التوصل إليها وفقاً للجانب الميداني للدراسة وكالاتي:-

أولاً: الاستنتاجات

1. أظهرت نتائج وصف آراء الشركات عينة البحث اهتماماً كبيراً بعمليات الاستشعار البيئي وكالاتي:
 - قد جاءت عملية المسح بالمرتبة الأولى في اهتمامات الشركات عينة البحث مما يدل على أنها تعمل على تحديد الإشارات الأولى ومتابعتها لتغيرات البيئة العامة واتجاهاتها عن طريق وضع تصور كامل عن البيئة الخارجية.
 - كذلك ظهر اهتمامها بالدرجة الثانية بعملية المراقبة مما يدل على أن إدارة الشركات عينة البحث تعمل على تحليل البيئة الخارجية بوصفها وسيلة لتقييم الاتجاهات البيئية وتتابع الأحداث وجدولة النشاطات عن طريق الفحص المنظم لتطور التغيرات البيئية من أجل تحديد الفرص والحذر من التهديدات فضلاً عن تتبع سلوك الزبائن ونشاطات المنافسين.
 - لقد جاءت عملية التنبؤ بالمرتبة الثالثة إذ يدل ذلك على أن الشركات عينة البحث تعمل على تطوير توجهات مقبولة حول اتجاه ومدى وسرعة وقوة التغيرات البيئية حول الشركة وذلك بغرض معرفة التغيرات المتوقعة في البيئة الخارجية مما يساعد في تحديد الفرص والتهديدات وتقييم العوامل البيئية المستقبلية تمهيداً لتحديد التصرف المناسب للتعامل معها.
 - فيما جاءت عملية التقييم بالمرتبة الرابعة من اهتمامات الشركات عينة البحث مما يدل على أنها تدرك أهمية تحديد توقيتات التغيرات البيئية ومدى أهميتها والتوجهات على الإدارة الاستراتيجية من خلال عمليات المسح والمراقبة والتنبؤ من أجل تحديد الترابط والعلاقة بين العوامل الداخلية لها والبيئة الخارجية.
2. أظهرت النتائج الإحصائية وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين عمليات الاستشعار البيئي والنجاح الاستراتيجي وكالاتي:
 - تهتم الشركات عينة البحث بعمليات المسح لعلاقتها الإيجابية بالحصول على الموارد والإمكانات التي تسمح لها في تطوير ميزتها التنافسية.
 - تهتم الشركات عينة البحث بعمليات المراقبة لعلاقتها الإيجابية بتوفير مستوى من الحماية التي تهيئ لها المعلومات الضرورية لما حولها من تغيرات وأحداث قد تحدد نجاحها حالياً أو مستقبلاً.
 - تستخدم الشركات عينة البحث عمليات التنبؤ لعلاقتها الإيجابية بنجاح الشركة مستقبلاً نتيجة بما تنتبأ به بخصوص بيئتها المستقبلية وما تحويه من فرص أو تهديدات ستواجهها أو تتجنبها مستقبلاً.
 - تعتمد الشركات عينة البحث على عملية التقييم لعلاقتها الإيجابية بتحقيق مستوى عالٍ من الكفاءة والفاعلية والتي ينتج عنها مخرجات معلوماتية تعد بمثابة مدخلات لعملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية.
3. أظهرت النتائج الإحصائية بوجود تأثير ذو دلالة معنوية لعمليات الاستشعار البيئي في النجاح الاستراتيجي وكالاتي:
 - هناك تأثير كبير لعملية التنبؤ في بناء النجاح الاستراتيجي للشركات عينة البحث إذ جاءت بالمرتبة الأولى من حيث التأثير وهي عملية تؤمن المعلومات والمعرفة حول ما سيطرأ على البيئة والعمل على تفاديه أو مواجهته.
 - جاءت بالمرتبة الثانية من حيث التأثير عملية التقييم، فالشركات عينة البحث تعتمد في تقييم المعلومات التي حصلت عليها من أجل بيان صحتها وتدقيقها وتصنيفها بحسب الأهمية وإيصالها إلى متخذي القرار.
 - احتلت عملية المراقبة المرتبة الثالثة من حيث التأثير إذ يدل ذلك على أن الشركات عينة البحث تعمل على مراقبة بيئتها باستمرار من أجل الاستعداد لها والتكيف معها.

- جاءت عملية المسح بالمرتبة الرابعة من حيث التأثير مما يدل على استخدامها من لدن الشركات عينة البحث للتعرف على الفرص والتهديدات في البيئة الخارجية مما يكسبها مقدرات تنافسية.

ثانياً: التوصيات

في ضوء ما تقدم من دراسة أثر الاستشعار البيئي والنجاح الاستراتيجي في جانبها النظري، وما أفرزته التحليلات الميدانية، توصلت البحث الحالية إلى مجموعة من التوصيات التي تسهم في بناء النجاح الاستراتيجي من خلال تفعيل عمليات الاستشعار البيئي للشركات عينة البحث بشكل خاص ولمنظمات الأعمال بشكل عام، وكالاتي:

1. التركيز على ممارسة عمليات الاستشعار البيئي في الشركات عينة البحث بشكل أوسع في ظل بيئة العراق التي تتسم بالتغيير وعدم التأكد البيئي عن طريق قيامها بشكل مستمر بما يأتي:
 - مسح البيئة الخارجية مما يعطيها ميزة التعرف على التغيرات التي تهدد وجودها والفرص التي إذا ما استثمرتها ساعدتها على تحسين مكانتها التنافسية لدى المستهلك العراقي.
 - مراقبة البيئة الخارجية مما يمكنها من مقارنة ما تمتلكه مع منافسيها للتعرف على موقعها السوقي والمحافظة على حصتها السوقية في البيئة العراقية.
 - التنبؤ بالبيئة الخارجية لكشف ما تحويه من فرص وتهديدات مستقبلية لأجل مواءمتها أو التكيف معها بما تمتلكه من إمكانيات ومقدرات تمكنها من استدامة نجاحها الحالي.
 - تقييم البيئة الخارجية من خلال المعلومات التي جمعتها مع تصنيفها وتبويبها وإيصالها الى متخذي القرار بشكل أسرع مما يمكنها التفوق على المنافسين.
2. تعزيز موارد الشركات عينة البحث وإمكاناتها بكافة المستويات بشكل يجد المنافسون صعوبة في تجاوزها عن طريق ما يأتي:
 - البحث عن موارد جديدة تساعد على استدامة العجلة الإنتاجية مما لا يسمح بتوقفها نتيجة نقص الموارد الأساسية لعمليات الإنتاج.
 - تطوير إمكانياتها ومقدراتها على كافة الأصعدة سواء كانت إنتاجية أو خدمية أو تسويقية للنهوض بالمنتج العراقي داخل البلد مع تطويره مستقبلاً ليحصل على شهادة الايزو 9001 مع إمكانية تسويقه خارج البلد.
 - التعرف على التكنولوجيا الحديثة التي تسهم بسرعة الإنتاج وتلبية حاجة السوق المحلي بالكميات المطلوبة عن طريق رفع الطاقة الإنتاجية مما يزيد من ربحيتها وحصتها السوقية مقارنة مع ما يستورد من خارج البلد.
3. المحافظة على مستوى عال من المهارة والمعرفة وزيادة الخبرات لدى ملاك الشركات عينة البحث بشكل يحقق لها النجاح الاستراتيجي عن طريق ما يأتي :
 - إقامة الدورات التدريبية لموظفي الشركات عينة البحث لتطوير مهاراتهم بما ينسجم مع التطورات التي نشهدها حالياً.
 - عدم اقتصار تواجد أجهزة الحاسوب ووسائل الاتصال على الإدارة العليا فقط، وإنما يجب توفيرها الى المستويات الأخرى لزيادة اكتساب المعرفة والتعلم عن طريق الاطلاع والتواصل مع العالم الخارجي مما يولد الأفكار المبدعة لدى الموظفين.
 - المشاركة في اتخاذ القرار مع الموظفين ذوي الخبرة والمهارة واستشارتهم بمختلف القضايا ذات العلاقة مما يعطي الإحساس بالمسؤولية تجاه نجاح الشركة.
4. توفير التيار الكهربائي للشركات عينة البحث بصورة مستمرة الذي يعد شريان الحياة لعملياتها الإنتاجية مما يسهم في زيادة الإنتاج والأرباح وبالتالي تلبية الطلب المحلي والحصول على ثقة المستهلكين ويتم ذلك عن طريق الاتي :-
 - الاعتماد على الإمكانيات المالية التي تتمتع بها الشركات عينة البحث في توفير الطاقة الكهربائية.

- التعاقد مع الحكومة العراقية بخصوص توفير الطاقة الكهربائية وبالتعرفة الرسمية.
- التعاقد مع شركات ذات الاختصاص في توليد الطاقة الكهربائية من أجل تزويد الشركات عينة البحث بمحطات توليد كافية تغذيها بالطاقة الكهربائية اللازمة لتلبية الطلب المتزايد على منتجاتها بأسعار تنافسية.

المصادر References

أولاً : المصادر العربية

1. الكتب

- (1) البعلبكي، رمزي منير، (2009)، "المورد الحديث"، ط1، دار العلم للملايين، بيروت.
- (2) جون هز جاكسون، سيريل ل. مورقانو جوزيف ج. وباديلو (1988)، "نظرية المنظمة منظور كلي للإدارة"، ترجمة خالد حسن رزوق، المكتبة العربية السعودية .
- (3) حسين، حريم (2003) "إدارة المنظمات"، الطبعة الاولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن.
- (4) الحسيني، فلاح حسن عداي، (2000) "الإدارة الاستراتيجية: مفاهيمها ومداخلها وعملياتها" الطبعة الاولى، دار وائل للطباعة والنشر، عمان-الأردن.
- (5) الخفاجي، نعمة عباس خضير، (2004) "الإدارة الاستراتيجية : المدخل والمفاهيم والعمليات"، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن.
- (6) الرازي، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر، (1983)، "مختار الصحاح"، دار الرسالة، الكويت.
- (7) العلاق، بشير، (2008)، "التخطيط التسويقي"، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان-الأردن.
- (8) العيساوي، محمد حسين، العارضي، جليل كاظم، العبادي، فوزي هاشم، (2012) "الإدارة الاستراتيجية المستدامة : مدخل لإدارة المنظمات في الألفية الثالثة" الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان-الأردن.
- (9) منقذ محمد داغر، وعادل حرحوش صالح (2000) "نظرية المنظمة والسلوك التنظيمي" دار الكتب للطباعة، بغداد-العراق.

2. الرسائل والاطاريح

- (1) إبراهيم، عدي إبراهيم عباس (2006) "التحليل البيئي وأثره في اختيار إستراتيجية التكيف التنظيمي : دراسة حالة في شركة بغداد للمشروبات الغازية مساهمة مختلطة" رسالة ماجستير في الإدارة العامة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
- (2) حسين، سعد مهدي، (2007)، "أثر رأس المال البشري الاستراتيجي في تفوق منظمات الأعمال دراسة استطلاعية"، أطروحة دكتوراه إدارة أعمال (غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية.
- (3) الشمري، احمد عبد الله امانة (2012) "الرصد البيئي والذكاء التنافسي واثرها في المقدرات الجوهرية للمنظمة"، رسالة ماجستير منشورة، قسم ادارة الاعمال، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة كربلاء.
- (4) الصقال، احمد، (2004) "التحليل الاستراتيجي واثره على خيارات الاعمال والميزة التنافسية" دراسة حالة في الشركة العامة للصناعات الكهربائية، اطروحة دكتوراه، جامعة بغداد.
- (5) العارضي، جليل كاظم، (2001) "التحليل الاستراتيجي واثره في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة تطبيقية في عينة من الشركات السياحية"، اطروحة دكتوراه، الجامعة المستنصرية، كلية الادارة والاقتصاد.
- (6) العزاوي، بشرى هاشم محمد (2008) "أثر العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي وقرارات عمليات الخدمة في النجاح الاستراتيجي: دراسة اختباريه تحليلية لأراء عينة من رؤساء وأعضاء مجالس عدد من كليات جامعة بغداد" أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.

ثانياً : المصادر الاجنبية

A. Books

- 1) Ansett, S. (2005), "Boundary Spanner: The Gatekeeper of Innovation in Partnerships." Accountability Forum (6)
- 2) Cobbold , L & Lawrie, G., "Why Do Only One Third of UK Companies Realise Significant Strategic Success " Working Paper, Active Management , 2GC limited Albany House , Market Street ,2003.
- 3) Dess , Gergory G.; Lumpkin, G.T. & Eisner, Alan B., " Strategic Management : Text and Cases " 2nd Edition, McGraw- Hill, New York,2005.
- 4) Hitt, Michael., Ireland, R& Hoskisson, R, Strategic Management Competitiveness and Globalization, Southwestern College Pub., United Kingdom, 2001.
- 5) Jones , Gareth R., " Organizational Theory , Design , and change " , 6 th ed., Pearson Prentice Hall ,Inc., Upper Saddle River , New Jersey , 2010.
- 6) Levina, N., and Vaast, E. (2005), "The emergence of boundary spanning competence in practice: implications for implementation and use of information systems," MIS Quarterly (29:2).
- 7) Narayanan Veeay., & Nath Rachu ., Organization Theory: A Strategic Approach, Irwin McGraw-Hill book Co, United States of America 1993.
- 8) Raghu, T.S., & Vinze, A. "A business process context for Knowledge Management" Decision Support Systems, 2005.
- 9) Thompson, John, L., Strategic Management: Awareness and Change 3rd ed., Hall pub., United States of America 1997.

B. Journal & Periodicals

- 1) Hodge , Billy J; William P. Anthony & Lawrene M. Gales, (2003), "Organization Theory: A Strategic Approach", 6th ed, Person Education, Inc., New Jersey, U.S.A.
- 2) Hustad , Eli, & Aurilla Aurelie Bechina. (2012), "Exploring the Role of Boundary Spanning in Distributed Networks of Knowledge." Electronic Journal of Knowledge Management 10.2 , p.10.
- 3) Lee, M., & Chang, T., "Linking Knowledge management and Innovation management in e-business" International Journal of Innovation and Learning, Vol.4, No.2, 2007
- 4) Levina , N., & Vaast, E. (2006), "Turning a community into a market: a practice perspective on Information Technology in boundary spanning," Journal of Management Information Systems (22:4), pp 13-37.
- 5) Voros, Joseph, "Reframing Environmental Scanning: A Reader on the Art of Scanning the environment" ,First Published, Melbourne Australia ,No.3, 2003.

C. Thesis and Dissertations

- 1) Ofstein, Laurel F. (2013), " Boundary Spanning in the Entrepreneurial Firm: Effects on Innovation and Firm Performance". Doctor Dissertation , Diss. DePaul University.

D. Internet

- 1) Kasimoglu, Murat,(-) التصفح "Survival Strategies for Companies in Global_BusinessWorld Acase study, www.opf.slu.cz/vrrakce/turecko/pdf/kasimoglu.pdf
- 2) Tanner. S. J., (2005), "Is Business Excellence of any Value?", www.aerospace.co.uk/doc/busex-valuemay2006.pdf.