



المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية
Iraqi Journal For
Economic Sciences



PISSN : 1812-8742

EISSE ONLIN : 2791-092X

Arcif : 0.375

The Role of Corporate Strategic Intelligence in Organizational Prosperity: An Applied Study in the General Company for Food Products

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي:
دراسة تطبيقية في الشركة العامة للمنتجات الغذائية

أ.د. أشير عبد الله محمد

Prof. Dr. Athir Abdullah Mohammed

atheer.a@coadec.uobaghdad.edu.iq

فاطمة عبد الكريم سعدي

Fatima Abdul Karim

fatma.kareem1205a@coadec.uobaghdad.edu.iq

الكلية الإدارية والاقتصاد / جامعة بغداد

Abstract:

This research aims to explore the impact of strategic intelligence, which includes its dimensions (vision, insight, partnership, organized thinking, motivation), on organizational prosperity, which consists of its dimensions (organizational innovation, intellectual capital, organizational infrastructure, competitive advantage, organizational agility) in the General Company for Food Products. To achieve this goal, a descriptive analytical approach was adopted, using a questionnaire as the main tool for data collection. A total of 91 questionnaires were distributed to managerial and technical leaders to ensure comprehensive representation of the target population, and the sample was selected using a purposive sampling method, focusing on individuals most familiar with strategic processes and the company's outcomes. The research reached a set of findings, the most notable of which is the existence of a significant impact of strategic intelligence on organizational prosperity, indicating that strategic intelligence plays an important role in enhancing organizational prosperity. The research recommends that organizations focus on strategic intelligence and its practices, given its role in enhancing decision-making, stimulating innovation, and contributing to improved performance, growth, and organizational prosperity.

Keywords: Strategy, strategic intelligence, organizational prosperity, General Company for Food Products

المستخلص

تمثل الهدف الرئيسي في هذا البحث في استكشاف تأثير الذكاء الاستراتيجي المتمثل بأبعاده (الرؤية البصيرة، الشراكة التفكير المنظم، الدافعية) في الازدهار التنظيمي المتمثل بأبعاده (الابتكار التنظيمي رأس المال الفكري، البنية التحتية التنظيمية، الميزة التنافسية، الرشاقة التنظيمية) في الشركة العامة للمنتجات الغذائية، ولتحقيق هذا الهدف، استخدم

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

المنهج الوصفي التحليلي عبر استخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، أذ جرى توزيع 91 استبانة على القادة الإداريين والفنيين لضمان تمثيل شامل للمجتمع، جرى اختيار العينة باستخدام أسلوب العينات القصدية، مع التركيز على الأفراد الأكثر إلمامًا بالعمليات الاستراتيجية ونتائج الشركة، وتوصل البحث إلى جملة من النتائج أهمها وجود تأثير ذو دلالة معنوية للذكاء الاستراتيجي في الازدهار التنظيمي، مما يدل على أن الذكاء الاستراتيجي له تأثير ملحوظ على الازدهار التنظيمي، ويوصي البحث المنظمات بالتركيز على الذكاء الاستراتيجي وممارساته، كونه يعزز اتخاذ القرارات ويحفز الابتكار، ويسهم في تحسين الأداء والنمو والازدهار التنظيمي.

الكلمات الرئيسية: الاستراتيجية، الذكاء الاستراتيجي، الازدهار التنظيمي، الشركة العامة للمنتجات الغذائية

المقدمة:

يشير الازدهار التنظيمي إلى النجاح والنمو والاستدامة للمنظمة، وغالبًا ما يتم قياسه من خلال مؤشرات مختلفة، بما في ذلك الأداء المالي، وحصة السوق، ورضا العملاء، والقدرة على الابتكار ورفاهية الموظفين، فالمنظمات المزدهرة هي تلك التي يمكنها التكيف مع تغيرات السوق، والابتكار المستمر، والحفاظ على الميزة التنافسية، يلعب الذكاء الاستراتيجي في مشهد الأعمال الديناميكي والتنافسي اليوم، دورًا حاسمًا في توجيه المؤسسات نحو النجاح المستدام، إذ يتضمن الذكاء الاستراتيجي جمع البيانات وتحليلها واستخدامها بشكل منهجي لاتخاذ قرارات استراتيجية مستنيرة وتشمل هذه العملية فهم اتجاهات السوق، وتحليل الديناميكيات التنافسية، وتقييم القدرات الداخلية لتحقيق النجاح التنظيمي على المدى الطويل، ومن خلال الاستفادة من الذكاء الاستراتيجي يمكن للمؤسسات توقع التغيرات، وتحديد الفرص والتهديدات، واتخاذ قرارات استباقية تتماشى مع أهدافها الاستراتيجية.

1.1 مشكلة البحث: تم تشخيص مشكلة البحث من خلال المقابلات الغير مهيكلة مع عدد من القيادات داخل الشركة، فقد تبين بأنه هنالك ضعف واضح في فهم كيفية تأثير الذكاء الاستراتيجي بين القادة في الشركة العامة للمنتجات الغذائية، ويتضمن ذلك فهم كيفية مساهمة عوامل مثل اتخاذ القرار والبصيرة وإدارة المعرفة في الازدهار التنظيمي في سوق تنافسية ومتطورة، حيث تواجه الشركة العامة للمنتجات الغذائية تحديات واقعية في الحفاظ على ازدهارها أو زيادته في سوق تنافسية بظل وجود شركات منافسة محلية (الشركات الخاصة العراقية) وإقليمية (الشركات السعودية والتركية والإيرانية) ودولية (الأوروبية والآسيوية وغيرها)، وهناك افتراض بأن الاستفادة من الذكاء الاستراتيجي يمكن أن يسهم بشكل كبير في تعزيز عملية صنع القرار، والابتكار، وفي نهاية المطاف الازدهار التنظيمي، ومع ذلك فإن مدى وطبيعة هذا التأثير لم يتم فهمها جيدًا بعد في سياق هذه الشركة، لذا يمكن صياغة مشكلة البحث عبر التساؤلات الآتية:

1. ما مستوى فهم قيادات الشركة العامة للمنتجات الغذائية لمفهوم الذكاء الاستراتيجي وأبعاده؟
2. ما مستوى الازدهار التنظيمي الذي حققته الشركة العامة للمنتجات الغذائية من وجهة نظر قياداتها؟
3. ما مستوى علاقة الارتباط بين الذكاء الاستراتيجي والازدهار التنظيمي في الشركة العامة للمنتجات الغذائية من وجهة نظر القيادات فيها؟
4. إلى أي مدى يمكن أن يؤثر الذكاء الاستراتيجي في تحقيق الازدهار التنظيمي في الشركة العامة من وجهة نظر قياداتها؟

2.1 فرضية البحث: وضعت فرضيتين أساسيتين مفادها الآتي:

- الفرضية الرئيسية الأولى (H): توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين ابعاد الذكاء الاستراتيجي والازدهار التنظيمي في الشركة العامة للصناعات الغذائية، وتنبثق من هذه الفرضية عدد من الفرضيات الفرعية الآتية:
1. الفرضية الفرعية الأولى (H11) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الرؤية والازدهار إجمالاً.
 2. الفرضية الفرعية الثانية (H12) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين البصيرة والازدهار إجمالاً.
 3. الفرضية الفرعية الثالثة (H13): توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الشراكة والازدهار إجمالاً.
 4. الفرضية الفرعية الرابعة (H14): توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التفكير المنظم والازدهار إجمالاً.

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

5.الفرضية الفرعية الخامسة(H15): توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الدافعية والازدهار إجمالاً.
الفرضية الرئيسية الثانية(H2) : تؤثر ابعاد الذكاء الاستراتيجي عند مستوى الدلالة الاحصائية في الذكاء الاستراتيجي في الشركة العامة للصناعات الغذائية، وتنبثق من هذه الفرضية عدد من الفرضيات الفرعية الآتية :

- 1.الفرضية الفرعية الاولى(H21) : يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للرؤية في الازدهار إجمالاً.
- 2.الفرضية الفرعية الثانية(H22): يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للبصيرة في الازدهار إجمالاً.
- 3.الفرضية الفرعية الثالثة(H23) : يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للشراكة في الازدهار إجمالاً.
- 4.الفرضية الفرعية الرابعة(H24) : يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للتفكير المنظم في الازدهار إجمالاً.
- 5.الفرضية الفرعية الخامسة(H25) : توجد يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للدافعية في الازدهار إجمالاً.

3.1 أهداف البحث

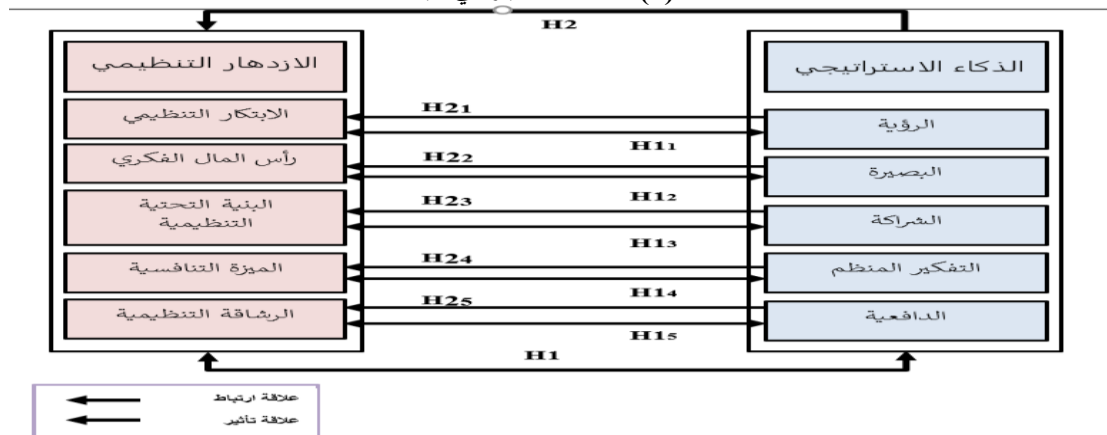
1. التعرف على مستوى فهم قيادات الشركة المبحوثة لمفهوم الذكاء الاستراتيجي وابعاده لتحديد وتوثيق أفضل الممارسات في مجال الذكاء الاستراتيجي الذي يساهم في النجاح التنظيمي، وتوفير دليل للمؤسسات الاخرى في الصناعة ذاتها.
2. التعرف على مستوى الازدهار التنظيمي الذي حققته الشركة (عينة البحث).
3. معرفة مدى وجود علاقات الارتباط بين الذكاء الاستراتيجي والازدهار التنظيمي في الشركة (عينة البحث).
- 4.دراسة دور مكونات الذكاء الاستراتيجي: لمعرفة كيفية تأثير العناصر المختلفة للذكاء الاستراتيجي مثل المسح البيئي وقدرات اتخاذ القرار والتعلم والابتكار ورؤية القيادة في الازدهار التنظيمي في صناعة الأغذية.

4.1 حدود البحث:

1. الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية بالشركة العامة للمنتوجات الغذائية احدى تشكيلات وزارة الصناعة والمعادن العراقية الكائنة في بغداد/ الرصافة لغرض تطبيق البحث.
2. الحدود الزمانية: تمتد الفترة الزمنية التي غطاها البحث من (2023/11/20) الى (2024/9/1).
3. الحدود البشرية: عدد من القيادات الإدارية والفنية في الشركة العامة للمنتوجات الغذائية والتي بلغت (91) فرداً ممن يشغلون مناصب وظيفية من المدير العام، مديري الأقسام، معاونيهم مسؤولي الشعب والوحدات المرتبطة بمقر الرئيسي في بغداد.

5.1 المخطط الإجرائي للبحث: يوضح الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث الحالي، والذي يتضح من خلاله المتغير المستقل (الذكاء الاستراتيجي) الذي تم تمثيله بالشكل الثابت، بنما تم التعبير عن المتغير التابع (الازدهار التنظيمي) بالشكل الانسيابي:

الشكل (1): المخطط الاجرائي للبحث



6.1 الدراسات السابقة

- دراسة (علي وآخرون، 2022): بعنوان (أثر الذكاء الاستراتيجي في تعزيز الفاعلية التنظيمية دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفين مستشفيات مدينة تكريت): هدفت الدراسة إلى معرفة أثر الذكاء الاستراتيجي المتغير المستقل بأبعاده الفرعية المتمثلة (الرؤية المستقبلية، الدافعية، الإبداع) في تعزيز الفاعلية التنظيمية المتغير المعتمد بأبعادها المتمثلة (تحقيق الهدف، الحفاظ على الموارد، العلاقات الانسانية) لدى عينة مختارة من الأطباء في مستشفيات مدينة تكريت، وتم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، وخلصت الدراسة الى وجود علاقة تأثير معنوية جاءت على التوالي (الرؤية المستقبلية الإبداع، الدافعية)، وهذا ما يعزز ما جاء به الجانب النظري للدراسة.

- دراسة (عمير، 2019): بعنوان: (دور المرونة التنظيمية في تحقيق الازدهار التنظيمي: بحث ميداني في عينة من شركات الاتصالات الخلوية العراقية)، وهدفت الدراسة الى قياس تأثير المرونة التنظيمية بأبعادها (المرونة الهيكلية، المرونة التشغيلية، والمرونة الاستراتيجية) في تحقيق الازدهار التنظيمي بأبعادها (الرشاقة الاستراتيجية، رأس المال الفكري، الإبداع، والميزة التنافسية المستدامة)، وتم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، وخلصت الدراسة الى وجود علاقة ارتباط وعلاقة تأثير ايجابية معنوية بين المرونة التنظيمية بأبعادها في الازدهار التنظيمي للمنظمات المبحوثة لذا يمكن الاستدلال على ان المرونة التنظيمية تسهم في تحقيق الازدهار التنظيمي وتنعكس فيه.

1.2.1 المحور الأول: الإطار النظري للذكاء الاستراتيجي

1.1.2.1 تعريف الذكاء الاستراتيجي: أن الذكاء الاستراتيجي هو مصطلح يستخدم للأنشطة الاستخباراتية في سياق التخطيط الاستراتيجي والإدارة الاستراتيجية، اذ يعالج احتياجات صنع القرار رفيعي المستوى ويركز بشكل أساسي على الأنشطة الاستباقية (37 : Gruszczak, 2016)، فالذكاء الاستراتيجي يمكن أن يدعم الإدارة الإستراتيجية خاصة من خلال المساهمة في جمع المعلومات وتحليلها وتوزيعها، وكلما ارتفع مستوى اتخاذ القرار، كلما كان من الضروري توحيد المعلومات وزيادة عدد الاستنتاجات والمقترحات التي يجب إضافتها إليها (5 : Mandel & Irwin, 2021)، كما انه يدور حول وجود فهم واقعي للموقف واستخدامه لتطوير استراتيجية مناسبة وتناسب الظروف وتنجح (1046 : Esmaeili, 2014)، ويؤكد البعض على أن الهدف منه هو فهم إلى أين تتجه المنظمة وكيف يمكنها الحفاظ على قدرتها التنافسية على المدى الطويل في مواجهة التحديات والتغيرات المستقبلية، لذا ينبغي أن يكون الذكاء الاستراتيجي بمثابة رادار ينبه المنظمة إلى التهديدات والفرص في بيئتها الخارجية (31 : Kirilov, 2019).

(2.1.2) اهداف الذكاء الاستراتيجي: يخدم الذكاء الاستراتيجي أهدافاً متعددة لمساعدة المؤسسات على التنقل في البيئات المعقدة واتخاذ قرارات استراتيجية مستنيرة، وفيما يلي العديد من الأهداف الرئيسية للذكاء الاستراتيجي: (Young, 2019: 120) (Gruszczak & Gruszczak, 2016: 38) (Kori, et al., 2020: 130) (Alkharabsheh & Al- (Ngoveni, et al., 2022: 483) (Figueroa Uribe, et al., 2021: 22) (Sarayreh, 2022: 475):

1. تزويد صنع القرار بالمعلومات الدقيقة وذات الصلة لاتخاذ قرارات استراتيجية مستنيرة.
2. اكتساب نظرة ثاقبة للمشهد التنافسي لتحديد الفرص والتهديدات، وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية أو الحفاظ عليها.
3. تحديد وتقييم المخاطر والشكوك المحتملة للتخفيف من تأثيرها على الأهداف التنظيمية.
4. استخدام أساليب الاستشراف لتوقع الاتجاهات والتحديات والفرص المستقبلية، مما يتيح التخطيط

- الاستراتيجي الاستباقي.
5. ضمان المواءمة بين الأهداف الإستراتيجية للمنظمة والقدرات الداخلية والبيئة الخارجية.
6. تعزيز فهم ديناميكيات السوق وتفضيلات العملاء واتجاهات الصناعة لإرشاد استراتيجيات التسويق والمبيعات.
- 3.1.2 أهمية الذكاء الاستراتيجي: يلعب الذكاء الاستراتيجي (SI) دورًا حاسمًا في المؤسسات الحديثة التي تنتقل في بيئة أعمال معقدة وديناميكية، وفيما يلي النقاط الرئيسية التي تسلط الضوء على أهمية الذكاء الاستراتيجي:
1. اتخاذ قرارات مستنيرة: يقلل من عدم التأكد و يتيح الحكم بشكل أفضل في المواقف الحرجة (Al-Zu'bi, 2016: 235).
 2. الميزة التنافسية: الحفاظ على ميزة تنافسية أو اكتسابها (فائق وعبد، 2018: 113-114).
 3. إدارة المخاطر: يساعد في توقع وتخفيف المخاطر التي قد تعيق الأهداف التنظيمية (عبد الكريم 2017، 173).
 4. الاستعداد للمستقبل: يتضمن الذكاء الاستراتيجي الاستبصار وتخطيط السيناريوهات (Al-Fawaeer & Alkhatib, 2020: 125).
 5. كفاءة العملية: يساعد الذكاء الاستراتيجي في تحديد مجالات التحسين وتعزيز الكفاءة التشغيلية وفعالية التكلفة (Alobidyeen & Al-Rawashdeh, 2020: 30).
 6. الابتكار والنمو: ان الابتكار يعتبر الخطر الأخير الذي يجب إدارته لتحفيز الموارد البشرية على تقديم ما هو جديد وغير مألوف دون تردد أو خوف (Hussein, et al., 2023: 214).
 7. الوعي العالمي: يوفر الذكاء الاستراتيجي منظورًا عالميًا، مما يساعد في صياغة الاستراتيجيات الدولية (Massad & Al-Shura, 2023: 2).
 8. التدقيق المطلوب: يساعد الذكاء الاستراتيجي المؤسسات على التنقل بين الأطر القانونية وتخفيف مخاطر الامتثال (Kadhim, 2021: 3).
 9. الأمن الإلكتروني: يعد الذكاء الاستراتيجي في شكل ذكاء إلكتروني أمرًا حيويًا لحماية الأصول التنظيمية، وضمان خصوصية البيانات (Mirzayev, 2023: 412).
 10. إدارة المعرفة: يتم استخدام أنظمة إدارة المعرفة لدعم المعلومات التنظيمية من خلال المعرفة المكتسبة والمعرفة المشتركة والمعرفة التطبيقية من أجل التحسين (Mohammed, 2022: 2-3).
 11. تخصيص الموارد: يساعد الذكاء الاستراتيجي في تخصيص الفعال للموارد، مما يضمن استخدامها حيث يمكنها توفير أكبر قيمة (Waghmare, 2019: 183).
 12. مراقبة الأداء: يعد رصد وتقييم أداء المبادرات الإستراتيجية أمرًا بالغ الأهمية لضمان توافقها مع الأهداف التنظيمية (Awamleh & Bustami, 2022: 2).
 13. التواصل مع أصحاب المصلحة: إنشاء تقارير استخباراتية واضحة وموجزة، يسهل الذكاء الاستراتيجي التواصل الفعال مع أصحاب المصلحة فيما يتعلق بالتوجه الاستراتيجي والأداء المنظمة (Rteimeh, 2021: 149).
- 4.1.2 معوقات الذكاء الاستراتيجي: يمكن أن يواجه السعي وراء الذكاء الاستراتيجي داخل المنظمة عقبات مختلفة، وفيما يلي بعض التحديات والقضايا الشائعة المرتبطة بالذكاء الاستراتيجي:
1. جودة ودقة البيانات: تؤدي جودة البيانات الرديئة إلى رؤى مضللة واتخاذ قرارات خاطئة (Kimmelman, 2017: 19-22).
 2. التحميل الزائد للبيانات: تؤدي وفرة البيانات المتاحة إلى تحميل زائد للمعلومات (Maharjan, 2019: 1718).

3. الوصول إلى المعلومات في الوقت المناسب: يعد الوصول في الوقت المناسب إلى المعلومات الهامة أمرًا بالغ الأهمية لتحقيق التكامل الفعال (Fahime, et al., 2017: 3).
4. القدرات التحليلية: إن الافتقار إلى القدرات التحليلية المتقدمة أو الموظفين ذو الخبرة لتحليل مجموعات البيانات المعقدة يمكن أن يشكل عقبات كبيرة أمام استخلاص رؤى قابلة للتنفيذ (Fernández-Villacañas Marín, 2015: 7-8).
5. البنية التحتية للتكنولوجيا: يمكن أن تؤدي البنية التحتية التكنولوجية الغير الكافية لجمع البيانات وتحليلها ونشرها إلى إعاقة عملية الذكاء الاستراتيجي (Jebiril, et al., 2023: 1042).
6. تحديات التكامل: قد يكون دمج الذكاء الاستراتيجي في العمليات والأنظمة والثقافة التنظيمية الحالية أمرًا صعبًا، خاصة إذا كانت هناك مقاومة التغيير (Robinson, et al., 2021: 1-2).
7. مخاوف الأمن والخصوصية: ضمان خصوصية وأمن البيانات الحساسة، يمثل مصدر قلق كبير (Koshinsky, 2021: 32).
8. المعضلات الأخلاقية: يمكن للاعتبارات الأخلاقية في كيفية جمع البيانات واستخدامها ومشاركتها أن تشكل تحديات، خاصة في أنشطة الاستخبارات التنافسية (Kimmelman, 2017: 19-22).
9. الصوامع التنظيمية: يمكن للصوامع التنظيمية أن تعيق التدفق الحر للمعلومات عبر الأقسام المختلفة، مما يقوض شمولية وفعالية الذكاء الاستراتيجي (Maharjan, 2019: 17-18).
10. قيود التكلفة: تشكل التكلفة المرتبطة بالاستثمار والتدريب والموظفين عائقًا، خاصة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة أو تلك ذات الموارد المحدودة (Fahime, et al., 2017: 3).
- 1.2.5. **أبعاد الذكاء الاستراتيجي:** يمكن بيان أبعاد تأثير الذكاء الاستراتيجي بما يلي: (Al-Ali & Ali, 2023: 621) (Kitagawa & Vidmar, 2023: 656) (Kirilov, 2019: 17)
 1. الرؤية: تلعب الرؤية، باعتبارها أحد أبعاد الذكاء الاستراتيجي، دورًا محوريًا في توجيه المنظمات نحو النجاح والقدرة على التكيف على المدى الطويل. فالرؤية تعرف بأنها الفكرة الواضحة والمقنعة لما تطمح المنظمة إلى أن تصبح عليه في المستقبل.
 2. البصيرة: تلعب البصيرة، باعتبارها بُعدًا حاسمًا للذكاء الاستراتيجي، دورًا محوريًا في كيفية فهم المنظمة وتفسيرها لتعقيدات بيئة أعمالها، كما إنه يتجاوز مجرد جمع البيانات وتحليلها إلى فهم أعمق للأنماط والروابط والآثار الأساسية، ويعد هذا الفهم العميق ضروريًا لاتخاذ قرارات مستنيرة، مما يسمح للمؤسسات بالتنقل في اتجاهات السوق والديناميكيات التنافسية والتحديات الداخلية ببصيرة ووضوح، لذلك فالبصيرة تعرف بأنها القدرة على توقع الاتجاهات المستقبلية وتطورات السوق والتحديات المحتملة.
 3. الشراكة: في مجال الذكاء الاستراتيجي، يحتل بُعد الشراكة مساحة مهمة، مما يؤكد أهمية العلاقات التعاونية في تعزيز القدرات الإستراتيجية للمنظمة، متجذرًا في فهم أنه لا يوجد كيان يعمل بمعزل عن غيره، إذ يعكس مفهوم الشراكة في الذكاء الاستراتيجي الاعتراف بأن التحالفات والتعاون والمشاريع المشتركة يمكن أن تكون محورية في التنقل في بيئات الأعمال المعقدة وتحقيق الأهداف الاستراتيجية، فالشراكة تعرف بأنها التعاون مع كيانات خارجية مثل المنظمات الأخرى أو المؤسسات الأكاديمية أو الهيئات الحكومية لتحقيق الأهداف الاستراتيجية.
 4. التفكير المنظم: يبرز التفكير المنظم باعتباره بُعدًا حاسمًا، وهو جزء لا يتجزأ من الفهم والتنقل الفعال لتعقيدات البيئات التنظيمية، ومتجذرًا في نظرية الأنظمة، التي تنظر إلى المنظمات على أنها أنظمة معقدة من مكونات مترابطة، فإن التفكير المنظم يوسع هذا المفهوم ليشمل عالم الذكاء الاستراتيجي، وهو يقترح أنه ينبغي فهم المنظمة بشكل كلي، حيث ترتبط وظائف كل جزء ونتائجه

بالكل، لذلك فإن التفكير المنظم يعرف بأنه فهم الترابط بين العناصر المختلفة داخل المنظمة وبيئة الأعمال الأوسع والذي ينطوي على النظر إلى المنظمة ككل وفهم كيفية تفاعل الأقسام والعمليات والعوامل الخارجية المختلفة مع بعضها البعض.

5. الدافعية: تلعب الدافعية، عند تصورها كأحد أبعاد الذكاء الاستراتيجي، دورًا تحويليًا في تشكيل الاتجاه الاستراتيجي للمنظمة وفعاليتها، ويفترض هذا المنظور أن فهم العوامل التحفيزية وتسخيرها داخل المنظمة أمر بالغ الأهمية لقيادة القرارات والإجراءات الإستراتيجية التي تتماشى مع الأهداف طويلة المدى، وفي جوهره، يدور الدافع في الذكاء الاستراتيجي حول الاستفادة من العوامل الجوهرية والخارجية التي تدفع الأفراد والفرق نحو تحقيق الأهداف التنظيمية، مما يضمن تزامن جهودهم مع الرؤية الاستراتيجية الشاملة، لذلك نرى أن الدافعية تعرف بأنها الاندفاع والالتزام داخل المنظمة لتحقيق أهدافها الاستراتيجية.

2.2.1: المحور الثاني: الإطار النظري للازدهار التنظيمي

1.2.2.1 تعريف الازدهار التنظيمي: إن المفهوم النظري " للازدهار التنظيمي " متجذر في دراسات الأعمال والإدارة ويتضمن فهمًا واسعًا لما يشكل منظمة ناجحة ومزدهرة ومستدامة، وهو يمتد إلى ما هو أبعد من المقاييس التقليدية للنجاح المالي ليشمل نظرة أكثر شمولية للصحة التنظيمية والفعالية (Robbins & Judge, 2017: 168-169)، ويُفهم الازدهار التنظيمي على أنه نجاح عبر أبعاد متعددة، في حين أن الأداء المالي (الربح، ونمو الإيرادات، والاستقرار المالي) يعد عنصرًا رئيسيًا، فإنه يشمل أيضًا عوامل مثل رفاهية الموظفين، ورضا العملاء، والابتكار، والقدرة على التكيف والاستدامة والمسؤولية الاجتماعية (Rivera Méndez, 2017: 37).

2.2.2.1 أهداف الازدهار التنظيمي:

1. الاستقرار المالي والنمو: إن تحقيق النمو والاستقرار المالي المستمر هو هدف أساسي. وهذا يشمل الربحية ونمو الإيرادات والمرونة المالية. (Mohammed & Saaed, 2021: 2628)
2. رفاهية الموظفين وتطويرهم: تعزيز بيئة عمل يشعر فيها الموظفون بالرضا والمشاركة وتتاح لهم فرص التطوير الشخصي والمهني. (Kingi, et al., 2019: 444)
3. رضا العملاء وولاءهم: ضمان مستويات عالية من رضا العملاء وبناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء. (Pratiwi & Amini, 2023: 157)
4. الابتكار والقدرة على التكيف: الابتكار المستمر والتكيف مع التغيرات في السوق والتكنولوجيا وتفضيلات العملاء. (Legzian, et al., 2015: 1295)
5. الاستدامة والممارسات الأخلاقية: تنفيذ ممارسات تجارية مستدامة تقلل من التأثير البيئي وتضمن السلوك الأخلاقي. (Tršková & Holubčík, 2016: 261)
6. الثقافة التنظيمية القوية: تنمية ثقافة تنظيمية إيجابية وشاملة وأخلاقية تدعم التعاون والابتكار وتتوافق مع القيم والأهداف التنظيمية. (Chew, 2005: 2)
7. قيادة السوق والميزة التنافسية: السعي للحصول على مكانة رائدة في السوق وتطوير ميزة تنافسية من خلال المنتجات أو الخدمات الفريدة أو التميز التشغيلي. (Besley, et al., 2013: 2)
8. خلق القيمة لأصحاب المصلحة: خلق قيمة لجميع أصحاب المصلحة، بما في ذلك المساهمين والموظفين والعملاء والموردين والمجتمع. (Mohammed & Saaed, 2021: 6707)
9. إدارة المخاطر والمرونة: تطوير القدرة على الصمود في مواجهة المخاطر والشكوك المحتملة (Feldman, 2014: 10).
10. التأثير العالمي والاجتماعي: المساهمة بشكل إيجابي في المجتمع الأوسع والمجتمع العالمي

11. الرؤية طويلة المدى والتخطيط الاستراتيجي: وضع رؤية واضحة طويلة المدى وتخطيط استراتيجي يوجه المنظمة نحو الازدهار. (Mohammed & Majeed, 2023: 2373)

12. الحوكمة والقيادة الفعالة: ضمان هياكل الحوكمة والقيادة الفعالة التي تدفع المنظمة نحو أهدافها مع الحفاظ على المساءلة والشفافية. (Pratiwi & Amini, 2023: 157)

تساهم هذه الأهداف بشكل جماعي في الصحة الشاملة للمؤسسة، مما يضمن نجاحها واستدامتها على المدى الطويل في بيئة أعمال ديناميكية ومعقدة، وهي تعكس تحولاً من التركيز الضيق على الأداء المالي إلى منظور أوسع حول ما يشكل النجاح التنظيمي الحقيقي.

3.2.2 العوامل المؤثرة في الازدهار التنظيمي: يتأثر الازدهار التنظيمي بالعديد من العوامل التي تشمل الديناميكيات الداخلية وظروف السوق الخارجية والبيئات الاجتماعية والاقتصادية الأوسع وفيما يلي بعض العوامل الرئيسية التي يمكن أن تؤثر بشكل كبير على ازدهار المنظمة:

1. القيادة والإدارة: تعد القيادة والإدارة الفعالة أمر بالغ الأهمية، كما إن القيادة التي تتسم بالرؤية الاستراتيجية قادرة على تحفيز وتوجيه الموظفين.

2. الثقافة والقيم التنظيمية: تعزز الثقافة التنظيمية الإيجابية والأخلاقية والشاملة مشاركة الموظفين والابتكار والولاء (Oakley & Ward, 2018: 6).

3. استراتيجية العمل والرؤية: إن وجود استراتيجية عمل واضحة ومتسقة ومنفذة بشكل جيد أمر ضروري لتوجيه المنظمة نحو أهدافها، (Chambers, et al., 2018: 617).

4. مشاركة الموظفين وإدارة المواهب: تعد القدرة على جذب المواهب والاحتفاظ بها وتطويرها أمراً حيوياً، ويمكن للموظفين المشاركين الذين يتمتعون بالمهارة والملتزمين من زيادة الانتاجية والابتكار (Ali & Mahmood, 2023: 837).

5. التركيز على العملاء ورضاهم: إن فهم وتلبية احتياجات العملاء أمر أساسي، يحقق مستويات عالية من رضا العملاء إلى تكرار الأعمال والتحدث الإيجابي الشفهي، وهو أمر بالغ الأهمية لتحقيق النجاح على المدى الطويل، (Nguyen, 2017: 47-48).

6. الابتكار والقدرة على التكيف: يعد الابتكار المستمر والتكيف مع التغيرات في التكنولوجيا وتفضيلات السوق واتجاهات الصناعة أمراً بالغ الأهمية في الحفاظ على القدرة التنافسية والأهمية (García-Sánchez, et al., 2021: 37).

7. الإدارة المالية: إن الإدارة المالية السليمة، بما في ذلك الميزانية الفعالة، والاستثمار، واستراتيجيات إدارة المخاطر، تدعم الاستقرار والنمو التنظيمي، والتقنيات المتقدمة مثل الموازنة الصفرية والتنبؤات المتجددة (Chandra & Kumar, 2021: 471).

8. ظروف السوق والمنافسة: تؤثر حالة السوق، بما في ذلك المنافسة والطلب والظروف الاقتصادية، بشكل كبير على الازدهار التنظيمي، إذ تعد القدرة على التنقل والتكيف مع هذه العوامل الخارجية أمراً ضرورياً (García-Sánchez, et al., 2021: 39).

9. التقدمات التكنولوجية: يمكن الاستفادة من التقدم التكنولوجي في تحسين الكفاءة والإنتاجية والابتكار (Pengfei, et al., 2020: 29).

10. البيئة التنظيمية والامتثال: يعد الالتزام بالمتطلبات القانونية والتنظيمية أمراً بالغ الأهمية ويمكن أن يؤثر المشهد التنظيمي على التكاليف التشغيلية، ودخول السوق، والسمعة العامة للمؤسسة، (Guðjónsson & Óskarsson, 2017: 29-30).

11. كفاءة سلسلة التوريد: تضمن سلسلة التوريد القوية والفعالة تسليم المنتجات والخدمات في

الوقت المناسب، وتقلل التكاليف، وتعزز رضا العملاء، فالخدمات اللوجستية والعمليات والتشغيلية المحسنة تضمن تسليم المنتجات/ الخدمات في الوقت المناسب، (Miron & Zavera, 2020: 709).

12. الاتجاهات العالمية والعوامل الجيوسياسية: يمكن أن يكون للاتجاهات الاقتصادية العالمية والعوامل الجيوسياسية، والديناميكيات بين الثقافات لها تأثير كبير، خاصة بالنسبة للمنظمات العاملة على المستوى الدولي (Prasad, 2018: 13).

13. الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية: يمكن أن يؤدي الالتزام بالاستدامة والممارسات التجارية إلى تعزيز سمعة العلامة التجارية وولاء العملاء والقدرة على الاستمرار على المدى الطويل (Zhu, et al., 2022: 112).

14. العلاقات مع أصحاب المصلحة: بناء والحفاظ على علاقات إيجابية مع جميع أصحاب المصلحة بما في ذلك المستثمرين والمجتمع والحكومة (Hellin, et al., 2020: 966).

4.2.2. ابعاد الازدهار التنظيمي:

1. الابتكار التنظيمي: يمثل الابتكار التنظيمي بُعدًا محوريًا في تحقيق الازدهار التنظيمي، وهو يشمل أكثر بكثير من مجرد منتجات جديدة أو اختراقات تكنولوجية، وهو يمتد عبر ابتكارات العمليات ونماذج الأعمال المبتكرة، وتقنيات الإدارة الجديدة، والأساليب الجديدة لمشاركة العملاء والموظفين والأهم من ذلك، أن الابتكار متأصل بعمق في ثقافة المنظمة، ويزدهر في البيئات التي تشجع المخاطرة والإبداع والتجريب والتعلم من الفشل (Mendez, 2017: 37)، الابتكار التنظيمي يعرّف بأنه قدرة المنظمة على تطوير أفكار أو منتجات أو خدمات أو عمليات جديدة تحقق قيمة مضافة للمنظمة وعملائها.

2. رأس المال الفكري: يتم الاعتراف بشكل متزايد برأس المال الفكري باعتباره بُعدًا حاسمًا للازدهار التنظيمي، وهو يمثل الأصول غير الملموسة للمنظمة، بما في ذلك المعرفة الجماعية والخبرة والقدرات التي تساهم في ميزتها التنافسية ونجاحها على المدى الطويل، ويمتد هذا المفهوم إلى ما هو أبعد من الأصول المادية والمالية التقليدية، حيث يسلط الضوء على أهمية رأس المال البشري و العلاقات والهيكل في دفع النمو التنظيمي والاستدامة (Clup, et al, 2012: 103)، رأس المال الفكري يعرّف بأنه حصيلة ما تمتلكه المنظمة من معرفة ومهارات وخبرات وملكية فكرية والتي تعد ثروة مهمة لنجاح المنظمة وربحها على الامد البعيد.

3. البنية التحتية التنظيمية: من الواضح أن هناك منافسة قوية بين المنظمات في هذا العصر الحديث الذي تعتمد عليه التكنولوجيا، مما يؤدي إلى زيادة عدد الموظفين ذوي المعرفة إلى جانب تغييرات واسعة النطاق في السوق (Mohammed, et al., 2020: 1272)، أن البنية التحتية التنظيمية تعرف بأنها الهياكل والمرافق المادية والتنظيمية اللازمة لتشغيل المنظمة.

4. الميزة التنافسية: تعد الميزة التنافسية بُعدًا أساسيًا للازدهار التنظيمي، حيث تحدد قدرة المنظمة على التفوق في الأداء على منافسيها وتحقيق مكانة متفوقة في السوق، وتنشأ هذه الميزة من سمات أو قدرات متميزة، تشمل كل شيء بدءًا من عروض القيمة الفريدة والمنتجات المبتكرة وحتى قيادة التكلفة وتجارب العملاء الاستثنائية (Kumar, et al., 2015: 471)، الميزة التنافسية تعرف بأنها السمة أو مجموعة السمات التي تسمح للمنظمة بالتفوق في الأداء على منافسيها.

5. الرشاقة التنظيمية: يتم الاعتراف بشكل متزايد بالرشاقة التنظيمية باعتبارها بُعدًا رئيسيًا للازدهار التنظيمي، حيث تجسد قدرة المنظمة على التكيف بسرعة والاستجابة لتغيرات السوق والتقدم التكنولوجي وتفضيلات العملاء المتطورة، وتعد هذه الرشاقة عامل نجاح حاسم في بيئة الأعمال سريعة التغير اليوم (Khoshnood & Nematizadeh, 2017: 221)، الرشاقة التنظيمية تعرف

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

بأنها قدرة المنظمة على التكيف بسرعة مع تغيرات السوق والقوى الخارجية، والعمليات المحورية والاستجابة بسرعة لمتطلبات العملاء والفرص.

المحور الثالث: الإطار العملي التطبيقي

أولاً: وصف مجتمع وعينة البحث: تتمثل خصائص مجتمع البحث في القادة وصناع القرار الرئيسيين في الشركة العامة للمنتوجات الغذائية، ويشمل ذلك الافراد في كافة القيادات الادارية على مختلف مستوياتهم الإدارية، الذين يشاركون في التخطيط الاستراتيجي وصنع القرار وصياغة السياسات وعددهم 91 شخصاً، ولتطبيق البحث جرى اختيار العينة بشكل مقصود (العينة القصدية)، حيث شملت 91 شخصاً لكبار المسؤولين في الشركة، بما في ذلك المدير العام، مديري الأقسام، معاونيه ومسؤولي الشعب والوحدات المرتبطة بالمقر الرئيسي. في بغداد (مما يعكس المجتمع البحثي بشكل كامل ويضمن تمثيلاً دقيقاً لجميع الفئات القيادية والإدارية ذات الصلة)، إذ جرى توزيع الاستبانات على هذه العينة، وتم استرجاع 86 استبانة صالحة للتحليل، مما يمثل نسبة 94.5% من المجموع الكلي، بينما كانت 5 استبانات غير صالحة للتحليل.

جدول (1) الخصائص الديموغرافية للبحث

الفقرات	الجنس	التكرار	النسبة
النوع الاجتماعي	ذكر	61	70.9%
	انثى	25	29.1%
	المجموع	86	100%
المؤهل الأكاديمي	بكالوريوس	44	51.2%
	دبلوم عال	12	14.0%
	ماجستير	26	30.2%
	دكتوراه	4	4.6%
	المجموع	86	100%
الخدمة الوظيفية	أقل من خمسة سنوات	4	4.7%
	5- أقل من 10	8	9.3%
	10- أقل من 15	17	19.8%
	15 - أقل من 20	14	16.3%
	20- أقل من 25	30	34.8%
	25 فأكثر	13	15.1%
	المجموع	86	100%
العمر	أقل من 25 سنة	3	3.4%
	25 - أقل 35 سنة	10	11.6%
	35 - أقل 45 سنة	17	19.8%
	45 - أقل 50 سنة	29	33.7%
	50 سنة فأكثر	27	31.4%
	المجموع	86	100%

المصدر: من اعداد الباحثة استناداً الى إجابات عينة البحث

بناءً على الجدول (1)، سيجري تحليل الفقرات وكالاتي:

1. ان نسبة الذكور بلغت (70.9%) فيما بلغت نسبة الاناث (29.1%) من أفراد عينة البحث مما يدل على ان نسبة الذكور اعلى من نسبة الاناث وهذا يعني ان الشركة العامة للمنتوجات الغذائية/ بغداد تعتمد على الذكور في عملية توظيف إدارة التشكيلات الإدارية والفنية لديها.

2. أن اعلى نسبة كانت من حملة شهادة البكالوريوس اذ بلغت (51.2%)، فيما كانت نسبة أفراد العينة ممن يحملون شهادة الماجستير هي (30.2%)، أما حملة شهادة الدبلوم العال فكانت نسبتهم هي (14.0%) اما نسبة حملة شهادة الدكتوراه فبلغت نسبتهم هي (4.0%)، مما يدل على ان افراد العينة يملكون القدرة على تفهم وإدراك مؤشرات الاستبانة مما سينعكس بالإيجاب على النتائج العملية للبحث.

3. أن أعلى نسبة كانت ممن لديهم عدد سنوات خدمة تتراوح بين (20 - أقل من 25 سنة) اذ بلغت (34.8%)، تليها بعد ذلك ممن لديهم عدد سنوات خدمة تتراوح بين (10 - أقل من 15 سنة) اذ بلغت نسبتهم (19.8%)، اما افراد العينة الذين لديهم خدمة تتراوح بين (15 - أقل من 20) فكانت

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

نسبتهم هي (16.3%)، فيما كانت نسبة أفراد العينة الذين لديهم خدمة وظيفية أكثر من 25 سنة فكانت نسبتهم هي (15.1%). وبلغت نسبة أفراد العينة الذين لديهم خدمة وظيفية تتراوح بين (5 - أقل من 10 سنوات) هي (9.3%)، فيما بلغت نسبة أفراد العينة الذين لديهم خدمة وظيفية أقل من 5 سنوات هي (4.7%) وهي الأقل بمقارنة مع بقية الفئات الخاصة بعدد سنوات الخدمة الوظيفية لأفراد عينة البحث. مما يدل على أن أفراد العينة يملكون الخدمة الوظيفية التي تمكنهم من تفهم وإدراك فقرات او مؤشرات الاستبانة مما ينعكس بالإيجاب على النتائج العملية للبحث.

4. أن أعلى نسبة كانت ممن أعمارهم تتراوح بين (45 - أقل من 50 سنة) إذ بلغت (33.7%) تليها بعد ذلك ممن كانت أعمارهم من 50 فأكثر إذ بلغت نسبتهم (31.4%)، أما أفراد العينة الذين كانت أعمارهم بين (35 - أقل من 45 سنة) فكانت نسبتهم هي (19.8%)، فيما كانت نسبة أفراد العينة الذين كانت أعمارهم تتراوح بين (25 - أقل من 35 سنة) فكانت نسبتهم هي (11.6%). فيما بلغت نسبة أفراد العينة الذين كانت أعمارهم أقل من 25 سنة هي (3.4%) وهي الأقل بمقارنة مع بقية الفئات المتعلقة بالعمر لأفراد عينة البحث مما يدل على أن أفراد العينة تتميز بتنوع الفئات العمرية نوعاً ما مما يعني أن العينة تتمتع بتنوع ما بين كبار السن والشباب وهذا مما يشكل توليفة جيدة من تنوع الأفكار التي تعكس إيجاباً على استطلاع آراء العينة المدروسة بمختلف الأعمار.

ثانياً: اختبار وفحص فقرات الاستبانة: تعد اختبارات الثبات والصدق من المفاهيم الأساسية التي ينبغي توافرها بهدف إثبات صلاحية استخدام المقياس، إذ أنها من الخطوات المهمة التي يعتمد عليها الباحثين في تصميم المقاييس البحث، والتي يعتمد عليها اغلب الباحثين بغرض التأكد من صلاحية ودقة وسلامة المقياس. ويوضح الجدول (2) أن قيم الفا-كرونباخ لفقرات الاستبانة على مستوى ابعادها جميعاً تقع بين (0.956) و(0.81) وهي قيم جيدة وعالية مقارنة من الحد الأدنى للقبول والبالغ (0.60)، مما يدل على إمكانية تمرير الاستبانة وتوزيعها على أفراد عينة البحث.

وبالإمكان استخراج صدق المحتوى من خلال (الصدق = الثبات) $\sqrt{\quad}$ ومن خلال القيم الواضحة في الجدول (2) مما يدل على أن إحصاءات صدق المحتوى مطمئنة إضافة إلى تجانس الاستبانة واصلاحتها لكافة أهدافها.

الجدول (2) حساب ثبات (الفا-كرونباخ) وصدق المحتوى

متغيرات وابعاد البحث	عدد الفقرات	معامل الفا-كرونباخ	صدق المحتوى
X1 الرؤية	5	0.876	0.933
X2 البصيرة	5	0.886	0.941
X3 الشراكة	5	0.81	0.90
X4 التفكير المنظم	5	0.868	0.932
X5 الدافعية	5	0.846	0.92
الذكاء الاستراتيجي (المتغير المستقل) X	25	0.928	0.963
Y1 الابتكار التنظيمي	5	0.876	0.935
Y2 رأس المال الفكري	5	0.855	0.925
Y3 البنية التحتية التنظيمية	5	0.818	0.904
Y4 الميزة التنافسية	5	0.943	0.971
Y5 الرشاقة التنظيمية	5	0.956	9.78
الازدهار التنظيمي Y	25	0.889	0.943
لجميع فقرات الاستبانة	50	0.933	0.966

المصدر: من اعداد الباحثة

ثالثاً: اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة: يعد إجراء عملية اختبار التوزيع الطبيعي مهماً لأنه يحدد طبيعة توزيع البيانات ونوعها، إذ يتم إجراء اختبار التوزيع الطبيعي من خلال استخدام اختبار كولمكروف - سميرونوف (Kolmogrove - smirnov) في حال كان حجم العينة أكبر من (50)، فيما يتم استعمال اختبار شاييرو - ويلك (Shapiro - wilk) في حال كون العينة تساوي

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

(50) او اقل من (50) ، وبما ان حجم عينة البحث أكبر من 50 فسيتم استخدام اختبار كولمكروف – سميرنوف (Kolmogrove – smirnov)، اذ يوضح الجدول (26) قيمة (Kolmogrove – smirnov) لمتغير الذكاء الاستراتيجي والبالغة (0.083) و (Sig = 0.140)، فيما بلغت قيمة (Kolmogrove – smirnov) لمتغير الازدهار التنظيمي (0.091) و (Sig = 0.073)، مما يدل على أن توزيع البيانات يتصف بخاصية التوزيع الطبيعي كون قيم (Sig) أعلى من مستوى المعنوية (Sig= 0.05) والتي تعتبر الحد الأدنى لاعتبار البيانات ذات توزيع طبيعي، وعليه فإن البيانات ذات توزيع طبيعي.

الجدول (3) اختبار توزيع البيانات

نوع التوزيع	Sig	Kolmogrove – smirnov	المتغير
طبيعي	0.140	0.083	X الذكاء الاستراتيجي
طبيعي	0.073	0.091	Y الازدهار التنظيمي

المصدر: من اعداد الباحثة

رابعاً: عرض وتحليل إجابات عينة البحث وتحليل النتائج

أ. الذكاء الاستراتيجي: أجريت عملية الوصف والتحليل لآراء افراد عينة البحث حول متغير الذكاء الاستراتيجي، اذ تشير نتائج الجدول (4)، ان الوسط الحسابي لمتغير الذكاء الاستراتيجي، قد بلغ (3.38) وهي اعلى من قيمة الوسط الحسابي الفرضي مما يدل على ان إجابات افراد عينة البحث عن فقرات متغير الذكاء الاستراتيجي اتجهت نحو الاتفاق. فيما بلغت قيمة الانحراف المعياري (0.59) مما يدل على تجانس إجابات افراد العينة، وقد بلغت الاهمية نسبية لمتغير الذكاء الاستراتيجي (67.60%)، لذا فإن الذكاء الاستراتيجي يشير إلى القدرة على وضع وتنفيذ استراتيجيات فعالة وملائمة للمؤسسة، ويتضمن النظر بعيداً لتحديد الأهداف والرؤية التي ترغب المؤسسة في تحقيقها في المستقبل البعيد والقريب. ويتضح ان الشركة العامة لصناعة المنتجات الغذائية لا تعتمد التكنولوجيا الحديثة في عملية تحليل بيانات المعلومات أو معرفة يمكن من خلالها اتخاذ القرارات المناسبة بالإضافة الى ضعف القدرة على جمع البيانات حول السوق والمنافسين لعدم ادراك الشركة لقدرة المنافسين في تعاملها مع متطلبات الزبون مما يجعل الشركة تعمل على التكيف مع التغيرات قصيرة الأمد، فيما حصل بعد الشراكة على المرتبة الأولى بوسط حسابي بلغ (3.5) وبأهمية نسبية (70%)، فيما حصل بعد الدافعية على المرتبة الأخيرة والخامسة بوسط حسابي (3.2) وأهمية نسبية (64.00%).

الجدول (4) الأوساط الحسابية لمتغير الذكاء الاستراتيجي وابعاده

المرتبة	الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغير المستقل وابعاده
الثالثة	67.60%	0.77	3.38	X ₁ الرؤية
الثانية	69.20%	0.66	3.46	X ₂ البصيرة
الأولى	70.00%	0.66	3.5	X ₃ الشراكة
الرابعة	66.60%	0.48	3.33	X ₄ التفكير المنظم
الخامسة	64.00%	0.84	3.2	X ₅ الدافعية
	67.60%	0.59	3.38	X الذكاء الاستراتيجي

1. الرؤية: يتضح من الجدول (4) ان الوسط الحسابي لبعد الرؤية بلغ (3.38) هو اعلى من الوسط الحسابي الفرضي (3)، كما بلغت الأهمية النسبية (67.60%) وهذا يدل على وجود اهتمام بمستوى بعد الرؤية ضمن متغير الذكاء الاستراتيجي فالاهتمام ببعد الرؤية في سياق الذكاء الاستراتيجي يعكس الالتزام بتحديد اتجاهات واضحة ومحددة للمؤسسة، مما يساعدها على تحديد أولوياتها واتخاذ القرارات الاستراتيجية الصائبة لتحقيق نجاح مستدام والنمو في السوق. بمعنى آخر، الرؤية الاستراتيجية تمثل البوصلة التي توجه المؤسسة نحو تحقيق أهدافها المستقبلية بشكل فعال ومنسق. فيما كانت قيمة انحراف معياري (0.77) مما يدل على تجانس إجابات أفراد عينة البحث، كما أن الفقرة التي نصها (تلعب رؤية الشركة دوراً فاعلاً في توجيه استراتيجيات نموها وتطويرها) قد حصلت على اعلى وسط حسابي والبالغ (3.72) وبأهمية نسبية بالغة (74.40%) وبانحراف معياري

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

قيمتها (0.88) مما يدل على أن الشركة العامة للمنتجات الغذائية تهتم باستراتيجياتها الهادفة إلى النمو والتطور مما يدل على إدراك الإدارة العليا في الشركة لأهمية استراتيجيات النمو والتطور، فيما كانت الفقرة التي نصها (تمتلك الشركة رؤية واضحة وبعيدة الامد) قد حصلت على أقل وسط حسابي وبقيمة بلغت (3.02) وأهمية نسبية (60.40%) وبانحراف معياري (0.91) مما يدل على أن رؤية الشركة العامة للمنتجات الغذائية/ بغداد لم تتسم بالطموح المطلوب الذي يعكس إرادة الشركة لتبوء في مراكز متقدمة في السوق.

الجدول (4) تحليل آراء عينة البحث لبعدها الرؤية

الرمز	الفقرات	النسبة المئوية لإجابات أفراد العينة					الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
		اتفاق تماماً	اتفاق	محايد	لا اتفاق	لا اتفاق تماماً			
X ₁₁	تمتلك الشركة رؤية واضحة وبعيدة الامد	9.3	31.4	24.4	22.1	12.8	3.02	0.91	60.40%
X ₁₂	تتوافق القرارات الإستراتيجية للشركة مع رؤيتها الشاملة	2.3	32.6	44.2	18.6	2.3	3.14	0.83	62.80%
X ₁₃	تلهم رؤية الشركة التفكير الابتكاري والأفكار الجديدة في العمل	8.1	34.9	41.9	11.6	3.5	3.33	0.91	66.60%
X ₁₄	تؤثر رؤية الشركة على العمليات اليومية وصنع القرار	19.7	43	29.1	4.7	3.5	3.71	0.96	74.20%
X ₁₅	تلعب رؤية الشركة دوراً فاعلاً في توجيه استراتيجيات نموها وتطويرها	16.8	38.6	31.6	6	7	3.72	0.88	74.40%
الرؤية X ₁							3.38	0.77	67.60%

2. البصيرة: يتضح من الجدول (5) يبلغ الوسط الحسابي لبعده البصيرة (3.46) وهو أعلى من الوسط الحسابي الفرضي (3)، كما بلغت الأهمية النسبية (69.20%) فيما كانت قيمة انحراف معياري (0.66) مما يدل على تجانس إجابات أفراد العينة المبحوثة، وهذا يدل على وجود اهتمام لبعده البصيرة ضمن متغير الذكاء الاستراتيجي فالاهتمام ببعده البصيرة في سياق الذكاء الاستراتيجي يعكس الالتزام بالبحث المستمر والتحليل العميق للمعلومات، وهو أساسي لاتخاذ القرارات الاستراتيجية الصائبة التي تضمن استمرارية ونمو المؤسسة. البصيرة الاستراتيجية تساعد على تحديد الاتجاهات المستقبلية وتوجيه الاستراتيجيات بما يحقق المزايا التنافسية والازدهار على المدى الطويل. ولكن تعاني الشركة العامة للمنتجات الغذائية من ضعف في فهم الأمور بعمق وتوقع النتائج المستقبلية بعيد الأمد مما يجعل قراراتها ضمن القرارات الاستراتيجية قصيرة الأمد لعدم قدرتها على توفير البيانات التي من الممكن تحليلها للحصول على معلومات تمكنها من فهم الأمور بعيد الأمد، كما أن الفقرة التي نصها (تعتمد الشركة سيناريوهات مستقبلية محتملة فيما يتعلق بالتخطيط الاستراتيجي لمواجهة المواقف التي قد تتعرض لها) قد حصلت على أعلى وسط حسابي والبالغ (3.64) وأهمية نسبية بالغة (72.80%) وبانحراف معياري قيمته (0.96)، مما يدل على أن الشركة العامة للمنتجات الغذائية/ بغداد تواجه المواقف التي تعترضها بالاعتماد على السيناريوهات المحتملة التي تحدث مستقبلاً وهذا يدل على إدراك الشركة للتهديدات أو الفرص التي تحدث مستقبلاً وآلية مواجهتها لضمان فاعلية استمرارية الشركة في السوق، فيما ان الفقرة التي نصها (تتوقع الشركة الاتجاهات المستقبلية ومتطلبات السوق بشكل فعال). قد حصلت على أقل وسط حسابي مقارنة مع فقرات بعد البصيرة وبقيمة بلغت (3.33) وأهمية نسبية (66.60%) وبانحراف معياري (0.70) مما يدل على وجود قلة اهتمام نوعاً ما من قبل الإدارة العليا في الشركة في تحديث متطلبات السوق المبنية على متطلبات الزبون والمستهلك النهائي للمنتج.

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

الجدول (5) تحليل آراء عينة البحث لبعيد البصيرة

الرمز	الفقرات	النسبة المئوية لإجابات أفراد العينة					الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
		اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة			
X ₂₁	تتوقع الشركة الاتجاهات المستقبلية ومتطلبات السوق بشكل فعال	1.2	41.9	47.6	8.1	1.2	3.33	0.70	66.60%
X ₂₂	تحدد الشركة بشكل استباقي التحديات والفرص المحتملة في الصناعة	4.7	43	38.3	14	0	3.38	0.78	67.60%
X ₂₃	تستثمر الشركة الموارد في البحث والتطوير للبقاء في صدارة تغييرات الصناعة	5.8	37.3	45.3	9.3	2.3	3.35	0.82	67.00%
X ₂₄	تستخدم الشركة البيانات السابقة والحالية بشكل فاعل للتنبؤ باتجاهات الصناعة المستقبلية	7	53.5	31.4	5.7	2.4	3.57	0.80	71.40%
X ₂₅	تعتمد الشركة سيناريوهات مستقبلية المحتملة فيما يتعلق بالتخطيط الاستراتيجي لمواجهة المواقف التي قد تتعرض لها	16.3	45.3	27.9	7	3.5	3.64	0.96	72.80%
البصيرة X ₂									
							3.46	0.66	69.20%

3. **الشراكة:** يتضح من الجدول (6) أن الوسط الحسابي لبعيد الشراكة بلغ (3.5) هو أعلى من الوسط الحسابي الفرضي (3)، كما بلغت الأهمية النسبية (70.00%) وهذا يدل على وجود اهتمام لبعيد الشراكة ضمن متغير الذكاء الاستراتيجي، بالتالي الاهتمام ببعيد الشراكة في سياق الذكاء الاستراتيجي يعكس استراتيجية المؤسسة في بناء علاقات قوية ومستدامة مع الشركاء المختلفين، بهدف تعزيز القدرات والموارد وتحقيق التفوق التنظيمي على المدى الطويل. الشراكات تعتبر أداة أساسية لتعزيز قدرة المؤسسة على التكيف مع التحديات والاستفادة من الفرص الجديدة في بيئة الأعمال المتغيرة. فيما كانت قيمة انحراف معياري (0.66) مما يدل على تجانس إجابات أفراد عينة البحث، وهذا يدل على أن الشركة العامة للمنتجات الغذائية تعاني من ضعف في إقامة الشراكات مع الأطراف (المؤسسات، الشركات، الأفراد)، التي تحقق أهدافها بعيدة الأمد وقد يعود ذلك لاختلاف الأهداف بين الشركة والأطراف المعنية مما يخلق زعزعة في الثقة في الشراكات التي تقيمها الشركة، كما أن الفقرة التي نصها (تسهم الشراكات بشكل كبير في النجاح الاستراتيجي للشركة) قد حصلت على أعلى وسط حسابي والبالغ (3.74) وأهمية نسبية بالغة (74.80%) وبانحراف معياري قيمته (0.8) مما يدل على إن الشركة العامة للمنتجات الغذائية تمتلك شراكات تسهم في نجاح الخطط الاستراتيجية لها وبما يضمن بقاءها في السوق في ظل التنافس القوي، فيما كانت الفقرة التي نصها (تسعى الشركة بنشاط لتحافظ على شراكات مفيدة مع المنظمات الأخرى التي تتوافق مع نشاطاتها) قد حصلت على أقل وسط حسابي مقارنة مع فقرات بعيد الشراكة وبقية بلغت (3.15) وأهمية نسبية (63.00%) وبانحراف معياري (0.86) مما يدل على قلة وجود اهتمام بالأنشطة التي تسهم في الحفاظ على الشراكات الهادفة مع المنظمات الأخرى التي تتوافق مع سياستها وأنشطتها.

الجدول (6) تحليل آراء عينة البحث لبعيد الشراكة

الرمز	الفقرات	النسبة المئوية لإجابات أفراد العينة					الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
		اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة			
X ₃₁	تسعى الشركة بنشاط لتحافظ على شراكات مفيدة مع المنظمات الأخرى التي تتوافق مع نشاطاتها	2.3	34.9	41.9	17.4	3.5	3.15	0.86	63.00%
X ₃₂	تسعى الشركة للاستفادة من الشراكات من أجل النمو المتبادل والتعلم وزيادة أرباحها	10.5	36	29.1	24.4	0	3.33	0.96	66.60%
X ₃₃	تسهم الشراكات بشكل كبير في النجاح الاستراتيجي للشركة	14	54.7	23.3	8.1	0	3.74	0.8	74.80%
X ₃₄	تحافظ الشركة وترعى علاقاتها مع أصحاب المصلحة الخارجيين بشكل فاعل	14	50	26.7	5.8	3.5	3.62	0.80	72.40%
X ₃₅	وجود شراكات الشركة تعزز من مكانتها في السوق وقدرتها التنافسية	10.4	51.2	29.1	9.3	0	3.5	0.66	70.00%
الشراكة X ₃									
							3.5	0.66	70.00%

4. **التفكير المنظم:** يتضح من الجدول (7) أن الوسط الحسابي لبعيد التفكير المنظم بلغ (3.33) هو أعلى من الوسط الحسابي الفرضي (3)، كما بلغت الأهمية النسبية (66.60%) وهذا يدل على وجود

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

اهتمام لبعد التفكير المنظم ضمن متغير الذكاء الاستراتيجي، إذ أن الاهتمام ببعد التفكير المنظم في سياق الذكاء الاستراتيجي يعكس التزام المؤسسة بالتحليل العميق والتفكير النقدي في كل جوانب عملها، مما يساعدها على تحقيق التفوق التنظيمي والاستمرارية في السوق بشكل فعال ومستدام فيما كانت قيمة انحراف معياري (0.48) مما يدل على تجانس إجابات أفراد عينة البحث وتعاني الإدارة العليا في الشركة من القدرة على التفكير بشكل منظم ومنهجي عند مواجهة المشكلات او اتخاذ القرارات نتيجة لضعف المهارات التحليلية لدى الكادر المتقدم في الشركة أو الموظفين الاستراتيجيين ونتيجة لضغط العمل الذي يؤثر على الافراد مما يجعلهم مجهدين نفسيا والبحث عن الحلول الانية دون الذهاب إلى معالجات بعيد الأمد تنمي القدرات والطاقات لدى الشركة، كما أن الفقرة التي نصها (تنجح الشركة في دمج المعلومات من مصادر مختلفة للتخطيط الاستراتيجي الشامل) قد حصلت على أعلى وسط حساب والبالغ (4.00) وأهمية نسبية بالغة (80.00%) وبانحراف معياري قيمته (0.78) مما يدل على أن الشركة العامة للمنتجات الغذائية/ بغداد تمتلك القدرة على الاستفادة من المعلومات المتحصل عليها من مصادر مختلفة في عملية التخطيط الاستراتيجي للشركة، فيما كانت الفقرة التي نصها (توازن الشركة بشكل فاعل بين الاحتياجات قصيرة الامد والأهداف الإستراتيجية طويلة الامد) قد حصلت على اقل وسط حسابي مقارنة مع فقرات بعد التفكير المنظم وبقية بلغت (2) وأهمية نسبية (40.00%) وبانحراف معياري (0.74) مما يدل على أن الشركة العامة للمنتجات الغذائية / بغداد لا تعمل على خلق توازن بين الاحتياجات القصيرة الامد والاهداف الطويلة الأمد كون رؤيتها تقتصر على الأمد القريب وليس البعيد.

الجدول (7) تحليل آراء عينة البحث لبعد التفكير المنظم

الرمز	الفقرات	النسبة المئوية لإجابات أفراد العينة					الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
		اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماماً			
X ₄₁	تفهم الشركة وتعالج بشكل فاعل الترابط بين أقسامها وعملياتها المختلفة	8.2	45.3	34.9	8.1	3.5	3.47	0.89	69.40%
X ₄₂	تتبنى الشركة منهجاً شمولياً ومنظماً في حل المشكلات واتخاذ القرارات	24.4	44.2	19.8	11.6	0	3.81	0.94	76.20%
X ₄₃	تنجح الشركة في دمج المعلومات من مصادر مختلفة للتخطيط الاستراتيجي الشامل	51	20	15	6	8	4.00	0.78	80.00%
X ₄₄	توازن الشركة بشكل فاعل بين الاحتياجات قصيرة الامد والأهداف الاستراتيجية طويلة الامد	3	9	8	45	35	2.00	0.74	40.00%
X ₄₅	يشكل التفكير المنظم جزءاً لا يتجزأ من ثقافة الشركة وعملياتها	8.1	46.5	29.1	10.5	5.8	3.41	0.99	68.20%
التفكير المنظم X ₄							3.33	0.48	66.60%

5. **الدافعية:** يتضح من الجدول (8) ان الوسط الحسابي لبعد الدافعية بلغ (3.2) هو أعلى من الوسط الحسابي الفرضي (3)، كما بلغت الأهمية النسبية (64.00%) وهذا يدل على وجود اهتمام لبعد الدافعية ضمن متغير الذكاء الاستراتيجي، الدافعية الجيدة في سياق الذكاء الاستراتيجي تلعب دوراً حيوياً في تعزيز أداء المؤسسة وتحقيق أهدافها الاستراتيجية بفعالية. عندما تولي المؤسسة اهتماماً لبعد الدافعية، فإنها تستثمر في القوى الدافعة لديها، مما يعزز من التفاني والالتزام لدى الفريق العامل ويسهم في إنجاز الأهداف المشتركة بشكل مستدام ومتجدد. فيما كانت قيمة انحراف معياري (0.84) مما يدل على تجانس إجابات أفراد عينة البحث ونتيجة للتغيرات التي تطرأ على سوق العمل والمنافسين التي لا يمكن فهمهم نتيجة لقلة المعلومات حول المنافسين مما أدى الى ضعف ونقص في الحافز او الرغبة في تحقيق الأهداف بعيدة الأمد والتوجه نحو تحقيق الأهداف قصيرة الأمد، كما ان الفقرة التي نصها (تعترف الشركة بمساهمات الموظفين وتكافئهم عند تحقيق النجاحات الاستراتيجية) قد حصلت على اعلى وسط حسابي والبالغ (3.71) وأهمية نسبية بالغة (74.20%) وبانحراف معياري قيمته (0.99) مما يدل على ان الشركة العامة للمنتجات الغذائية/ بغداد تمتلك

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

نظاما فاعلا لتحفيز العاملين لتقديم اسهاماتهم الهادفة لإنجاح الاستراتيجية من خلال منح المكافآت والتقديم الشكر والعرفان لهم، فيما كانت الفقرة التي نصها (تنسجم الحوافز التي تقدمها الشركة للموظفين مع الأهداف الاستراتيجية لها) قد حصلت على أقل وسط حسابي مقارنة مع فقرات بعد الدافعية وبقيمة بلغت (2.7) واهمية نسبية (54.00%) وبانحراف معياري (0.89) مما يدل على أنّ الشركة العامة للمنتوجات الغذائية/ بغداد تمتلك نظاما فاعلا لتحفيز العاملين لتقديم اسهاماتهم إلا أن نظام التحفيز فيما يتعلق بالحوافز لا ينسجم مع مستوى الإسهامات المقدمة للعاملين.

الجدول (8) تحليل آراء عينة البحث لبعده الدافعية

الرمز	الفقرات	النسبة المئوية لإجابات أفراد العينة						الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
		اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما				
X ₅₁	تحفز الشركة موظفيها بشكل فاعل لتحقيق الأهداف الاستراتيجية	18.6	27.9	29.1	18.6	5.8	3.35	0.78	67.00%	
X ₅₂	تنسجم الحوافز التي تقدمها الشركة للموظفين مع الأهداف الاستراتيجية لها	2.3	23.3	31.4	32.6	10.5	2.7	0.89	54.00%	
X ₅₃	تعترف الشركة بمساهمات الموظفين وتكافئهم عند تحقيق النجاحات الاستراتيجية	22.1	41.9	22.1	12.8	1.2	3.71	0.99	74.20%	
X ₅₄	توفر الشركة بيئة تشجع الموظفين على أخذ زمام المبادرة وقيادة المشاريع الاستراتيجية	9.3	23.3	19.8	37.2	10.5	2.84	0.87	56.80%	
X ₅₅	تكون قيادة الشركة فاعلة في إلهام الموظفين ودفعهم نحو التحسين المستمر والابداع	11.6	41.9	31.4	9.3	5.8	3.44	0.81	68.80%	
الدافعية X ₅							3.2	0.84	64.00%	

ب. الازدهار التنظيمي: تمت عمليات الوصف والتحليل لآراء عينة البحث حول متغير الازدهار التنظيمي، إذ تشير نتائج الجدول (9)، أن المتوسط الحسابي لمتغير الازدهار التنظيمي قد بلغ (3.38) وهي أعلى من قيمة الوسط الحسابي الفرضي مما يدل على أن إجابات أفراد عينة البحث عن فقرات الازدهار التنظيمي اتجهت نحو الاتفاق. فيما بلغت قيمة الانحراف المعياري (0.41) مما يدل على تجانس إجابات افراد العينة، وقد بلغت الاهمية نسبية لمتغير الازدهار التنظيمي (67.60%)، وهذا يدل على وجود نقص وقصور في بيئة العمل كونها غير محفزة. وانخفاض الإنتاجية والأداء العام للشركة يعود ذلك الى نقص في برامج التنمية والتدريب وضعف اهتمام الإدارة العليا في جوانب التدريب، فيما حصل بعد الميزة التنافسية ضمن متغير الازدهار التنظيمي على المرتبة الأولى بوسط حسابي بلغ (3.64) وبأهمية نسبية (72.80) فيما حصل بعد الابتكار التنظيمي على المرتبة الأخيرة والخامسة بوسط حسابي بلغ (2.93) وباهمية نسبية (58.60%).

الجدول (9) الأوساط الحسابية لمتغير الازدهار التنظيمي وابعادها

المرتبة	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغير المستقل وابعاده
الخامسة	58.60%	0.69	2.93	الابتكار التنظيمي Y1
الرابعة	64.00%	0.65	3.20	رأس المال الفكري Y2
الثانية	71.40%	0.65	3.57	البنية التحتية التنظيمية Y3
الأولى	72.80%	0.52	3.64	الميزة التنافسية Y4
الثالثة	71.00%	0.64	3.55	الرشاقة التنظيمية Y5
	67.60%	0.41	3.38	الازدهار التنظيمي Y

1. الابتكار التنظيمي: يتضح من الجدول (10) ان الوسط الحسابي لبعده الابتكار التنظيمي بلغ (2.93) هو أقل من الوسط الحسابي الفرضي (3)، كما بلغت الأهمية النسبية (58.60%) وهذا يدل على وجود ضعف وقلة اهتمام لبعده الابتكار التنظيمي ضمن متغير الازدهار التنظيمي، وأن الاهتمام ببعده الابتكار التنظيمي في سياق الازدهار التنظيمي يعكس التفكير الاستراتيجي للمؤسسة في كيفية الاستفادة من الابتكار كعنصر رئيسي لتحقيق النمو والتميز في السوق. إذا تم تعزيز رأس الابتكار التنظيمي بشكل فعال، فإن المؤسسة قادرة على التكيف مع التغيرات السريعة، وتقديم حلول جديدة وفعالة تلي احتياجات السوق وتحقق ميزة تنافسية دائمة. فيما كانت قيمة انحراف معياري (0.69) مما يدل على تجانس إجابات افراد عينة البحث أذا أن الشركة تعاني من ضعف في توليد الأفكار وتبني

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

الابداع داخل الشركة وهذا ما يؤثر على القدرة التنافسية للشركة مما يدل على ضعف القيادة في الشركة في دعمها وتشجيعها على التفكير الإبداعي إذ أن التفكير الإبداعي يؤدي الى الازدهار التنظيمي كونه يبتعد عن الروتين والتكرار والعمل على توفير الموارد اللازمة تسهم في الازدهار التنظيمي، كما ان الفقرة التي نصها (تشجع الشركة على الإبداع والتفكير الابتكاري لدى موظفيها) قد حصلت على أعلى وسط حسابي والبالغ (3.41) وأهمية نسبية بالغة (68.20%) وبانحراف معياري قيمته (0.96) مما يدل على ادراك الإدارة العليا لأهمية الإبداع والابتكار في تحسين اداءها مما تسعى الى تشجيع كوادرها العاملة في الشركة لتبني الإبداع والابتكار في الأداء، فيما كانت الفقرة التي نصها (تكيف الشركة عملياتها التجارية من أجل تحقيق التحسين المستمر بفاعلية) قد حصلت على أقل وسط حسابي مقارنة مع فقرات بعد الابتكار التنظيمي وبقيمة بلغت (2.56) وأهمية نسبية (51.20%) وبانحراف معياري (0.90) مما يدل على أنها لا تمتلك نظاماً للتحسين يساهم في تكيف العمليات التجارية مع ما يتطلبه الوضع.

الجدول (10) تحليل آراء عينة البحث لبعد الابتكار التنظيمي

الرمز	الفقرات	النسبة المئوية لإجابات أفراد العينة					الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
		اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة			
Y ₁₁	تتخذ الشركة باستمرار الأفكار الجديدة والمبتكرة في عملياتها	3.5	25.6	47.7	20.9	2.3	3.07	0.84	61.40%
Y ₁₂	تشجع الشركة على الإبداع والتفكير الابتكاري لدى موظفيها	8.2	45.3	30.2	11.6	4.7	3.41	0.96	68.20%
Y ₁₃	تقدم الشركة بشكل متكرر منتجات أو خدمات جديدة لتلبية متطلبات السوق	4.7	22.1	37.2	36	0	2.95	0.88	59.00%
Y ₁₄	تكيف الشركة عملياتها التجارية من أجل تحقيق التحسين المستمر بفاعلية	7	5.7	23.3	64	0	2.56	0.90	51.20%
Y ₁₅	تستثمر الشركة بشكل كاف في البحث والتطوير من أجل الإبداع	3.5	20.9	34.9	22.1	18.6	2.69	0.97	53.80%
الابتكار التنظيمي Y ₁									
							2.93	0.69	58.60%

2. رأس المال الفكري: يتضح من الجدول (11) إن الوسط الحسابي لبعد رأس المال الفكري بلغ (3.20) وهو أعلى من الوسط الحسابي الفرضي (3)، كما بلغت الأهمية النسبية (64.00%) وهذا يدل على وجود اهتمام لبعد رأس المال الفكري ضمن متغير الازدهار التنظيمي، وإن الاهتمام ببعد رأس المال الفكري في سياق الازدهار التنظيمي يعكس استراتيجية المؤسسة في تعزيز وتنمية الموارد الداخلية التي تمكنها من التكيف مع التغيرات، والابتكار في المنتجات والخدمات، وبناء تفوق تنظيمي يجعلها قادرة على المنافسة والنمو المستدام في السوق. بمعنى آخر، رأس المال الفكري هو عامل رئيسي في خلق قيمة مضافة وتحقيق مزايا تنافسية تدعم الازدهار التنظيمي على المدى الطويل. فيما كانت قيمة انحراف معياري (0.65) مما يدل على تجانس إجابات أفراد عينة البحث وهذا يدل على الضعف داخل الشركة في مجال المعرفة والمهارات والخبرات المتاحة داخل الشركة مما يجعلها غير قادرة على مواجهة التحديات والتكيف مع التغيرات التي تطرأ على بيئة الأعمال، كما أن الفقرة التي نصها (تهتم الشركة في تنمية رأسمالها الفكري) قد حصلت على أعلى وسط حسابي والبالغ (3.69) وأهمية نسبية بالغة (73.80%) وبانحراف معياري قيمته (0.91) مما يدل على أن الشركة العامة للمنتوجات الغذائية تهتم برأس المال الفكري من خلال تنمية المهارات والمعرفة للعاملين ومن خلال تحسين العلاقات الخارجية مع الزبون والمورد والشريك التجاري وهذا ما يسمى برأس مال العلاقات وهو جزء من رأس المال الفكري، فيما كانت الفقرة التي نصها (تكون الشركة فاعلة في التقاط المعرفة ومشاركتها داخلياً) قد حصلت على أقل وسط حسابي مقارنة مع فقرات بعد رأس المال الفكري وبقيمة بلغت (2.73) وأهمية نسبية (54.60%) وبانحراف معياري (0.87) مما يدل على أن الشركة العامة للمنتوجات

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

الغذائية تعاني من ضعف في التقاط المعرفة ومشاركتها مع الأفراد المنفذين داخل الشركة لتحويل المعرفة إلى تطبيق يحسن من أداء الشركة.

الجدول(11) تحليل آراء عينة البحث لبعء رأس المال الفكري

الترتيب	الفقرات	النسبة المئوية لإجابات افراد العينة					الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
		اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة			
Y ₂₁	تستخدم الشركة بشكل فاعل معارف ومهارات موظفيها لتحقيق النمو التنظيمي	4.7	39.5	30.2	25.6	0	3.23	0.89	64.60%
Y ₂₂	تستفيد الشركة من أصولها الفكرية، مثل براءات الاختراع والمعرفة الخاصة	3.5	25.6	47.7	22.1	1.2	3.08	0.81	61.60%
Y ₂₃	تستثمر الشركة في برامج تدريب وتطوير الموظفين	8.1	29.1	46.5	16.3	0	3.29	0.84	65.80%
Y ₂₄	تكون الشركة فاعلة في التقاط المعرفة ومشاركتها داخلياً	3.5	26.7	20.9	37.2	11.6	2.73	0.87	54.60%
Y ₂₅	تهتم الشركة في تنمية رأسمالها الفكري	18.6	43	26.7	11.7	0	3.69	0.91	73.80%
	رأس المال الفكري Y ₂						3.20	0.65	64.00%

3. البنية التحتية التنظيمية: يتضح من الجدول(12) أن الوسط الحسابي لبعء البنية التحتية التنظيمية بلغ (3.57) هو أعلى من الوسط الحسابي الفرضي(3)، كما بلغت الأهمية النسبية (71.40%) وهذا يدل على وجود اهتمام لبعء البنية التحتية التنظيمية ضمن متغير الازدهار التنظيمي، نعي أن المؤسسة تولي اهتماماً كبيراً بتطوير وتحسين البنية التحتية التنظيمية كجزء من استراتيجيتها لتحقيق الازدهار والنجاح على المدى الطويل.

البنية التحتية التنظيمية تشير إلى الإطار الذي تعتمد عليه المؤسسة لتنظيم وإدارة عملياتها ونشاطاتها. تشمل هذه البنية عناصر مثل التنظيم الهيكلي، والإجراءات والسياسات، ونظام المعلومات، والتقنيات اللازمة لدعم عمليات الأعمال. فيما كانت قيمة انحراف معياري(0.65) مما يدل على تجانس إجابات افراد عينة البحث، كما أن الفقرة التي نصها (تدعم الادارة البنية التحتية المادية للشركة) كالمباني والمعدات والتكنولوجيا) لتنفيذ عملياتها بشكل كفوء) قد حصلت على اعلى وسط حسابي والبالغ(3.84) واهمية نسبية بالغة(76.80%) وبانحراف معياري قيمته(0.78) مما يدل على ان الشركة العامة للمنتوجات الغذائية تهتم بالبنى التحتية التنظيمية وبما يتوافق مع احتياجاتها في تنفيذ العمليات بكفاءة، فيما كانت الفقرة التي نصها(توجد في الشركة برامج صيانة مستمرة للبنية التحتية لمواجهة التحديات المستقبلية) قد حصلت على أقل وسط حسابي مقارنة مع فقرات بعد البنية التحتية التنظيمية وبقيمة بلغت(2.99) واهمية نسبية(59.80%) وبانحراف معياري(0.80) مما يدل على ضعف اهتمام الشركة العامة للمنتوجات الغذائية/ بغداد ببرامج الصيانة الدورية ومن خلال الزيارات الميدانية لشركة اتضح وجود ضعف لدى العاملين في مجال الصيانة فيما يتعلق بالبنى التحتية.

الجدول(12) تحليل آراء عينة البحث لبعء البنية التحتية التنظيمية

ت	الفقرات	النسبة المئوية لإجابات افراد العينة					الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
		اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماماً			
Y ₃₁	تدعم الإدارة البنية التحتية المادية للشركة (كالمباني والمعدات والتكنولوجيا) لتنفيذ عملياتها بشكل كفوء	14	62.8	18.6	2.3	2.3	3.84	0.78	76.80%
Y ₃₂	تعتمد الشركة بنية تحتية تكنولوجية فاعلة لتسهيل تنفيذ عملياتها بشكل أكثر فاعلية	19.8	38.4	22.1	18.5	1.2	3.56	0.81	71.20%
Y ₃₃	يدعم الهيكل التنظيمي للشركة التواصل الفاعل واتخاذ القرار	29.1	43	12.8	10.4	4.7	3.81	0.96	76.20%
Y ₃₄	تتوافق أنظمة الدعم الخاصة بالشركة (تكنولوجيا المعلومات، والموارد البشرية، والتمويل) بشكل جيد مع احتياجاتها التشغيلية	18.6	41.9	30.2	7	2.3	3.67	0.89	73.40%
Y ₃₅	توجد في الشركة برامج صيانة مستمرة للبنية التحتية لمواجهة التحديات المستقبلية	2.3	23.3	46.5	26.7	1.2	2.99	0.80	59.80%
	البنية التحتية التنظيمية Y ₃						3.57	0.65	71.40%

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

4. **الميزة التنافسية:** يتضح من الجدول (13) ان الوسط الحسابي لبعد الميزة التنافسية بلغ (3.64) هو اعلى من الوسط الحسابي الفرضي (3)، كما بلغت الأهمية النسبية (72.80%) وهذا يدل على وجود اهتمام لبعد الميزة التنافسية ضمن متغير الازدهار التنظيمي نعني أن المؤسسة تولي اهتماماً كبيراً بتحقيق والحفاظ على الميزة التنافسية كجزء أساسي من استراتيجيتها لتحقيق الازدهار. فيما كانت قيمة انحراف معياري (0.52) مما يدل على تجانس إجابات افراد عينة البحث، كما أن الفقرة التي نصها (توظف ادارة الشركة نقاط قوتها الفريدة بفاعلية للتفوق على المنافسين) قد حصلت على أعلى وسط حسابي والبالغ (3.95) وأهمية نسبية بالغة (79.00%) وبانحراف معياري قيمته (0.95) مما يدل على أن الشركة العامة للمنتوجات الغذائية تعمل على استغلال مواطن القوة التي تمتلكها في تحسين أدائها وبما يخلق لها ميزة تنافسية تفوقها على المنافسين استناداً على إجابات افراد العينة فيما كانت الفقرة التي نصها (يساهم ابداع الشركة في ميزتها التنافسية) قد حصلت على أقل وسط حسابي مقارنة مع فقرات بعد الميزة التنافسية وبقيمة بلغت (3.09) وأهمية نسبية (61.80%) وبانحراف معياري (0.85) مما يدل على ضعف اهتمام الشركة العامة للمنتوجات الغذائية/ بغداد بالإبداع وعدم جعله بوابة لخلق ميزة تنافسية لها.

الجدول (13) تحليل آراء عينة البحث لبعد الميزة التنافسية

ت	الفقرات	النسبة المئوية لإجابات افراد العينة						الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
		اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماماً	الوسط الحسابي		
Y ₄₁	تتمتع الشركة بميزة تنافسية تميزها في السوق عن المنافسين	15.1	40.7	38.4	5.8	0	3.65	0.81	73.00%
Y ₄₂	توظف ادارة الشركة نقاط قوتها الفريدة بفاعلية للتفوق على المنافسين	38.4	24.4	31.4	5.8	0	3.95	0.95	79.00%
Y ₄₃	تمتع الشركة بعلامة تجارية ذات سمعة جيدة بما يحقق ولاء زبائنها	16.3	44.2	34.9	2.3	2.3	3.7	0.86	74.00%
Y ₄₄	يساهم ابداع الشركة في ميزتها التنافسية	4.6	25.6	45.3	23.3	1.2	3.09	0.85	61.80%
Y ₄₅	تعمل ادارة الشركة على اقتناص الفرص المتاحة في السوق لتحقيق ميزة تنافسية	27.9	38.4	22.1	8.1	3.5	3.79	0.89	75.80%
الميزة التنافسية Y ₄								0.52	72.80%

5. **الرشاقة التنظيمية:** يتضح من الجدول (14) ان الوسط الحسابي لبعد الرشاقة التنظيمية بلغ (3.55) هو أعلى من الوسط الحسابي الفرضي (3)، كما بلغت الأهمية النسبية (71.00%) وهذا يدل على وجود اهتمام لبعد الرشاقة التنظيمية ضمن متغير الازدهار التنظيمي، يعني ذلك أن الاهتمام بالرشاقة التنظيمية يعد جزءاً من الاهتمام العام بتحقيق الازدهار في المؤسسة. بمعنى آخر، عندما تكون المؤسسة مهتمة بالرشاقة التنظيمية، فإنها تعمل على بناء بيئة داخلية تدعم القدرة على التكيف السريع والاستجابة الفعالة للتحديات والفرص الجديدة التي تظهر في السوق أو في البيئة التنظيمية نفسها. هذا الاهتمام يعكس التفكير الاستراتيجي للمؤسسة في كيفية تحسين أدائها وتعزيز نموها عبر تبني مبادئ الرشاقة التنظيمية. فيما كانت قيمة انحراف معياري (0.64) مما يدل على تجانس إجابات افراد عينة البحث، كما أن الفقرة التي نصها (تدير الشركة التغيير وعدم التأكد في بيئة أعمالها بفاعلية) والفقرة التي نصها (تعزز الشركة ثقافة تشجع على المرونة والاستجابة السريعة للفرص الجديدة) قد حصلت على أعلى وسط حسابي والبالغ (3.74) وأهمية نسبية بالغة (74.80%) وبانحراف معياري قيمته (0.91) و (0.92) على التوالي مما يدل على ان الشركة العامة للمنتوجات الغذائية متهية لإدارة التغيير والعمل في ظل بيئة غير مستقرة وعدم التأكد نتيجة لطبيعة المنتجات التي تقدمها الشركة، فيما كانت الفقرة التي نصها (تكيف الشركة بسرعة من حيث استراتيجياتها وعملياتها لمواجهة التحديات) قد حصلت على أقل وسط حسابي مقارنة مع فقرات بعد الرشاقة التنظيمية وبقيمة بلغت (3.05) وأهمية نسبية (61.00%) وبانحراف معياري (0.92) وهذا يدل على

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

أن الملاكات الادارية بالشركة العامة للمنتوجات الغذائية تفتقر للوعي بتفعيل استراتيجيات وعمليات التكيف لمواجهة التحديات.

الجدول (14) تحليل آراء عينة البحث لبعء الرشاقة التنظيمية

ت	الفقرات	النسبة المئوية لاجابات افراد العينة					الانحراف المعياري	الاهمية النسبية
		اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما		
Y ₅₁	تتميز الشركة بالمرونة في الاستجابة لتغيرات السوق وطلبات العملاء	22.1	43	22.1	10.5	2.3	0.89	74.40%
Y ₅₂	تتكيف الشركة بسرعة من حيث استراتيجياتها وعملياتها لمواجهة التحديات	7	22	40.7	29.1	1.2	0.92	61.00%
Y ₅₃	توازن الشركة بشكل فاعل بين السرعة والاستقرار في عمليات صنع القرار	19.8	33.7	26.7	15.1	4.7	0.89	69.80%
Y ₅₄	تدير الشركة التغيير وعدم التأكد في بيئة أعمالها بفاعلية	32.5	29	23.3	10.5	4.7	0.91	74.80%
Y ₅₅	تعزز الشركة ثقافة تشجع على المرونة والاستجابة السريعة للفرص الجديدة	20.9	41.9	30.2	4.7	2.3	0.92	74.80%
		الرشاقة التنظيمية Y ₅					0.64	71.00%

خامساً: اختبار فرضيات البحث

أ. اختبار فرضيات الارتباط بين المتغير المستقل (الذكاء الاستراتيجي) والمتغير التابع (الازدهار التنظيمي)
اختبار فرضية الارتباط الرئيسة الأولى: (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاستراتيجي والازدهار التنظيمي)

من الجدول (15)، يتضح أن معامل الارتباط بين المتغير المستقل (الذكاء الاستراتيجي) والمتغير التابع (الازدهار التنظيمي) قد بلغ (0.619**) عند مستوى معنوية (sig=0.000) وهو أقل من (0.05) وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين متغير الذكاء الاستراتيجي ومتغير الازدهار التنظيمي أي ان الزيادة الحاصلة في الذكاء الاستراتيجي يقابله زيادة في الازدهار التنظيمي وبمقدار (0.619**), وبالتالي ومن خلال النتائج نقبل الفرضية البديلة التي تنص على (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاستراتيجي والازدهار التنظيمي)، مما يدل على أن تأثير الذكاء الاستراتيجي في الشركة العامة للمنتوجات الغذائية لها دور فاعل وهام في متغير الازدهار التنظيمي.

الجدول (15) علاقة الارتباط بين الذكاء الاستراتيجي والازدهار التنظيمي

	الذكاء الاستراتيجي		الازدهار التنظيمي	
	Correlation Coefficient	1	0.619**	
الذكاء الاستراتيجي	Sig. (2-tailed)		.000	
	N	86	86	
	Correlation Coefficient	0.619**	1	
الازدهار التنظيمي	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	86	86	
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

1. اختبار الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسة الأولى: (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد الرؤية ضمن متغير الذكاء الاستراتيجي ومتغير الازدهار التنظيمي بكافة ابعاده)
من الجدول (16)، يتضح أن معامل الارتباط بين بعد المتغير المستقل (الرؤية) والمتغير التابع (الازدهار التنظيمي) قد بلغ (0.489**) عند مستوى معنوية (sig=0.000) وهو أقل من (0.05) وهذا يشير الى وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين بعد الرؤية ومتغير الازدهار التنظيمي، أي ان الزيادة الحاصلة في بعد الرؤية يقابله زيادة في الازدهار التنظيمي وبمقدار (0.489**), ومن الجدول (28) يتضح أن أعلى معامل ارتباط بين بعد الرؤية وابعاد المتغير التابع الازدهار التنظيمي تمثل في بعد الابتكار التنظيمي وبمقدار قيمته (0.590**) عند مستوى معنوية (0.000) وهو أقل من (0.05)، أما أقل معامل ارتباط بين بعد الرؤية وابعاد المتغير التابع الازدهار التنظيمي تمثل في بعد

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

البنية التحتية التنظيمية وبمقدار قيمته (0.342^{**}) عند مستوى معنوية (0.001) وهو أقل من (0.05)، فيما لم تكن هناك علاقة ارتباط ذات دلالة بين بعد الرؤية وبعدي الميزة التنافسية والرشاقة التنظيمية ضمن متغير الازدهار التنظيمي اذ بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.195) و (0.748) على التوالي وهي أكبر من (0.05)، من خلال النتائج نقبل الفرضية البديلة التي تنص على (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد الرؤية ضمن الذكاء الاستراتيجي والمتغير التابع الازدهار التنظيمي بكافة ابعاده عدا بعدي الميزة التنافسية والرشاقة التنظيمية) ، مما يدل على أن بعد الرؤية في الذكاء الاستراتيجي معتمد في الشركة العامة للمنتوجات الغذائية/ بغداد وله دور فاعل وهام في متغير الازدهار التنظيمي.

الجدول (16) علاقة الارتباط بين الرؤية والازدهار التنظيمي بابعاده

بعد المتغير المستقل	الابتكار التنظيمي Y_1	رأس المال الفكري Y_2	البنية التحتية التنظيمية Y_3	الميزة التنافسية Y_4	الرشاقة التنظيمية Y_5	الازدهار التنظيمي Y
الرؤية X_1	Spearman's rho Correlation	0.499**	0.342**	0.141	0.35	0.489**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.001	0.195	0.748	0.000
	N	86	86	86	86	86

2. اختبار الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الأولى: (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد البصيرة ضمن متغير الذكاء الاستراتيجي ومتغير الازدهار التنظيمي بكافة ابعاده) من الجدول (17)، يتضح ان معامل الارتباط بين بعد المتغير المستقل (البصيرة) والمتغير التابع (الازدهار التنظيمي) قد بلغ (0.590^{**}) عند مستوى معنوية ($\text{sig}=0.000$) وهو أقل من (0.05) وهذا يشير الى وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين بعد البصيرة ومتغير الازدهار التنظيمي أي أن الزيادة الحاصلة في بعد البصيرة يقابله زيادة في الازدهار التنظيمي وبمقدار (0.590^{**})، ومن الجدول (29) يتضح أن أعلى معامل ارتباط بين بعد البصيرة وأبعاد المتغير التابع الازدهار التنظيمي تمثل في بعد الابتكار التنظيمي وبمقدار قيمته (0.585^{**}) عند مستوى معنوية (0.000) وهو أقل من (0.05)، أما أقل معامل ارتباط بين بعد البصيرة وأبعاد المتغير التابع الازدهار التنظيمي تمثل في بعد الرشاقة التنظيمية وبمقدار قيمته (0.192^{*}) عند مستوى معنوية (0.046) وهو أقل من (0.05) فيما لم تكن هناك علاقة ارتباط ذات دلالة بين بعد البصيرة وبعدي الميزة التنافسية ضمن متغير الازدهار التنظيمي اذ بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.955) وهي أكبر من (0.05)، من خلال النتائج نقبل الفرضية البديلة التي تنص على (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد البصيرة ضمن الذكاء الاستراتيجي والمتغير التابع الازدهار التنظيمي بكافة ابعاده عدا بعد الميزة التنافسية)، مما يدل على أن بعد البصيرة في الذكاء الاستراتيجي معتمد في الشركة العامة للمنتوجات الغذائية/ بغداد وله دور فاعل وهام في متغير الازدهار التنظيمي.

الجدول (17) علاقة الارتباط بين البصيرة والازدهار التنظيمي بابعاده

بعد المتغير المستقل	الابتكار التنظيمي Y_1	رأس المال الفكري Y_2	بنية التحتية التنظيمية Y_3	الميزة التنافسية Y_4	الرشاقة التنظيمية Y_5	الازدهار التنظيمي Y
البصيرة X_2	Spearman's rho Correlation	0.490**	0.455**	0.006	0.192*	0.590**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.955	0.046	0.000
	N	86	86	86	86	86

3. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الأولى: (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد الشراكة ضمن متغير الذكاء الاستراتيجي ومتغير الازدهار التنظيمي بكافة ابعاده) من الجدول (18)، يتضح أن معامل الارتباط بين بعد المتغير المستقل (الشراكة) والمتغير التابع (الازدهار التنظيمي) قد بلغ (0.516^{**}) عند مستوى معنوية ($\text{sig}=0.000$) وهو أقل من (0.05) وهذا يشير الى وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين بعد الشراكة ومتغير الازدهار التنظيمي

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

أي ان الزيادة الحاصلة في بعد الشركة يقابله زيادة في الازدهار التنظيمي وبمقدار (0.516^{**})، ومن الجدول (30) يتضح ان أعلى معامل ارتباط بين بعد الشركة وأبعاد المتغير التابع الازدهار التنظيمي تمثل في بعد رأس المال الفكري وبمقدار قيمته (0.638^{**}) عند مستوى معنوية (0.000) وهو أقل من (0.05)، أمّا أقل معامل ارتباط بين بعد الشركة وأبعاد المتغير التابع الازدهار التنظيمي تمثل في بعد الميزة التنافسية وبمقدار قيمته (0.108^{*}) عند مستوى معنوية (0.048) وهو أقل من (0.05) فيما لم تكن هناك علاقة ارتباط ذات دلالة بين بعد الشركة وبعد الرقابة التنظيمية ضمن متغير الازدهار التنظيمي اذ بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.953) وهي أكبر من (0.05)، من خلال النتائج نقبل الفرضية البديلة التي تنص على (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد الشركة ضمن الذكاء الاستراتيجي والمتغير التابع الازدهار التنظيمي بكافة أبعاده عدا بعد الرقابة التنظيمية) ، مما يدل على أن بعد الشركة في الذكاء الاستراتيجي معتمد في الشركة العامة للمنتجات الغذائية/ بغداد وله دور فاعل وهام في متغير الازدهار التنظيمي.

الجدول (18) علاقة الارتباط بين الشركة والازدهار التنظيمي بأبعاده

المتغير التابع وأبعاده	المتغير التابع وأبعاده						بعد المتغير المستقل
	الازدهار التنظيمي Y	الرقابة التنظيمية Y ₅	الميزة التنافسية Y ₄	البنية التحتية التنظيمية Y ₃	رأس المال الفكري Y ₂	الابتكار التنظيمي Y ₁	
الشركة X ₃	0.516**	0.065	0.108*	0.368**	0.638**	0.565**	Spearman's rho Correlation
	0.000	0.953	0.048	0.001	0.000	0.000	Sig. (2-tailed)
	86	86	86	86	86	86	N

4. اختبار الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسية الأولى: (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد التفكير المنظم ضمن متغير الذكاء الاستراتيجي ومتغير الازدهار التنظيمي بكافة أبعاده) من الجدول (19)، يتضح أن معامل الارتباط بين بعد المتغير المستقل (التفكير المنظم) والمتغير التابع (الازدهار التنظيمي) قد بلغ (0.532^{**}) عند مستوى معنوية (sig=0.000) وهو أقل من (0.05) وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين بعد التفكير المنظم ومتغير الازدهار التنظيمي، أي أن الزيادة الحاصلة في بعد التفكير المنظم يقابله زيادة في الازدهار التنظيمي وبمقدار (0.532^{**})، ومن الجدول (31) يتضح أن أعلى معامل ارتباط بين بعد التفكير المنظم وأبعاد المتغير التابع الازدهار التنظيمي تمثل في بعد الابتكار التنظيمي وبمقدار قيمته (0.534^{**}) عند مستوى معنوية (0.000) وهو أقل من (0.05)، أمّا أقل معامل ارتباط بين بعد التفكير المنظم وأبعاد المتغير التابع الازدهار التنظيمي تمثل في بعد الرقابة التنظيمية وبمقدار قيمته (0.134^{*}) عند مستوى معنوية (0.021) وهو أقل من (0.05)، فيما لم تكن هناك علاقة ارتباط ذات دلالة بين بعد التفكير المنظم وبعد الميزة التنافسية ضمن متغير الازدهار التنظيمي اذ بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.936) وهي أكبر من (0.05)، من خلال النتائج نقبل الفرضية البديلة التي تنص على (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد التفكير المنظم ضمن الذكاء الاستراتيجي والمتغير التابع الازدهار التنظيمي بكافة أبعاده عدا بعد الميزة التنافسية) ، مما يدل على ان بعد التفكير المنظم في الذكاء الاستراتيجي معتمد في الشركة العامة للمنتجات الغذائية / بغداد وله دور فاعل وهام في متغير الازدهار التنظيمي.

الجدول (19) علاقة الارتباط بين التفكير المنظم والازدهار التنظيمي بأبعاده

المتغير التابع وأبعاده	المتغير التابع وأبعاده						بعد المتغير المستقل
	الازدهار التنظيمي Y	الرقابة التنظيمية Y ₅	الميزة التنافسية Y ₄	البنية التحتية التنظيمية Y ₃	رأس المال الفكري Y ₂	الابتكار التنظيمي Y ₁	
التفكير المنظم X ₄	0.532**	0.134*	0.009	0.416**	0.482**	0.534**	Spearman's rho Correlation
	0.000	0.021	0.936	0.001	0.000	0.000	Sig. (2-tailed)
	86	86	86	86	86	86	N

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

5. اختبار الفرضية الفرعية الخامسة من الفرضية الرئيسية الأولى: (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد الدافعية ضمن متغير الذكاء الاستراتيجي ومتغير الازدهار التنظيمي بكافة أبعاده) من الجدول (20) يتضح أن معامل الارتباط بين بعد المتغير المستقل (الدافعية) والمتغير التابع (الازدهار التنظيمي) قد بلغ (0.625^{**}) عند مستوى معنوية $(sig=0.000)$ وهو أقل من (0.05) وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين بعد الدافعية ومتغير الازدهار التنظيمي، أي أن الزيادة الحاصلة في بعد الدافعية يقابله زيادة في الازدهار التنظيمي وبمقدار (0.625^{**}) ، ومن الجدول (32) يتضح أن أعلى معامل ارتباط بين بعد الدافعية وابعاد المتغير التابع الازدهار التنظيمي تمثل في بعد الابتكار التنظيمي وبمقدار قيمته (0.648^{**}) عند مستوى معنوية (0.000) وهو أقل من (0.05) ، أما أقل معامل ارتباط بين بعد الدافعية وابعاد المتغير التابع الازدهار التنظيمي تمثل في بعد الرضاقة التنظيمية وبمقدار قيمته (0.186^{*}) عند مستوى معنوية (0.041) وهو أقل من (0.05) ، فيما لم تكن هناك علاقة ارتباط ذات دلالة بين بعد الدافعية وبعد الميزة التنافسية ضمن متغير الازدهار التنظيمي إذ بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.963) وهي أكبر من (0.05) ، من خلال النتائج نقبل الفرضية البديلة التي تنص على (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعد الدافعية ضمن الذكاء الاستراتيجي والمتغير التابع الازدهار التنظيمي بكافة أبعاده عدا بعد الميزة التنافسية)، مما يدل على أن بعد الدافعية في الذكاء الاستراتيجي معتمد في الشركة العامة للمنتجات الغذائية/ بغداد وله دور فاعل وهام في متغير الازدهار التنظيمي.

الجدول (20) علاقة الارتباط بين الدافعية والازدهار التنظيمي بأبعاده

المتغير المستقل	المتغير التابع وابعاده					
		الابتكار التنظيمي Y_1	رأس المال الفكري Y_2	البنية التحتية التنظيمية Y_3	الميزة التنافسية Y_4	الرضاقة التنظيمية Y_5
الدافعية X_5		0.648**	0.501**	0.492**	0.005	0.186*
		Spearman's rho				
		Correlation				
		Sig. (2-tailed)				
		0.000	0.000	0.001	0.963	0.041
		86	86	86	86	86
		N				

ب. اختبار فرضيات تأثير الذكاء الاستراتيجي في الازدهار التنظيمي

اختبار الفرضية الرئيسية الثانية: تنص الفرضية الفرعية الثانية على "توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية الذكاء الاستراتيجي (X) في الازدهار التنظيمي (Y) على المستوى الكلي". ولقياس تأثير متغير الذكاء الاستراتيجي X في الازدهار التنظيمي Y نختبر الفرضية الرئيسية الثانية، وفق انموذج معادلة خط الانحدار وكما يأتي:

$$Y = a + \beta (X)$$

$$Y = 1.726 + 0.489 X$$

بلغت القيمة التقديرية لميل الانحدار (0.489) ، التي تعني مقدار التغيير الحاصل في الازدهار التنظيمي Y عند تغيير وحدة واحدة في متغير الذكاء الاستراتيجي X، والجدول (21) يوضح تحليل التباين لمتغير الذكاء الاستراتيجي إذ تظهر معنوية النموذج المقدر كون القيمة الاحتمالية المصاحبة لاختبار F قد بلغت $(sig=0.003)$ وهي أقل من قيمة مستوى المعنوية الإحصائية $(\alpha = 0.05)$ مما يدل على قبول الفرضية الرئيسية الثانية.

ان قيمة (R^2) لمتغير الذكاء الاستراتيجي قد بلغت قيمة (0.507) ، التي تعني ان نسبة ما فسره متغير الذكاء الاستراتيجي لوحده قد بلغت (50.7%) وبحسب آراء افراد عينة البحث. اما النسبة المتبقية والبالغة (49.3%) فتمثل متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج البحث.

الجدول (21) تحليل التباين لمتغير الذكاء الاستراتيجي في متغير الازدهار التنظيمي

المتغير المستقل	معامل الانحدار		R ²	F	T	Sig	المتغير التابع
	B	A					
الذكاء الاستراتيجي	0.489	1.726	0.507	86.320	9.553	0.000	الازدهار التنظيمي

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

1. اختبار الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسية الثانية: تنص الفرضية الفرعية الأولى على "توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية الرؤية (X_1) في الازدهار التنظيمي (Y) على المستوى الكلي". ولقياس تأثير بعد الرؤية X_1 في الازدهار التنظيمي Y نختبر الفرضية الفرعية الأولى، وفق نموذج معادلة خط الانحدار وكما يأتي:

$$Y = a + \beta_1(X_1)$$

$$Y = 2.477 + 0.267 X_1$$

بلغت القيمة التقديرية لميل الانحدار (0.267)، التي تعني مقدار التغيير الحاصل في الازدهار التنظيمي Y عند تغيير وحدة واحدة في بعد الرؤية X_1 ضمن المتغير المستقل الذكاء الاستراتيجي X والجدول (22) يوضح تحليل التباين لبعد الرؤية اذ تظهر معنوية النموذج المقدر كون القيمة الاحتمالية المصاحبة لاحصاء الاختبار F قد بلغت (sig=0.000) وهي اقل من قيمة مستوى المعنوية الإحصائية ($\alpha = 0.05$) مما يدل على قبول الفرضية الفرعية الأولى

ان قيمة (R^2) لبعد الرؤية قد بلغت قيمة (0.253)، التي تعني أن نسبة ما فسره بعد الرؤية لوحده قد بلغت (25.3%) وبحسب آراء افراد عينة البحث. اما النسبة المتبقية والبالغة (74.7%) فتمثل متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج البحث.

الجدول (22)

تحليل التباين لبعد الرؤية في متغير الازدهار التنظيمي

المتغير التابع	Sig	T	F	R^2	معامل الانحدار		المتغير المستقل
					B	a	
الازدهار التنظيمي	0.000	14.260	28.439	0.253	0.267	2.477	الرؤية

2. اختبار الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الثانية: تنص الفرضية الفرعية الثانية على "توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية البصيرة (X_2) في الازدهار التنظيمي (Y) على المستوى الكلي". ولقياس تأثير بعد البصيرة X_2 في الازدهار التنظيمي Y نختبر الفرضية الفرعية الثانية، وفق نموذج معادلة خط الانحدار وكما يأتي:

$$Y = a + \beta_1(X_2)$$

$$Y = 1.909 + 0.426 X_2$$

بلغت القيمة التقديرية لميل الانحدار (0.426)، التي تعني مقدار التغيير الحاصل في الازدهار التنظيمي Y عند تغيير وحدة واحدة في بعد البصيرة X_2 ضمن المتغير المستقل الذكاء الاستراتيجي X ، والجدول (23) يوضح تحليل التباين لبعد البصيرة اذ تظهر معنوية النموذج المقدر كون القيمة الاحتمالية المصاحبة لاحصاء الاختبار F قد بلغت (sig=0.000) وهي اقل من قيمة مستوى المعنوية الإحصائية ($\alpha = 0.05$) مما يدل على قبول الفرضية الفرعية الثانية. أن قيمة (R^2) لبعد البصيرة قد بلغت قيمة (0.471)، التي تعني أن نسبة ما فسره بعد البصيرة لوحده قد بلغت (47.1%) وبحسب آراء افراد عينة البحث. اما النسبة المتبقية والبالغة (52.9%) فتمثل متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج البحث.

الجدول (23)

تحليل التباين لبعد البصيرة في متغير الازدهار التنظيمي

المتغير التابع	Sig	T	F	R^2	معامل الانحدار		بعد المتغير المستقل
					B	a	
الازدهار التنظيمي	0.000	11.027	74.781	0.471	0.426	1.901	البصيرة

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

3. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الثانية: تنص الفرضية الفرعية الثالثة على "توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية الشراكة (X_3) في الازدهار التنظيمي (Y) على المستوى الكلي". ولقياس تأثير بعد الشراكة X_3 في الازدهار التنظيمي Y نختبر الفرضية الفرعية الثالثة ، وفق نموذج معادلة خط الانحدار وكما يأتي :

$$Y = a + \beta_3(X_3)$$

$$Y = 2.104 + 0.365 X_3$$

بلغت القيمة التقديرية لميل الانحدار (0.365)، التي تعني مقدار التغيير الحاصل في الازدهار التنظيمي Y عند تغيير وحدة واحدة في بعد الشراكة X_3 ضمن المتغير المستقل الذكاء الاستراتيجي X والجدول (24) يوضح تحليل التباين لبعد الشراكة اذ تظهر معنوية النموذج المقدر كون القيمة الاحتمالية المصاحبة لإحصائه الاختبار F قد بلغت (sig=0.000) وهي أقل من قيمة مستوى المعنوية الإحصائية ($\alpha = 0.05$) مما يدل على قبول الفرضية الفرعية الثالثة. ان قيمة (R^2) لبعد الشراكة قد بلغت قيمة (0.342)، التي تعني أن نسبة ما فسره بعد الشراكة لوحده قد بلغت (34.2%) وبحسب آراء افراد عينة البحث. أما النسبة المتبقية والبالغة (65.8%) فتمثل متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج البحث.

الجدول (24) تحليل التباين لبعد الشراكة في متغير الازدهار التنظيمي

المتغير التابع	Sig	T	F	R^2	معامل الانحدار		المتغير المستقل
					B	A	
الازدهار التنظيمي	0.000	10.725	43.748	0.342	0.365	2.104	الشراكة

4. اختبار الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسية الثانية: تنص الفرضية الفرعية الرابعة على "توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية التفكير المنظم (X_4) في الازدهار التنظيمي (Y) على المستوى الكلي".

ولقياس تأثير بعد التفكير المنظم X_4 في الازدهار التنظيمي Y نختبر الفرضية الفرعية الرابعة ، وفق نموذج معادلة خط الانحدار وكما يأتي :

$$Y = a + \beta_4(X_4)$$

$$Y = 1.607 + 0.531 X_4$$

بلغت القيمة التقديرية لميل الانحدار (0.531)، التي تعني مقدار التغيير الحاصل في الازدهار التنظيمي Y عند تغيير وحدة واحدة في بعد التفكير المنظم X_4 ضمن المتغير المستقل الذكاء الاستراتيجي X ، والجدول (25) يوضح تحليل التباين لبعد التفكير المنظم اذ تظهر معنوية النموذج المقدر كون القيمة الاحتمالية المصاحبة لإحصائه الاختبار F قد بلغت (sig=0.000) وهي أقل من قيمة مستوى المعنوية الإحصائية ($\alpha = 0.05$) مما يدل على قبول الفرضية الفرعية الرابعة.

ان قيمة (R^2) لبعد التفكير المنظم قد بلغت قيمة (0.396)، التي تعني أن نسبة ما فسره بعد التفكير المنظم لوحده قد بلغت (39.6%) وبحسب آراء افراد عينة البحث. أما النسبة المتبقية والبالغة (60.4%) فتمثل متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج البحث.

الجدول (25)

تحليل التباين لبعد التفكير المنظم في متغير الازدهار التنظيمي

المتغير التابع	Sig	T	F	R^2	معامل الانحدار	المتغير المستقل
----------------	-----	---	---	-------	----------------	-----------------

دور الذكاء الاستراتيجي للشركة في الازدهار التنظيمي

					β	A	
التفكير المنظم	1.607	0.531	0.396	55.143	6.659	0.000	الازدهار التنظيمي

5. اختبار الفرضية الفرعية الخامسة من الفرضية الرئيسية الثانية: تنص الفرضية الفرعية الخامسة على "توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية الدافعية (X_5) في الازدهار التنظيمي (Y) على المستوى الكلي.

ولقياس تأثير بعد الدافعية X_5 في الازدهار التنظيمي Y نختبر الفرضية الفرعية الخامسة، وفق نموذج معادلة خط الانحدار وكما يأتي:

$$Y = a + \beta_5(X_5)$$

$$Y = 2.293 + 0.338 X_5$$

بلغت القيمة التقديرية لميل الانحدار (0.338)، التي تعني مقدار التغيير الحاصل في الازدهار التنظيمي Y عند تغيير وحدة واحدة في بعد الدافعية X_5 ضمن المتغير المستقل الذكاء الاستراتيجي X والجدول (26) يوضح تحليل التباين لبعد الدافعية اذ تظهر معنوية النموذج المقدر كون القيمة الاحتمالية المصاحبة لإحصائه الاختبار F قد بلغت (sig=0.000) وهي أقل من قيمة مستوى المعنوية الإحصائية ($\alpha = 0.05$) مما يدل على قبول الفرضية الفرعية الخامسة. ان قيمة (R^2) لبعد الدافعية قد بلغت قيمة (0.486)، التي تعني ان نسبة ما فسره بعد الدافعية لوحده قد بلغت (48.6%) وبحسب آراء افراد عينة البحث. اما النسبة المتبقية والبالغة (51.4%) فتمثل متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج البحث.

الجدول (26) تحليل التباين لبعد الدافعية في متغير الازدهار التنظيمي

المتغير التابع	Sig	T	F	R^2	معامل الانحدار		المتغير المستقل
					B	A	
الازدهار التنظيمي	0.000	18.186	79.476	0.486	0.338	2.293	الدافعية

المحور الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

اولا: الاستنتاجات

1. تعد الشركة اهداف قصيرة الأمد دون اهتمامها بالأهداف الاستراتيجية بعيدة الأمد مما أدى إلى إعداد خطط تعمل على تنفيذ الأهداف من خلال تحسين الأداء الحالي ودون الاهتمام والادراك للانتقال من الأداء الى جودة الأداء والأداء الاستراتيجي.
2. تمتلك الشركة العامة للمنتوجات الغذائية/ بغداد القدرة على البصيرة من خلال قراءة السيناريوهات المتوقعة حدوثها بهدف الاعداد للخطط البديلة وبما يضمن تحقيق اهداف الشركة الا انها تعتمد على السيناريوهات وقت ما احتاجت اليها وليس بشكل منتظم ودوري مما أدى الى امتلاك الخبرة في الأداء الاستراتيجي وهذا يجعل الشركة تتعرض لمخاطر اعداد السيناريوهات بشكل سيء مستقبلاً.
3. تعمل الشركة على الاهتمام بخلق شراكات مع منظمات أخرى بهدف تحقيق أهدافها الا ان تلك الشراكات تفعل حال الحاجة الى تلك الشراكة دون الاعتماد على أنشطة تسهم بالحفاظ على تلك الشراكة واستحصال الفائدة القصوى من الشراكة أي بمعنى ان الشراكة أسست على

- اهداف قصيرة دون العمل على تأسيس شراكة مع منظمات تسهم في تحقيق اهداف الشركة الاستراتيجية بعيدة الأمد وقد يكون السبب هو عدم وجود اهداف بعيدة الأمد للشركة.
4. ضعف في اتساق الحوافز مع المساهمات والأفكار والمقترحات المقدمة من قبل الكادر العامل في الشركة على الرغم من سعي الشركة للاعتماد على مبدأ التحفيز للكادر لتطبيق مهاراتهم وامكانياتهم في أداء المهام الموكلة لهم.
5. تتميز إدارة الشركة بقدرة فائقة على تحديد نقاط القوة الفريدة للشركة واستغلالها لتحقيق ميزة تنافسية مما تعكس وجود رؤية استراتيجية واضحة ومرنة قادرة على التكيف مع التغيرات في بيئة السوق.
6. تهتم إدارة الشركة بعمليات التغيير وعدم التأكد في بيئة اعمالها فضلاً عن تعزيز ثقافة تشجع على المرونة والاستجابة السريعة للتغيرات في السوق وللفرص الجديدة الا انها لم تكن بالمستوى المرغوب نتيجة بطئ عملياتها للتكيف مع البيئة لمواجهة التحديات.

ثانياً: التوصيات

1. توجيه اهتمام خيارات الشركة نحو الاهداف الاستراتيجية بعيدة الامد مع تعزيز الاهتمام بالأهداف قصيرة ومتوسطة الامد من خلال الوضوح بالرؤى بشكل يتوافق مع القرارات الاستراتيجية للشركة من خلال تشجيع الافكار الابتكارية عند جميع المعنيين بوضع الخطط الاستراتيجية والتنفيذية.
2. تعزيز بصيرة الشركة من خلال العمل الدؤوب على توقع الاتجاهات المستقبلية وتطورات السوق ومواجهة التحديات والقراءة الواضحة والصحيحة للسيناريوهات لتكون متوفرة في كل الاوقات ووقت الحاجة لها وتوسيع نطاق الخبرة إلى أكبر عدد ممكن من خبرات الشركة لتقليل من حدة المخاطر المستقبلية.
3. ضرورة اهتمام الادارة العليا بنظام الحوافز لموظفيها بشكل ينسجم مع الأهداف الاستراتيجية لتحسين انتاجيتهم وبما ينعكس بشكل نهائي في تحسين انتاجية الشركة من خلال ترسيخ الاسس العادلة عند منح المكافآت المالية والغير المالية.
4. توصي إدارة الشركة بإيلاء المزيد من الاهتمام ببرامج صيانة البنى التحتية لاسيما تلك المرتبطة بالعمليات الانتاجية لضمان تنفيذ تلك العمليات بشكل كفوء ومستمر ومنظم لمواجهة التحديات المستقبلية.
5. تعزيز تركيز الاهتمام بعمليات التغيير والتأكد في بيئة أعمال الشركة بشكل يضمن الاستجابة السريعة لاي تغيرات في السوق من خلال تطوير وتحسين عملياتها الداخلية لمواجهة التحديات الخارجية المحتملة من قبل المنافسين.
6. ضرورة محافظة إدارة الشركة على المستوى الايجابي لوضوح الرؤية والبصيرة والشراكة والتفكير المنظم والدافعية لتحقيق أعلى مستويات من الازدهار على المستوى الكلي للشركة وبشكل ينعكس بشكل ايجابي في تحقيق أهدافها الطويلة والمتوسطة والقصيرة الأمد.

❖ المصادر

1. زرافيلي، سامي شكري، لينا شكري (2023) (إستكشاف أثر الذكاء الاستراتيجي في التوجه الاستراتيجي : دراسة ميدانية في البنوك التجارية الاردنية) المجلة (الاردنية لادارة الاعمال) المجلد 19 العدد 4 عمان – الاردن.
2. عبد الكريم، قيس زهير، (2017)، تأثير الذكاء الاستراتيجي في منظمة الاداء العالي دراسة استطلاعية لمديري مركز امراض وزرع الكلى بمدينة الطب – بغداد، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، مجلد 23 عدد 96، ص166.

3. علي، مظفر حمد، محمود، رؤنيان هياس، (2023)، تحليل العلاقة التأثيرية بين الوعي الاستراتيجي والازدهار التنظيمي من خلال ادارة المواهب البشرية، مجلة قهلاى زانست العلمية، (8)3، 866-836.
4. فائق، تلا عاصم وعبد، عذراء محسن، (2018)، دور الذكاء الاستراتيجي في تعزيز الأداء التنظيمي (بحث استطلاعي لأراء القيادات الإدارية لجامعة الفلوجة)، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 24، العدد 107، الصفحات 127-108.

REFERENCES

❖ Books:

1. García-Sánchez, A., Siles, D., & de Mar Vázquez-Méndez, M. (2021). Competitiveness and innovation: effects on prosperity. In *Tourism Research in Ibero-America* (pp. 35-48). Routledge.
2. Gruszczak, A. (2016). *Intelligence security in the European Union: Building a strategic intelligence community*. Springer printed on acid-free paper library of congress control number: 2016942740. This palgrave macmilan imprintis published by spring nature the registered companyis macmillan publishers LTD. London.
3. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior*. pearson.

❖ Articles

4. Al-Ali, M. H. M., & Ali, A. M. (2023). The availability extent of strategic intelligence dimensions of administrative leaders at the Northern Technical University (NTU) and its formations. *resmilitaris*, 13(1), 617-627.
5. Al-Fawaeer, M., & Alkhatib, A. W. (2020). Investigating The Moderating Role of Teamwork Culture on Strategic Intelligence and Operational Performance. *Economics and Management*, 17(2), 124-145.
6. Alkharabsheh, S. M., & Al-Sarayreh, A. A. (2022). The Impact of Strategic Intelligence Practices in Achieving Organizational Excellence through Human Capital as a Mediating Variable in the Manaseer Companies Group in Jordan. *Journal of Positive School Psychology*, 6(7), 474-483.
7. Alobidyeen, B., & Al-Rawashdeh, E. T. (2020). Strategic intelligence and its impact on achieving entrepreneurship: A field study on Jordanian industrial companies that won the King Abdullah II Award for excellence. *Alobidyeen, B., & Al-Rawashdeh, A.(2020). Strategic intelligence and its impact on achieving entrepreneurship: A field study on Jordanian industrial companies that won the King Abdullah II Award for excellence. Journal of Administrative and Business Studies*, 6(1), 29-42.

8. Al-Zu'bi, H. A. (2016). Aspects of strategic intelligence and its role in achieving organizational agility: An empirical investigation. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(4), 233-241.
9. Awamleh, F. T., & Bustami, A. N. (2022). Investigate the Mediating Role of Business Intelligence on the Relationship Between Critical Success Factors for Business Intelligence and Strategic Intelligence. *Journal of Intelligence Studies in Business*, 12(2).
10. Chambers, I., Russell-Smith, J., Costanza, R., Cribb, J., Kerins, S., George, M., ... & Sangha, K. (2018). Australia's north, Australia's future: A vision and strategies for sustainable economic, ecological and social prosperity in northern Australia. *Asia & the Pacific Policy Studies*, 5(3), 615-640.
11. Chandra, P., & Kumar, J. (2021). Linking the medicinal and aromatic plants business to sustainable resource management and economic prosperity: a value chain analysis. *Area Development and Policy*, 6(4), 470-482.
12. Chew, Y. T. (2005). Achieving organisational prosperity through employee motivation and retention: A comparative study of strategic HRM practices in Malaysian institutions. *Research and practice in human resource management*, 13(2), 87-104.
13. Esmaeili, M. R. (2014). A Study on the effect of the strategic intelligence on decision making and strategic planning. *International Journal of Asian Social Science*, 4(10), 1045-1061.
14. Fahime, B. A. E. I., Ahmadi, M., Malafeh, N. S. A., & Abbasali, B. A. E. E. (2017). The relationship between manager's strategic intelligence and organization development in governmental agencies in Iran (Case study: Office of Cooperatives Labor and Social Welfare). *International Review of Management and Marketing*, 7(2), 244-249.
15. Feldman, M. P. (2014). The character of innovative places: entrepreneurial strategy, economic development, and prosperity. *Small Business Economics*, 43, 9-20.
16. Figueroa Uribe, A. F., Hernández Ramírez, J., & Flores del Razo, J. O. (2021). Intelligence in health: A critical analysis strategy for decision-making in the health area. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 22(2), 21.

17. Gruszczak, A., & Gruszczak, A. (2016). The Strategic Intelligence Community. *Intelligence Security in the European Union: Building a Strategic Intelligence Community*, 37-66.
18. Hellin, J., Balié, J., Fisher, E., Blundo-Canto, G., Meah, N., Kohli, A., & Connor, M. (2020). Sustainable agriculture for health and prosperity: stakeholders' roles, legitimacy and modus operandi. *Development in Practice*, 30(7), 965-971.
19. Hussein, H. W., Mohammed, A. A., & Kumar, S. (2023). Reducing the negative effects of non-compliance and unethical behaviour by adopting the risk approach to human resources management. *International Journal of Work Innovation*, 4(3), 211-226.
20. Jebril, I., Almaslmani, R., Jarah, B., Mugableh, M., & Zaqeeba, N. (2023). The impact of strategic intelligence and asset management on enhancing competitive advantage: The mediating role of cybersecurity. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(3), 1041-1046.
21. Kadhim, A. L. H. K. (2021). An analytical study of the level of strategic intelligence of scout leaders in scouting camps from Ranger point of view. *Journal of studies and researches of sport education*, (68), 1-15.
22. Kingi, R. N., Uzel, D. J., & Monari, D. D. (2019). Effect of Employee Retention on Employee Performance At the Five Star Hotels At the Kenyan Coast. *global scientific journal: Volume 7, Issue 9*, 433-465.
23. Kitagawa, F., & Vidmar, M. (2023). Strategic intelligence for the future of places: enabling inclusive economic growth through the Opportunity Areas Analysis Tool. *Regional Studies*, 57(4), 656-669.
24. Kori, B. W., Muathe, S., & Maina, S. M. (2020). Financial and non-financial measures in evaluating Performance: the role of strategic intelligence in the context of commercial banks in Kenya. *International Business Research*, 13(10), 130-130.
25. Kumar, P., Dass, M., & Kumar, S. (2015). From competitive advantage to nodal advantage: Ecosystem structure and the new five forces that affect prosperity. *Business Horizons*, 58(4), 469-481.
26. Legzian, M., Abadi, F. A., Foturehchi, M., & NamdarJoyami, E. (2015). Investigation of the Relationship between Organizational Trust and Organizational Prosperity (A Case Study of Office and Medical Staff at Taleghani Hospital in Mashhad City). *Int. J. Rev. Life. Sci.*, 5(3), 1292-1300.

27. Mandel, D. R., & Irwin, D. (2021). Tracking accuracy of strategic intelligence forecasts: Findings from a long-term Canadian study. *Futures & Foresight Science*, 3(3-4), e98.
28. Massad, A. T., & Al-Shura, M. S. (2023). The Efficiency of Strategic Intelligence on Sustainable Competitive Advantages at Jordan National Shipping Lines Group in Jordan. *Zarqa Journal for Research & Studies in Humanities*, 23(2).
29. Miron, D., & Zavera, I. C. (2020). CHALLENGES OF TRANSITION FROM A COMPLIANCE-BASED LOGIC TO ONE BASED ON PROACTIVITY. THE CONTRIBUTION OF NEW TRADE BALANCES AT THE LEVEL OF ROMANIA GENERATING PROSPERITY. *New Trends in Sustainable Business and Consumption*, 707.
30. Mirzayev, K. (2023). LEARNING THE STRATEGIC INTELLIGENCE MODEL AND MANAGEMENT CONTROL SYSTEMS FOR DYNAMIC DECISION MAKING, EVIDENCE FROM AZERBAIJAN. *TURAN-SAM*, 15(Sp. Issue), 411-421.
31. Mohammed, A. A. (2022). Assessing the Success of the Perceived Usefulness for Knowledge Management Systems: A Case Study of Iraqi Higher Education. *International Journal of Knowledge Management (IJKM)*, 18(1), 1-24.
32. Mohammed, A. A., Baig, A. H., & Gururajan, R. (2020). An examination of talent management processes in Australian higher education. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(6), 1271-1299.
33. Mohammed, K. N., & Majeed, N. Q. A. (2023). The Impact of Strategic Ambidexterity on Organizational Prosperity: A field Research in Private Hospitals in Anbar Province. *resmilitaris*, 13(3), 2364-2386.
34. Mohammed, R. K., & Saaed, H. K. (2021a). Strategic physiognomy and its impact on organizational prosperity: An analytical research in the state company for electrical and electronic industries. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(3), 2626-2634.
35. Ngoveni, T. D., Maluleke, W., & Mabasa, C. (2022). Insights on the use of community policing forum for crime prevention: A case study of the Brooklyn police station, South Africa. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 11(5), 482-494.
36. Oakley, K., & Ward, J. (2018). The art of the good life: Culture and sustainable prosperity. *Cultural Trends*, 27(1), 4-17.

37. Pengfei, N., Kamiya, M., Bo, L., Xiaonan, L., & Qihang, L. (2020). Technological Innovation: A Primary Driver to Promote Global Urban Common Prosperity. *China Economist*, 15(3), 28-48.
38. Pratiwi, S. N., & Amini, A. (2023). Efforts to Increase Lecturer Involvement through Organizational Culture, Transformational Leadership and Economic Prosperity. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(1), 150-164.
39. Robinson, D. K., Schoen, A., Larédo, P., Gallart, J. M., Warnke, P., Kuhlmann, S., & Ordóñez-Matamoros, G. (2021). Policy lensing of future-oriented strategic intelligence: An experiment connecting foresight with decision making contexts. *Technological forecasting and social change*, 169, 120803.
40. Rteimeh, M. S. (2021). The Impact of Strategic Decision-Making on Enhancing Competitive Capability: Case Study of the Royal Jordanian Airlines. *International Journal of Business and Management*, 14(3), 148.
41. Tršková, K. R. I. S. T. Í. N. A., & Holubčík, M. A. R. T. I. N. (2016). Leadership and Motivation of Human Potential as Vital Part of Strategic Management of Cooperation in Company. In *13th International Scientific Conference Human Potential Development, Szczecin, University of Szczecin*.
42. Waghmare, S. (2019). Strategic intelligence and its importance in management of organisation. *Gen. Manag*, 182-188.
43. Young, Z. L. (2019). Imagining a National Intelligence Strategy for the Age of Information Warfare. *American Intelligence Journal*, 36(2), 120-128.
44. Zhu, Z., Chen, Y., & Wei, T. (2022). The function mechanism and realization path of corporate social responsibility driving common prosperity. *International Core Journal of Engineering*, 8(8), 111-119.

❖ Thesis & dissertations

45. Aghion, P., Besley, T., Browne, J., Caselli, F., Lambert, R., Lomax, R., ... & Van Reenen, J. (2013). *Investing for prosperity: skills, infrastructure and innovation* (No. 28). Centre for Economic Performance, LSE.
46. Fernández-Villacañas Marín, M. (2015). *The global strategic intelligence management*. Learning and thinking skills.
47. Guðjónsson, M. M., & Óskarsson, Á. (2017). *The prosperity of Europe's MNO industry at the dawn of 5G-An empirical study on the performance*

- and regulatory environment of mobile network operators in Europe. (Master Thesis, CHALMERS UNIVERSITY OF TECHNOLOGY).
48. Kimmelman, S. (2017). *Indications and warning methodology for strategic intelligence*. Homeland Security Affairs. Master's thesis, NAVAL POSTGRADUATE SCHOOL.
49. Kirilov, I. S. (2019). *Strategic Intelligence Strategies for Improving Performance in the Nonprofit Sector* (Doctoral dissertation, Walden University).
50. Koshinsky, G. I. (2021). *Defining Intelligence Failure: A Puzzled Discourse* (Doctoral dissertation, The University of Texas at El Paso).
51. Maharjan, A. (2019). *BUSINESS INTELLIGENCE IN STRATEGIC MANAGEMENT: Study of automation modifying the strategy of business*. Master's thesis, CENTRIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES.
52. Mendez, M. (2017), *Rural Prosperity For Development: Understandings, Determinants and Strategies Derived From Case Studies In Seven Countries*, (MSC Project Planning For Rural Development and Sustainable Management).
53. Nguyen, T. D. (2017). *EVALUATING THE QUALITY OF INTERNET BANKING SERVICES ON PROSPERITY VIETNAM COMMERCIAL JOINT STOCK BANK (VP BANK) THROUGH SATISFACTION OF CUSTOMERS* (Doctoral dissertation, Khoa Quốc tế).
54. Prasad, B. (2018). *Geopolitical Importance of Sri Lanka-rebuilding Its Role in Security and Economic Prosperity of South Asia*. (Master Thesis, General Sir John Kotelawala Defence University).
55. Rivera Méndez, M. (2017). *Rural Prosperity for Development: Understandings, Determinants and Strategies Derived from Case Studies in Seven Countries* (Doctoral dissertation, Agronomica).