

ذكاء الاعمال البيئي ودوره في تحقيق الميزة التنافسية
دراسة استطلاعية لآراء عينة من متخذي القرار في الشركة العامة للصناعات الالكترونية

م.د. محمود شكر محمد

كلية المامون الجامعة

mahmodazawy22@gmail.com

المستخلص

ان البيئة أصبحت الكلمة ذات الازيز والهاجس الاكثر اثارة للقلق سواء على المستوى واضعي السياسات او على مستوى الاعمال، والواقع ان الاعمال التي ساهمت بكل هذه المشكلات بروية واهداف قصيرة الامد، تواجه وتتهم اليوم بالمشكلة البيئية بسبب ان الاعمال لا يمكن ان تستمر في المستقبل عند نفاذ الموارد الطبيعية ومع عدم وجود بدائل لها من هنا جاء هدف البحث تشخيص مستوى خصائص ذكاء الاعمال البيئي في الشركة المبحوثة. وتقديم اطار عملي وعلمي تستند اليه لتستند له القيادات العاملة في الشركة العامة للصناعات الالكترونية وكيفية الاستفادة من خصائص ذكاء الاعمال البيئي في تحقيق الميزة التنافسية، بناء على ما تقدم يمكن تحديد مشكلة الدراسة الحالية بالإجابة عن السؤال التالي "هل هناك علاقة بين ذكاء الاعمال البيئي وتحقيق الميزة التنافسية في الشركة العامة للصناعات الالكترونية وعلى ضوء التساؤلات تم تقديم نموذج افتراضي يعكس فرضيات البحث الفرضية الاولى ((توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين ذكاء الاعمال البيئي، وبين تحقيق الميزة التنافسية)). الفرضية الثانية ((يوجد تأثير ذات دلالة معنوية ذكاء الاعمال البيئي في تحقيق الميزة التنافسية)). وتم اختيار الشركة العامة للصناعات الالكترونية لتمثل مجتمع الدراسة وعينته ب 44 فردا تم توزيع استمارة الاستبانة عليهم وتفسير وتحليل الاجاب النظرية الى العملي مستخدما اهم الأدوات الاحصائية من وسط حسابي وانحراف معياري ومعامل الانحدار البسيط مثبتة في برنامج الاحصائي spss ولغرض الوصل لأغراض البحث واهم نتائجه تم التوصل الى اهم الاستنتاجات التي مثلت بالنائب تسعى الشركة المبحوثة الى تحمل مسؤوليتها اتجاه المجتمع من خلال تحسين والتطوير المستمر للخدمات المقدمة وقيامها بالتواصل بين مختلف اقسام الشركة لكي لا تعاني من ضعف في التحليل العلاقة الحالية مع الزبائن والمخرجات لتطوير الخدمات المقدمة وتوفير دليل الجودة يتضمن مشاريع التحسين والتطوير لتنفيذها. وتمتلك الشركة العامة للصناعات الالكترونية، راس مال بشري مؤهل ويمتلك قدرات ذهنية وابداعية لان الشركة تعتمد في مدخلات التعيين على اسس علمية من حملة الشهادات العليا وعلى اساس الاستنتاجات تم الوصول الى اهم التوصيات متمثلة بالتالي فتح قنوات اتصال مباشرة او غير مباشرة مع الزبائن لمعرفة نوعية السلع والخدمات التي يرغب بها الزبون وكذلك نوعية التكنولوجيا والمعرفة التي يحتاجها في استخدام السلع المختلفة تراعي ادارة الشركة استقطاب دماء جديدة متخصصة لتحقيق ميزة الاداء المتطور والعمل المستمر على تطوير راس مالها البشري من خلال التدريب والمشاركة بالخبرات الاجنبية وكذلك التواضع مع شركات اجنبية اخرى

Abstract

Environmentalism has become the buzzing word and the most worrisome concern both at policy makers and at the business level. The actions that have contributed to all these problems with short-term vision and objectives are facing today's concern about the environmental problem because business cannot continue in the future when resources run out. Natural and with no alternatives from here came the goal of research to diagnose the level of environmental intelligence characteristics of the company in questioned to provide a practical and scientific framework based on the leadership of the leaders working in the General Company for Electronic industries and how to benefit from the characteristics of environmental business intelligence in achieving competitive advantage, based on the above can identify the problem of the current study by answering the question "Is there a relationship between environmental intelligence and the achievement of the advantage Competitiveness in the General Company for Electronic Industries. In light of the questions, a default model was presented that reflects the hypotheses of the first hypothesis ("There is a significant correlation between environmental business intelligence and competitive advantage").

The second hypothesis ((there is a significant effect of environmental intelligence of environmental business in the achievement of competitive advantage)) was selected the General Company for electronic industries to represent the society of the study and sample 44 people were distributed questionnaire and the interpretation and analysis of foreign theoretical to the practical using the most important statistical tools from the center of the calculation and deviation Standard and simple regression parameters are established in the statistical program spss and for the purpose of connection for the purposes of the research and the most important results were reached the most important conclusions that represented the company sought to take responsibility for the community through the improvement and continuous development of services provided And its communion between the different sections of the company in order not to suffer from weakness in the current relationship analysis with customers and outputs for the development of services and the provision of quality manual includes the improvement and development projects to be implemented The General Company for Electronic Industries has a qualified human capital and has intellectual and innovative capabilities. The company relies on recruitment inputs on the basis of scientific certificates. On the basis of the conclusions, the most important recommendations were reached, namely opening channels of direct or indirect communication with customers to know the quality of goods and services which is desired by the customer as well as the quality of technology and knowledge it needs in the use of different goods The management of the company takes into account the recruitment of new blood specialized to achieve the advantage of advanced performance and the continuous work on the development of human capital through training and participation in foreign expertise as well as coordination with other foreign companies.

المقدمة

اصبح العالم اليوم يتحدث بصوت عالي عن ازمت ومشكلات بيئية كلية وشاملة كما هو الحال في مشكلة التغير المناخي ونفاذ طبقة الاوزون والاقتراب من نفاذ الكثير من الموارد الطبيعية، وفي عالم الاعمال الذي يبدو مقبلاً بالقوانين واللوائح البيئية المعقدة لاستخدام التكنولوجيا والمواد والانتاج السلع والخدمات من اجل حماية البيئة، وفي هذا العالم ايضاً الذي اصبح للزبون البيئي جماعات ضغط وجمعيات حماية البيئة مطالبها ومواقفها المؤثرة على الشركات غير الودية والصديقة للبيئة، تكون هناك حاجة لقرارات جديدة للأعمال من اجل مواجهة التحدي البيئي. ان هذه القرارات الجديدة هي التي يجسدها ذكاء الاعمال البيئي او الذكاء القائم على البيئة، الذكاء الذي يشق ميزة من تفوق الشركة على منافسيها في المفاهيم والاساليب التي تتعامل بها مع البيئة ان البيئة اصبحت الكلمة ذات الازيز والهاجس الاكثر اثاراً للقلق سواء على مستوى واضعي السياسات او على مستوى الاعمال، والواقع ان الاعمال التي ساهمت بكل هذه المشكلات برؤية واضحة واهداف قصيرة الامد، تواجه وتهتم اليوم بالمشكلة البيئية لسببين هما ان الاعمال لايمكن ان تستمر في المستقبل عند نفاذ الموارد الطبيعية ومع عدم وجود بدائل لها، وان الاعمال باقت تدرك جيداً ان طرح المشكلات البيئية على المستوى العالمي يحمل في ثناياه اسواقاً جديدة وفرص عمل كبيرة

المبحث الأول

منهجية البحث وبعض الدراسات السابقة

أولاً : منهجية البحث

١- مشكلة البحث

تعمل الشركة العامة للصناعات في ظروف صعبة نتيجة لكثرة ما يمر به من مشكلات تنشأ نتيجة تواجده في بيئة متغيرة مما يعني زيادة احتمال تعرض القيادات العاملة في الشركة التي تعتمد ذكاء الاعمال البيئي مساراً لعملها وتميز منتجاتها عرضة لآفة الميزة التنافسية التي تهدد امكانية البقاء، ان عدم امتلاك الشركة لا بعد ذكاء الاعمال البيئي (الابتكار البيئي، المحاكاة البيئية، الادارة المستدامة، استغلال فرص السوق) يجعلها لا تستطيع تشخيص حجم الميزة التنافسية بدقة وكيفية مواجهتها، لذا تسعى قيادات الشركة جاهدة لا ثبات وجودها من خلال الادوار والمسارات ومواجهة الازمت المتمثلة بالميزة التنافسية، بناء على ما تقدم يمكن تحديد مشكلة الدراسة الحالية بالإجابة عن السؤال التالي "هل هناك علاقة بين ذكاء الاعمال البيئي وتحقيق الميزة التنافسية في الشركة العامة للصناعات الالكترونية" وترتبط الإجابة على التساؤل أعلاه بمجموعة من التساؤلات البحثية التي تسعى الدراسة للإجابة عنها

١- ماهي الخصائص الايجابية لذكاء الاعمال البيئي في الشركة العامة للصناعات الالكترونية

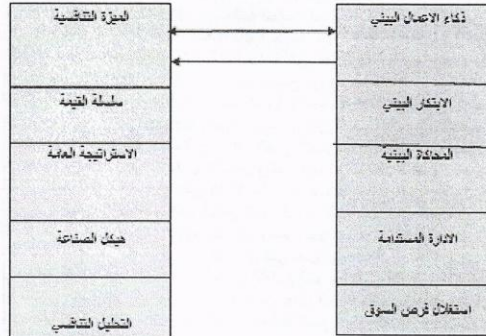
٢- هل توجد علاقة ارتباط معنوية بين ذكاء الاعمال البيئي وتحقيق الميزة التنافسية

٣- هل يوجد تأثير معنوي لذكاء الاعمال البيئي في تحقيق الميزة التنافسية

٢- أهمية البحث

تتبع أهمية الدراسة الحالية من الجوانب الآتية:

- ١- تناولها لحد الموضوعات التي تلقى أهمية كبيرة من المنظمات على اختلاف أنواعها، والمتمثل في خصائص ذكاء الاعمال البيئي وعلاقته في تحقيق الميزة التنافسية
- ٢- أهمية القطاع المبحوث والمتمثل بالشركة العامة للصناعات البلاستيكية في استقرار البيئة العراقية، وبما يؤثر إيجاباً على الاقتصاد الوطني.
- ٣- توضيح أهمية الدراسة من خلال طرحها إطاراً مستمداً من الواقع يربط بين ذكاء الاعمال البيئي وتحقيق الميزة التنافسية .
- ٣- أهداف البحث
- يهدف البحث إلى تحقيق الآتي :
- ١- تشخيص مستوى خصائص ذكاء الاعمال البيئي في الشركة المبحوثة
- ٢- تقديم إطار عملي وعلمي تستند اليه القيادات العامله في الشركة العامة للصناعات الكترونية وكيفية الاستفادة من خصائص ذكاء الاعمال البيئي في تحقيق الميزة التنافسية
- ٣- تبني مقترحات وتوصيات مهمة في ضوء نتائج الواقع الميداني
- ٤- تقديم منتجات خضراء تلأئم المسؤولية الاجتماعية للمستهلك لتحقيق الميزة التنافسية للشركة
- ٤- وصف مجتمع الدراسة وعينة البحث
- أ- نبذة مختصرة عن الشركة العامة للصناعات الكترونية.
- تعد الشركة العامة للصناعات الكترونية، إحدى شركات القطاع الخاص والتي أسست عام ١٩٧٤ ولديها فروع عدة في محافظة ديالى وبغداد والحلة، وتميز الشركة بملك مؤهل للقيام بأعمالها كافة ودعم استمراريته، ومن أهم أنشطة الشركة
- ١- حققت الشركة أرباح عالية ومكتسبات جديدة من خلال الاعوام الثلاث الاخيرة، من خلال الاتفاقات الجماعية مع اصحاب العمل وممثلي الشركات ساهم بشكل كبير في تعزيز الدخل القومي للبلد
- ٢- التواؤمة مع شركات اجنية ساهم في زيادة الخبرة ورغد الشركة بدماء جديدة
- ٣- تقديم منتجات تنافسية تحمل في طياتها ذكاء الاعمال البيئي مما جعلها انموذجاً لباقي الشركات
- ب- وصف عينة البحث
- تتكون عينة البحث والذي وجهت إليهم الاستبانة بشكل قصدي على أساس المواقع الإدارية العليا في الشركة، رؤساء الأقسام ومعاونيه، وقد وزعت (٥٥) استمارة بشكل مباشر على عينة البحث استرجع منه (٤٤) وبذلك بلغت نسبة الاسترجاع (٨٠%) علماً أن مجتمع الدراسة يبلغ (٦٤) فرداً . ٥- أداة البحث
- بغية الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة للبحث. فقد اعتمد الباحث في الجانب النظري على العديد من المصادر الجاهزة متمثلة في المراجع والمصادر من كتب ومجلات اما الجانب العملي فقد اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات تضمنت ثلاث فقرات موزعة على الأجزاء الرئيسية للاستبانة
- ٦- الأساليب الإحصائية المتعلقة بالبحث
- أ- الوسط الحسابي: لمعرفة مستوى متغيرات البحث.
- ب- الانحراف المعياري: لمعرفة مدى ابتعاد الاستجابات عن الوسط الحسابي.
- ت- معامل الارتباط (الرتب) (سبيرمان): لتحديد اتجاه وقوة العلاقة بين متغيرات الدراسة.
- ث- معامل الانحدار البسيط: لاختيار أثر المتغيرات المستقلة في المتغيرات المعتمدة.
- ٧- وفرضيات البحث
- تتمثل فرضيات البحث بفرضيتين أساسيتين:
- الفرضية الرئيسة الأولى: ((توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين ذكاء الاعمال البيئي، وبين تحقيق الميزة التنافسية))
- الفرضية الرئيسة الثانية: ((يوجد تأثير ذات دلالة معنوية ذكاء الاعمال البيئي في تحقيق الميزة التنافسية)) .
- ٨- مخطط البحث
- لاستكمال المعالجة المنهجية للبحث وفي ضوء أبعاد ومشكلة البحث، ولتحقيق أهدافه تم بناء أنموذج فرضي ليظهر طبيعة العلاقات الارتباطية والتأثيرية بين متغيرات البحث المستقلة والتابعة، والمتمثلة في ذكاء الاعمال البيئي في تحقيق الميزة التنافسية وكما موضح في الشكل (١)



شكل (١): مخطط الفرضي للبحث

ثانياً : الدراسات السابقة

١- المتغير الأول : ذكاء الأعمال البيئي

أ- دراسة ابراهيم (2015)

تهدف الدراسة الى بيان اراء المديرين حول ادارة الاعمال بالذكاءات والتي يفهمونها على اساس انها موقف او مشكلة تتطلب على عنصر التحدي او أي عنصر اخر وايجاد رابطة بينهما وبين متخذي القرار ، تألفت عينة الدراسة من (٣٩) متطوعاً من جامعة (مسترز) اثار نتائج الدراسة الى ان ذكاء الاعمال تولد ضغطاً شديداً على اتخاذ القرار وان المدراء يبدون اهتماماً قليلاً بذكاء العاملين لديهم خاصة في ظروف الازمات وتوصلت الدراسة الى اهم التوصيات ومنها، التوامة مع شركات اجنبية اخرى - زيادة الاهتمام بذكاء الاعمال البيئي لان ذكاء الاعمال يمثل المزيج الفعال من الذكاء الطبيعي الذي تمتلئ الانظمة والتراكيب والكتائنات الحية في الطبيعة من جهة وذكاء الاعمال بوصفة القدرة على انشاء الفرص واستغلالها في الشركة والسوق من جهة اخرى - تومن بشكل كبير بأهمية تحقيق الميزة التنافسية . باعتبارها بعد تنافسي وبالتالي تحقيق مناخ ملائم في الشركة ، اهتمام الشركة المبحوثة بتقليل الفارق الرسمي وذلك بعمل بروح الفريق وكذلك تحقيق المصلحة العامة للشركة وتجاوز المصلحة الشخصية

ب- دراسة ملكاوي (2015)

دراسة بعنوان " ذكاء الاعمال واثرها في تحسين عملية اتخاذ القرار في المستشفيات الاردنية دراسة حالة في مستشفى الملك عبد الله "

هدفت الدراسة إلى التعرف على نظم دعم القرارات ونظم ذكاء الاعمال وأثرهما في تحسين عملية اتخاذ القرارات في مستشفى الملك عبد الله المؤسس الجامعي، لغرض تحقيق أهداف الدراسة تم تطوير استبانة من ثلاثة أجزاء، استهدف الجزء الأول التعرف على البيانات الشخصية المتعلقة بعينة الدراسة، والجزء الثاني لقياس مستوى نظم دعم القرارات ونظم ذكاء الاعمال، في حين يقيس الجزء الثالث مستوى عملية اتخاذ القرارات في مستشفى الملك عبد الله المؤسس الجامعي. وخلصت الدراسة إلى أن نظم دعم القرارات ونظم ذكاء الاعمال في مستشفى الملك عبد الله المؤسس الجامعي تتمتع بدرجة عالية من الكفاءة، كما أن مستوى عملية اتخاذ القرارات في المستشفى مرتفع أيضاً، وتبين وجود علاقة ارتباط ايجابية ودالة إحصائية بين نظم دعم القرارات ونظم ذكاء الاعمال وعملية اتخاذ القرارات، وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بنظم دعم القرارات ونظم ذكاء الاعمال وتطويرها بما يعزز دورها في تحسين عملية اتخاذ القرارات، إضافة إلى إجراء المزيد من البحوث حول نظم دعم القرارات ونظم ذكاء الاعمال ودورها في المنظمات في قطاع الصحة وغيره من القطاعات

٢- المتغير الثاني : تحقيق الميزة التنافسية

أ- دراسة عبدة (٢٠١٤)

"الاستراتيجيات التسويقية واثرها في تحقيق الميزة التنافسية "

ان تحقيق الميزة التنافسية المستمرة هو الهدف الاساسي الذي يضمن للمؤسسة البقاء في ساحة التنافس، على المستوي الكوني، وذلك بالاعتماد على المهارات والمعرفة والاستعدادات التي تتوفر في الاصول الفكرية التي تتفاعل وتتلاقى فيما بينها للتميز المستمر ومن اهم مجالاته. عليه هدفت هذه الدراسة الى اختبار تأثير استراتيجيات التسويق على الميزة التنافسية، حيث كان المستهدف من هذا البحث الشركة السودانية للاتصالات زين. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث كانت الاستبانة

أداء رئيسية لجمع البيانات من عينة غير احتمالية وزعت (٥٠) استجابة بنسبة استرداد (٩٦%). من خلال مراجعة الأدبيات السابقة صيغة عدة فرضيات لدراسة ذلك الأثر. تم معالجة البيانات احصائياً عن طريق (SPSS22) أظهرت النتائج وجود علاقة بين الاستراتيجيات التسويقية الميزة التنافسية، ولكنها تأثيراً جزئياً. منها أن هناك علاقة بين الاستراتيجيات التسويقية والميزة التنافسية وهذه العلاقة دعمت دعم جزئي، توصلت الدراسة إلى عدة توصيات منها العمل على زيادة الحملات والأنشطة الترويجية من اعلانات تلفزيونية وفي الطرق العامة التي توضح أنواع ومميزات البضائع التي تقدمها الشركات، زيادة اهتمام ادارة المنظمة قيد البحث بخطط السوق وادارة معلومات السوق واعطاءها الاهمية المناسبة من اجل تحقيق الميزة التنافسية

ب) (دراسة روتر واخرون ٢٠١٠) al.et, Reuter, دراسة بعنوان "دخول الأسواق الأجنبية والبقاء: دور القدرات الحيوية في تحقيق الميزة التنافسية". حيث هدفت هذه الدراسة إلى تقصي الاستراتيجيات الفعالة التي يمكن أن تقلل من مخاطر الفشل في الأسواق العالمية عن طريق فحص اليات دخول الأسواق والبقاء فيها في شركات الكمبيوتر. نموذج مقياس (هزارد) حيث تم دراسة تأثير ذلك في الحقيقة الزمنية ما بين عامي (١٩٨٤-٢٠٠٧) مستخدماً استراتيجية التحول واستراتيجيات الدخول والخبرة لاحتمالات البقاء في الأسواق الأجنبية، وكانت النتائج تشير إلى أن المنظمات التي لجأت إلى استراتيجيات الالتحام ودخول الأسواق الأجنبية عن طريق استراتيجيات التنوع والتركيز واستراتيجيات الاندماج قد حققت معدلات عالية مرتبطة بالأداء أكثر من تلك المؤسسات التي قامت باستثمارات في نفس الأسواق التي تعمل بها، كما أشارت النتائج إلى أن المنظمات التي تحولت إلى أنشطة جديدة في عملها حققت أيضاً معدلات عالية في الأداء والنمو والتطور أكثر من تلك التي بقيت تمارس نفس نشاطها الأساسي، وأخيراً أشارت النتائج إلى أن المؤسسات تستفيد من عامل الخبرة والتعلم في الأسواق الأجنبية مما يبرهن عن فرص النجاح التي تحظى بها الشركات التي تستثمر في الخارج بتسليط الضوء على العمليات الديناميكية في الأسواق الدولية في ظل انتشار الشركات التي تستخدم استراتيجيات الاندماج مع شركات أخرى أيضاً.

المبحث الثاني

الإطار النظري

يتم في هذا المبحث التطرق إلى أبعاد متغيري البحث من مفاهيم وأبعاد رئيسة لكل منهما، بما ينسجم وفرضيات البحث وأهميته، وكذلك تساؤلاته إذ سيتم توضيح الجوانب النظرية المتعلقة بهذه المتغيرات وكالاتي:

أولاً: ذكاء الأعمال البيئي

يعد مفهوم ذكاء الأعمال البيئي من المفاهيم ذات العلاقة بتدفق المعلومات وتداولها داخل المؤسسة، وإذا استطاعت المؤسسة تطبيق مفهوم ذكاء الأعمال البيئي فإنه يساهم مساهمة كبيرة في دعم مشروع التمكين في المؤسسة، لأن المعلومات وتدفقها تعد من أهم مقومات التمكين، لاسيما عندما تتدفق المعلومات بطريقة قائمة على مبدأ محكم ومدرس كنظام ذكاء الأعمال البيئي.

(Lloyd, 1998:22)

١- مفهوم ذكاء الأعمال البيئي:

إن ذكاء الأعمال البيئي "هو النمط الجديد من الذكاء الذي يشير إلى القدرة على استلهام البيئة وامكاناتها وتصميماتها ودروسها المتعلمة لتحقيق ميزة تنافسية لصالح الشركة وتفوقها على منافسيها ويعرف أيضاً "المصدر الجديد للتعلم من البيئة وكنائنها الحية وانظمتها البيئية" وفي مضممار القوانين واللوائح "المصدر الجديد لفرص الأعمال الناتجة عن قدرة الأعمال المساهمة في حماية البيئة وتجنب القوانين واللوائح البيئية عالية التكلفة في منتجاتها وخدماتها وتكنولوجياها المستخدمة" (داركر، 1994 : 514)

٢- مبررات ذكاء الأعمال البيئي

إن البيئة بأبعادها الطبيعية والاجتماعية أصبحت من ابعاد الاداء الاستراتيجي في الكثير من الشركات، وإن الميزة البيئية تمثل ميزة حقيقية ولها مركزاتها في الموجة الخضراء التي تجتاح العالم ويمكن أن تشير إلى مبررات طرح ذكاء الأعمال البيئي في الوقت الحاضر وكالاتي (mc Dowell, 2009: 500)

أولاً : الخيار الرشيد: إن الأعمال لابد أن تعمل في بيئة قابلة للحياة وإلا فإنها ستواجه خيار صعب

ثانياً :مبررات الذكاء: إن الذكاء هو العامل الأكثر ندرة ولأنه هو القدرة المتميزة على حل المشكلات وهو بعد ذاته مطلوب في كل المجالات: ذكاء الأعمال، الذكاء التنافسي، الذكاء العاطفي

ثالثاً : المخزون البيئي غير المنظور: إن الأعمال تعاملت منذ البداية مع الموارد الطبيعية المنظورة في البدء الأرض، والموارد فوقها، ثم ما تحتها، وجاء الوقت من أجل التعامل الذي لما طورته حيوانات ونباتات كل اقليم من وسائل وادوات وتركيبات وتصميمات اجيال كثيرة وفترة طويلة من الزمن

رابعاً: دعاة وزيائن البيئية: إن دعاة البيئية النشطين قدموا البيئة سواء في مشاكلها الكلية (تغير المناخ، طبقة الاوزون) او مكاناتها في الذكاء البيئية بطريقة فعالة مثيرة للاهتمام سواء بلغة البيئة النمطية لكل الاعمال او بلغة الأعمال البيئية مما اوجد تياراً قوياً لصالح البيئة في كل شي ومنها ذكاء الأعمال البيئي

٣- ابعاد ذكاء الأعمال البيئي

إن ذكاء الأعمال الذي نطرحه يمثل المزيج الفعال من الذكاء الطبيعي الذي تمثله الانظمة والتركيبات والكائنات الحية في الطبيعة من جهة وذكاء الأعمال بوصفه القدرة على انشاء الفرص واستغلالها في الشركة والسوق من جهة أخرى وفي هذا السياق فالتشير إلى الأبعاد التالية

(22: 2003, Allen)

١. الابتكار البيئي : بوصفة الخيار الأكثر أهمية والمعياري الجديد في تقييم الابتكار على اساس المطالب البيئية (ان يكون الابتكار ودي وصديق للبيئة او وسيلة لإلغاء اساليب ومنتجات ومواد ملوثة وضارة للبيئة)
٢. المحاكاة البيئية (mimicry) الكائنات الحية (النباتات والحيوانات) وقد طورت على اساس التكيف وتصميمات وتراكيب تعتبر في غاية الذكاء في تادية الوظائف التي طورت من اجلها وفي نفس الوقت هي ودية وغير مؤذية للبيئة والمطلوب اليوم التعلم منها ومحاكاتها والاستفادة منها بطريقة تحمل ذكاء الاعمال
٣. الادارة المستدامة (sustainable management) لراس المال الطبيعي الأخذ بالتدهور منذ الثورة الصناعية حتى بما بات يهدد الاعمال بالبحث عن كوكب اخر للعمل والاستثمار فيه

٤. استغلال فرص السوق

حيث بيئة اليوم لها جمعيات بيئية ونشطاء وزبائن يبينون مستعدون لدفع علاوات سعرية من اجل السلع والخدمات الودية بيئياً وبالتالي تحولهم الى فرص سوقية جديدة مع ذكاء البيئية، او ان يتحولوا الى اجراءات غير ودية ضد الشركات غير الودية مع البيئية من مقاطعات وقضايا محاكم والدعوة الى ضرائب تلوث وقوانين بيئية صارمة.

المتغير الثاني: الميزة التنافسية المستدامة

اولاً: المفهوم الميزة التنافسية وأهميتها

ان موضوع الميزة التنافسية المستدامة هي احدى الموضوعات التقليدية والمعاصرة في ان واحد، وهي قديمة قدم المزايا التي سعت المنظمات لتحقيقها بدلالة مفهوم المزايا التنافسية المقرونة بمدى تبني المنظمات الفكر الاستراتيجي وتمثل معاصرة المفهوم من خلال تأكيد سمة الاستدامة التي فرضتها طبيعة البيئة التنافسية وصراع الاستراتيجيات (قمر، 2006: 126) ان مفهوم الميزة التنافسية المستدامة بوصفها مفهوماً يتأصل في مقطعين، الميزة التنافسية وهي مألوفة في الكتابات الاستراتيجية التقليدية حيث يصفاها الباحثون بانها غاية الاستراتيجية ويعنون الاداء الفائق يأتي تلقائياً من الميزة التنافسية (الازم، 2009: 66) وترتبط الميزة التنافسية بقدرة المنظمة على استغلال مصادر قوتها وإضافة قيمة لمنتجاتها تقوم ما يمكن ان يقدمه المنافسون (محمود، 2002: 160)

اما صفة الاستدامة فأنها تأخذ بعد الحماية التي توفرها الموارد خلال فترة زمنية غير محدودة للمنظمة من اجل الحفاظ على قدرتها التنافسية وذلك بخلق ملاجئ آمنة من خلال الموارد المستمرة وبناء على ما تقدم فان الميزة التنافسية المستدامة تتحقق عندما تنفذ المنظمة منفعة لا يمكن للمنظمات الأخرى ان تنسخ منافعتها او تجد بديلاً عنها أي انها تتسمج مع المنظمة التي تتمكن من تحقيق مزاياها لا يمكن استنساخها او تاكلها من قبل المنافسين (الهاشم، 2002: 160)

ثانياً: تتبع الميزة التنافسية المستدامة من داخل المنظمة بالاساس، الا ان المنظمة كنظام يعمل في بيئة خارجية يؤثر ويتأثر بها، لذلك فان أي من اجزاء هذا النظام فظلاً عن ذلك يجب ان تمتلك المنظمة القابلية على استغلال امكانية مواردها على نحو كفؤ وفاعل لتطوير وإدامة اية مزايا تنافسية ووفقاً لذلك فان مصادر الميزة التنافسية المستدامة ستكون داخلية وخارجية:

اولاً: المصادر الداخلية

تتضمن الموارد التي تمتلكها المنظمة والأنشطة والمهارات التي تقوم بها، فالموارد تشمل جميع الموجودات الرأسمالية والمالية والموجودات البشرية التي تمثل المعرفة والمهارات والموجودات التنظيمية

ثانياً: المصادر الخارجية

اشارت بعض الدراسات الى ان البيئة الخارجية قد تشكل مصدراً للمزايا التنافسية، اذ تضم البيئة الخارجية مجموعة من العوامل السياسية والاقتصادية والديمقراطية والتكنولوجية والتي تؤثر في المنظمات بالاتجاه الايجابي او السلبي

رابعا: أبعاد الميزة التنافسية المستدامة

تأتي هذه الأبعاد الى النظر من الداخل من خلال عدد من الخزائن من القدرات والمهارات الموجودة في المنظمة لصناعة الميزة التنافسية المستدامة (عسكر، 2007: 140)

١. الاستراتيجيات العامة

ان الاستراتيجيات العامة تربط المركز النسبي للمنظمة في صناعة او مجال ما كون هذا المركز يحدد مدى تحقيق ارباح اعلى من معدل الصناعة او المنظمات التي يودونها وتمثل الاستراتيجيات العامة بثلاث استراتيجيات مهمة هي الكلفة والتميز والتركيز التي يمكن ان تحقق المنظمات من خلالها ميزة تنافسية ونفس الوقت يمكن تحقق أكثر من نجاح من المنظمة

٢. هيكل الصناعة

انطلق هذا المدخل على يد العالم porter فقد عرف الاستراتيجية التنافسية بأنها فن ربط المنظمة بالبيئة الاقتصادية التي تعمل بها ويقوم هذا المدخل على افتراض ان الميزة التنافسية ما الا دالة لعضوية المنظمة في قطاع الصناعة التي تعمل فيها

٣. التحليل التنافسي

وهي مجموعة من الوسائل التي تستخدمها الادارة في تحديد مدى التغيير البيئي وخاصة في البيئة الخارجية وتحديد الميزة التنافسية او الكفاءة المميزة للمنظمة في السيطرة على بيئتها الداخلية بحيث يسهم ذلك في زيادة قدرة الادارة العليا في تحديد اهدافها ومركزها الاستراتيجي التنافسي وتحديد نقاط القوة في مواردها وقدراتها بما يسمح بتحقيق الميزة التنافسية

٤. سلسلة القيمة

أن سلسلة القيمة تساعد في فهم الطبيعة الداخلية للمنظمة وتصوير وفهم موقع كل منها والتعرف على أدوات متعددة تستخدمها لتسهيل تنفيذ الاستراتيجية على مستوى الأعمال وتصوير هيكل القدرات من خلال النظر إليها كمجموعة من العمليات الأساسية التي تمثل القوة وما تحتاجه لتحسينها

المبحث الثالث

الإطار العملي

أولاً :- وصف وتشخيص إجابات عينة المبحث

المتغير (المستقل) ذكاء الأعمال البيئي

تدرج فيما يأتي عرضاً للبيانات التي تم جمعها من خلال الاستبانة كما وردت من حيث تسلسلها وعلى وفق مقاييس من (الوسط الحسابي والانحراف المعياري، معامل الاختلاف، ودرجة اتفاق العينة) حول الفقرات، وكما يظهر في الجدول الآتي :-

جدول (٣) : وصف وتشخيص إجابات عينة المبحث (44)

الفرات متغير ذكاء الأعمال البيئي	لا اتفاق تماماً	لا اتفاق	إلى حد ما	اتفاق تماماً	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	عدد العينة
1 تنويع الإدارة العليا للتجديد والابتكار	-	1	3	34	4.09	0.47	0.114	44
2 الفصل في لتجديد المواهب والفرات الموقنين	1	4	1	24	4.07	0.96	0.237	44
3 يتكلم مناهج ذكاء الأعمال البيئي مع مناهج التفكير الإداري	-	-	3	34	4.09	0.47	0.114	44
4 تفصيل الاتصالات وتدفق المعلومات في المنظمة	2	-	-	35	4.02	0.76	0.189	44
5 في مختلف الاجتماعات	-	1	3	22	4.30	0.70	0.162	44
6 الشعور العام بالمصلحة العامة من خلال	-	-	4	18	4.41	0.65	0.147	44
7 التشريع من أجل فهم الإرقام في محاولة تدريب	1	4	1	24	4.05	0.96	0.237	44
8 تشييد ودعم توفير الوقت الفعلي للتجارة	-	-	4	18	4.41	0.65	0.147	44
9 تبدأ الإدارة العليا بعد جلسات ولقاءات للنصف	-	1	5	31	4.00	0.61	0.152	44
10 أعدت تشكيل نظم الاتصالات الحالية بما يتفق مع	1	-	7	20	4.14	0.85	0.205	44
11 مناهج تدريب الموارد البشرية	-	-	-	23	4.39	0.72	0.164	44
12 تعمل الإدارة الوسطى كحلقة وصل لتفعيل برنامج	-	-	-	28	4.23	0.56	0.132	44
13 تمكّن مهمة الفريق في تفعيل روح الفريق والعمل	-	1	7	24	4.06	0.80	0.197	44
14 الجماعي حيث يتكون من مختلف الوحدات	-	-	3	30	4.18	0.54	0.129	44
15 عدم التركيز على المهام الإدارية	-	1	3	39	4.11	0.72	0.175	44
16 تشكيل فرق عمل متداخلة وغير متداخلة	1	4	2	26	3.95	0.93	0.235	44
17 فتح سجلات الشركات للمعاملين والملازم على	38	5	-	1	1.18	0.54	0.457	44
18 الأرقام المهمة	-	-	-	12	4.16	0.61	0.146	44
19 حرية التصرف والشعور بالملكية	-	-	-	27	4.16	0.61	0.146	44
20 اقترح طرقاً جديدة لإنتاج مهام العمل	-	-	-	26	4.41	0.53	0.120	44
21 ادخل تكنولوجيا جديدة يزيد من تقليل تكاليف	-	-	-	8	2.59	1.26	0.486	44
22 العمل من خلال تقليل العبء	-	-	-	23	4.30	0.63	0.146	44
23 تسعى إدارة الشركة إلى إدخال تكنولوجيا ذات	-	-	-	8	2.59	1.26	0.286	44
24 تقنية عالية والذي يساعد للوصول إلى	-	-	-	16	4.07	0.07	0.64	44
25 منتجات جديدة	-	-	-	16	4.07	0.07	0.64	44
26 تشجع إدارة الشركة الابتكار لدى العاملين	-	-	-	16	4.07	0.07	0.64	44
27 إدخال الأجهزة الحديثة وتطوير برامج الحاسوب	-	-	-	16	4.07	0.07	0.64	44
28 والتدريب يساهم للوصول إلى الأسواق العالمية	-	-	-	16	4.07	0.07	0.64	44
29 دائماً ما تواب إدارة الشركة دورات تدريبية ذات	-	-	-	16	4.07	0.07	0.64	44
30 مستوى عالي من أول النهوض بمستوى الشركة	-	-	-	16	4.07	0.07	0.64	44
31 الاتصال الفعال بين المتلقي والمرسل	-	-	-	16	4.07	0.07	0.64	44
32 المجموع الإجمالي	-	-	-	16	4.07	0.07	0.64	44

يلاحظ من الجدول أن متغير ذكاء الأعمال البيئي بجميع فقراته قد حقق وسط حسابياً بلغ (4.07) وهو أكبر من الوسط الفرضي للمقياس البالغ (3) بنسبة جيدة. وانحراف معياري اختلاف (0.07) ومعامل اختلاف (0.64) وبدرجة اتفاق أفراد العينة (81.4%) وقد حققت الفقرات.

(1.2.3.4.5.6.7.8.9.10.11.12.13.14.15.16.17.18.19.20.21.22).

أوساطاً حسابية عالية مما يشير أن ذكاء الأعمال البيئي في الشركة العامة للصناعات الإلكترونية لديها رؤية واضحة لمستقبل الشركة وتضمن الخطط لذلك، وإنها تمتلك القدرة على التكيف في العمل والعلاقات مع مختلف المستويات في الشركة، وإنها تسترشد أهداف الشركة وقيم العاملين فيها لمحاولة التوافق والانسجام بينهما، وتقديم الحلول في المواقف المختلفة والمتغيرات المحتملة في الشركة، وتعمل على تطوير بيئة العمل والوسائل لخلق فاعلية في العمل وإنها تسعى للحصول على أفكار مقترحات المرؤوسين للاستعانة بها في اتخاذ القرارات، أن قيم ثقافة وسياسية وهيكل وطبيعة عمل الشركة تؤثر في ذكاء الأعمال البيئي

التي تعتمد بدورها على اساليب متقدمة في الاتصال بالمرؤوسين ومنها حسن والاصفاء، وتحاول وضع أهداف وإجراءات تترجم رؤية الشركة وتخصص جزءا من موارد الشركة لدعم ومساندة الأعمال التي يؤديها أفرادها. أن ذكاء الاعمال البيئي تستطيع أن تقع المرؤوسين بأنهم يستحقون النجاح الذي يسعون اليه، وتنشئ قنوات معلوماتية تتناسب مع توجه الشركة فظلا عن مساهرة المعلومات التي تعيشها هذه القنوات، وتشجيع المرؤوسين على التعليم الفاعل يجعله وسيلة لبناء المهارات الضرورية لديهم، وتعمل على تمويش الأفراد الأكفاء للقيام بمسؤوليات ذات أهمية كبيرة وتعتمد على نظام الحوافز المادية والمعنوية في التأثير على المرؤوسين بالإضافة على اعتمادها على سماتها الشخصية (الأمانة، الذكاء) والثقة بالنفس وخبراتها ومهاراتها (الفنية، الرشيدة والسلوكية) في التأثير عليهم، وتهتم بالعمل والعلاقات معا بدرجة كبيرة (أسلوب القائد المقنع) في قيادتنا .

اما الفقرات (22، 20، 17) فقد حققت أوساطا حسابية اقل من الوسط الفرضي للمقياس مما يشير إلى عدم اعتماد (ذكاء الاعمال البيئي في الشركة على نظام العقوبات المادية والمعنوية في التأثير على المرؤوسين بالإضافة إلى عدم اعتمادها على النظام الرسمي في التأثير عليهم) وأنها لا تهتم بالعمل والعلاقات معا بدرجة منخفضة (أسلوب القائد الفرضي في قيادتها).

(ب) المتغير الاستجابي (التابع) تحقيق الميزة التنافسية

تدرج فيما يأتي عرضا لفقرات الاستبانة كما وردت من حيث تسلسلها وعلى وفق مقياس الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف ودرجة اتفاق العينة والتوزيعات التكرارية لفقرات تطوير الاداء، كما يظهر في الجدول الاتي .

جدول (4): وصف تشخيص إجابات البحث المتغيرات تحقيق الميزة التنافسية للعينة (44)

فقرات متغير تحقيق الميزة التنافسية . . .	لا اتفاق تماما	اتفاق	لا اتفاق	اتفاق	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	عدد العينة
23	1	-	-	23	20	4.39	0.164	44
24	3	3	7	13	18	3.91	1.21	44
25	-	-	3	31	10	4.16	0.60	44
26	-	-	5	28	11	4.14	0.59	44
27	-	-	-	26	18	4.41	3.53	44
28	13	25	2	2	1.98	0.97	0.489	44
29	1	-	3	29	11	4.11	0.72	44
30	1	-	7	28	8	3.98	0.66	44
31	-	-	6	34	4	3.95	0.48	44
32	-	1	2	31	10	4.14	0.59	44
33	1	1	18	20	4	3.57	0.79	44
34	-	-	3	34	7	3.77	0.80	44
35	-	-	7	33	4	3.93	0.50	44
36	-	-	14	27	3	3.75	0.58	44
37	-	-	4	18	22	4.41	0.65	44
38	1	1	7	30	5	3.86	0.47	44
39	6	5	5	8	20	4.25	0.83	44
40	-	-	-	-	-	3.92	0.62	44

بالنظر من الجدول أن متغير تحقيق الميزة التنافسية بجميع فقراتها قد حققت وسط حسابيا بلغ (3.92) وهو اكبر من الوسط الحسابي للمقياس الحسابي للمقياس بنسبة جيدة، وانحراف معياري (0.62) ومعامل اختلاف (0.158) وبدرجة اتفاق أفراد العينة (78.4) وقد حققت جميع الفقرات (عدا الفقرات 28) على أوساط حسابية عالية مما يشير إلى ذكاء الاعمال البيئي في الشركة العامة للصناعات الالكترونية

وتتبنى عمليات التغيير والتكيف لأي مؤثرات التي تحدث في البيئة الخارجية وتشجيع المروسين في عمليات التحديد وتحقيق الميزة التنافسية والشعور بالمال من تكرار الإجراءات المتبعة في إنجاز العمل، وتقلد الآخرين في حل المشكلات التي تعترض العمل، وتبذل أكثر من فكرة خلال فترة زمنية قصيرة بتلقائية ويسر، والفرض على معرفة الرأي المخالف للإفادة منه، ومعرفة أوجه الضعف والقصور في العمل. وتحتاج إلى تعليمات مفصلة عند التكليف بمهام عمل جديدة، وتردد في تغيير موقفها عند اتساعها بعد صحتها، أما الفقرة (28) فقد حققت وسطاً حسابياً أقل من الوسط الفرضي للمقياس، مما يشير إلى أن ذكاء الأعمال البيئي في الشركة لا تحصل على مخلات (موارد وبشرية ومادية وأخرى) ذات جودة منخفضة.

ثانياً: اختبار فرضية البحث

أحليل علاقة الارتباط بين ذكاء الأعمال البيئي في تحقيق الميزة التنافسية.

بوضع الجدول (5) مضمونة الارتباط التي تظهر فيها العلاقة بين المتغير (المستقل) ذكاء الأعمال البيئي والمتغير (التابع) تحقيق الميزة التنافسية وتبين أن هناك علاقة ذات دلالة معنوية وقوية بين المتغيرين إذ بلغت قيمة (t) المحسوبة (10.544) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 2.194 تحت مستوى معنوية (0.01) أي بدرجة ثقة (0.95) ودرجة حرية (42). وقد بلغت قيمة الارتباط (0.852) وهو ارتباط ايجابي قوي يؤيد صحة وثبات الفرضية الرئيسية التي تصف على (توجد علاقة ارتباط معنوية بين ذكاء الأعمال البيئي وتحقيق الميزة التنافسية).

وتشير هذه العلاقة إلى أنه كلما كانت ذكاء الأعمال البيئي في الشركة تمتلك مصادر القوة اللازمة للنجاح في عمليات وتستطيع التأثير على المروسين من خلال المهارات المتعددة. فإن ذلك سينعكس على تحقيق تحقيق الميزة التنافسية بدرجة أكبر.

جدول (5): العلاقة الارتباط بين ذكاء الأعمال البيئي وتحقيق الميزة التنافسية $n=44$

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط	قيمة t المحسوبة	مستوى المعنوية	قيمة f الجدولية	قيمة t الجدولية	نوعية الدلالة
ذكاء الأعمال البيئي	تطوير الاداء	0.852	10.544	0.01	2.002	2.194	المعنوية

(ب) تحليل أثر ذكاء الأعمال البيئي في تطوير الاداء.

يوضح الجدول (6) نتائج تحليل الانحدار بين ذكاء الأعمال البيئي وتحقيق الميزة التنافسية، ويلاحظ إن هناك تأثير ذو دلالة معنوية للاستراتيجيات الناجحة في تحقيق تطوير الاداء، إذا بلغت قيمة (F) المحسوبة (11.167) وهي أكبر من قيمتها الجدولية 2.002 تحت مستوى معنوية (0.05). أي بدرجة ثقة (0.95) ودرجة حرية (42) ومن الملاحظ معامل بين (B) والبالغ (0.469) والذي يشير إلى أن تغيير وحدة واحدة في ذكاء الأعمال البيئي يصاحب تغير (0.489) في تحقيق الميزة التنافسية. وبذلك هذه الأهمية ذكاء الأعمال البيئي الناجحة في تحقيق تحقيق الميزة التنافسية. إما قيمة معامل التحديد (R^2) فقد بلغ (0.726) وهي نسبة عالية تشير إلى أن ما مقداره 72.6% من التباين الكلي الحاصل في تطوير الاداء. تتحد من خلال ذكاء الأعمال البيئي، وأن النسبة المتبقية البالغة (27.4%) تمثل نسبة تأثير متغيرات أخرى غير معروفة ومن الملاحظ قيمة الحد الثابت لمنحني الانحدار (a) والذي يشير إلى قيمة المتغير التابع إذا كانت قيمة المتغير المستقل، وهو يختلف عن قيمته الصفر مما يعني وجود علاقة جيدة بين ذكاء الأعمال البيئي وتحقيق الميزة التنافسية ولهذا تتأثر صحة الفرضية الرئيسية (وجود علاقة الارتباط وأثر معنوية بين ذكاء الأعمال البيئي الناجحة وتحقيق تحقيق الميزة التنافسية).

جدول (6): تحليل الانحدار البسيط بين ذكاء الأعمال البيئي وتحقيق الميزة التنافسية ($n=44$)

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل التحديد R^2	قيمة F	قيمة معامل B	قيمة A	قيمة t	مستوى المعنوية
تدريب الموارد البشرية	تطوير الاداء	72.6%	11.167	0.469	1.932	10.344	0.05

المبحث الرابع الاستنتاجات والتوصيات

أولاً : الاستنتاجات

- تسعى الشركة المبحوثة الى تحمل مسؤوليتها اتجاه المجتمع من خلال تحسين والتطوير المستمر للخدمات المقدمة وقيامها بالتواصل بين مختلف اقسام الشركة لكي لا تعاني من ضعف في التحليل العلاقة الحالية مع الزبائن والمخرجات لتطوير الخدمات المقدمة وتوفير دليل الجودة يتضمن مشاريع التحسين والتطوير لتنفيذها.
- يمتلك الشركة العامة للصناعات الكثرونية راس مال بشري مؤهل ويمتلك قدرات ذهنية وابداعية لان الشركة تعتمد في مخلات التعيين على اسس علمية من حملة الشهادات العليا والبيكالوريوس ولا تتوقف الشركة عند ذلك بل تساهم الشركة براس مالها البشري بالعديد من المؤتمرات والندوات بما يعزز مقدراتها المعرفية

٣. اظهرت نتائج البحث ان متغير ذكاء الاعمال البيئي حقق اعلى وسط حسابي مما يدل على نجاح هذا المتغير في الشركة
٤. اظهرت نتائج البحث ان متغير البحث ذكاء الاعمال البيئي له تأثير كبير على المتغير التابع (تحقيق الميزة التنافسية) في الشركة المبحوثة وخاصة عند قيمة الفجوة وقيمة t وهذا يدل على نجاح هذا التأثير في الشركة المبحوثة
٥. وجود ابعاد لتأثير الاجتماعي في الشركة المبحوثة ولكن هذا التأثير ليس كافياً لتحقيق اهداف الشركة
- ثانياً : التوصيات
١. فتح قنوات اتصال مباشرة او غير مباشرة مع الزبائن لمعرفة نوعية السلع والخدمات التي يرغب بها الزبون وكذلك نوعية التكنولوجيا والمعرفة التي يحتاجها في استخدام السلع المختلفة
٢. تراعي ادارة الشركة استقطاب دماء جديدة متخصصة لتحقيق ميزة الاداء المتطور والعمل المستمر على تطوير راس مالها البشري من خلال التدريب والمشاركة بالخبرات الاجنبية وكذلك التوأمة مع شركات اجنبية اخرى
٣. زيادة الاهتمام بذكاء الاعمال البيئي لان ذكاء الاعمال يمثل المزيج الفعال من الذكاء الطبيعي الذي تمثلته الانظمة والتركيبات والكائنات الحية في الطبيعة من جهة وذكاء الاعمال بوصفه القدرة على انشاء الفرص واستغلالها في الشركة والسوق من جهة اخرى
٤. توّمن بشكل كبير بأهمية تحقيق الميزة التنافسية باعتبارها بعد تنافسي وبالتالي تحقيق مناخ ملائم في الشركة
٥. اهتمام الشركة المبحوثة بتقليل الفارق الرسمي وذلك بعمل بروح الفريق وكذلك تحقيق المصلحة العامة للشركة وتجاوز المصلحة الشخصية

المصادر والمراجع

اولاً : العربية

- [1]- داركر بيتر، الادارة بالمهام، ترجمة اللواء محمد عبد الكريم، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٠
- [2]- علاّق، بشير عباس، مبادئ الادارة، وظائف وتطبيقات، الدار الجماهيرية للنشر، طرابلس ليبيا، 1990
- [3]- بوسنيّة، الصديق، سليمان الفارسي، منشورات اكااديمية الدراسات العليا، طرابلس ليبيا، ٢٠٠٣
- [4]- الخطيب، محمود، ادارة الموارد البشرية، مكتبة عين شمس، الاسكندرية، ٢٠٠٢
- [5]- راوية، محمد حسن، ادارة الموارد البشرية، الدار الجامعية، الاسكندرية، ٢٠٠٢
- [6]- لازم، يسرا ياسين، تطبيقات ادارة الموارد البشرية وتأثيرها في الاداء المنظمي "رسالة ماجستير، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، بحث غير منشور، (2007)
- [7]- الهاشم، ليلي، "الادارة الاستراتيجية في الاجهزة الحكومية" مقالة منشورة على الموقع www.aosfoc.org 2002
- [8]- قمر، خالد السعيد، الرقابة الاستراتيجية، كلية التجارة، جامعة حلون، (2006)

ثانياً :-المصادر الاجنبية

- [1]-lloyd, B and case j. (1998) open book management:A new Approach to leader ship and Organization,Development journal,volume 19(7) pp392
- [2]-carpenter , R (2004) : How to manage Radical Inn ovation ,California, management Review , vol./942, 4, summer
- [3]- Daft,R ,L(2003):management,Thomson south –weastren, Australia

ملحق (١): المحكمين الاستمارة الاستبانه

ت	الاسم	الغنوان الوظيفية	موقع العمل
١	ا.د سعد محمود الغزي	قسم ادارة الاعمال	الإدارة الاقتصادية / بغداد
٢	ا. د صلاح الدين الكبيسي	تدريسي/ادرة معرفة	الإدارة الاقتصادية / بغداد
٣	ا. د عبد السلام لفته	تدريسي /مالية ومصرفية	الإدارة و الاقتصادية / بغداد