



جمهورية العراق  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة كربلاء / كلية الإدارة والاقتصاد  
الدراسات العليا / قسم إدارة الأعمال  
الدبلوم العالي في إدارة مشاريع

## دور سلوك العمل الابداعي في تعزيز اليقظة الاستراتيجية

دراسة استطلاعية تحليلية لآراء عينة من مديري شركة الاتحاد للصناعات الغذائية المحدودة في محافظة بابل

تقدم به الطالب

**رحمن طاهر جابر الصالحي**

الى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة كربلاء  
وهو جزء من متطلبات نيل شهادة الدبلوم العالي في إدارة مشاريع

بإشراف

الأستاذ المساعد الدكتور

**احمد عبدالله امانة الشمري**

2021م

1442 هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ ۗ أُولَٰئِكَ  
الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ

صَدَقَ اللَّهُ الْعَلِيِّ الْعَظِيمُ

سورة الزمر الآية (18)

# الاهداء

- الهى لا يطيب الليل الا بشكرك .. ولا يطيب النهار الا بطاعتك .. ولا تطيبه اللحظات الا بذكرك .. ولا تطيب الآخرة الا بعفوك . الله جل جلاله
- الى من بلغ الرسالة وادى الامانة .. ونصح الامة .. الى نبي الرحمة ونور العالمين الرسول محمد صل الله عليه وآله وسلم .
- الى من بذلوا الغالي والنفيس وارتوت ارض العراق بدمائهم شهداء العراق جميعا .
- الى من كلفه الله بالمهيبة والوقتار .. الى من علمني العطاء بدون انتظار
- الى من احمل اسمه بكل افتخار .. ارجو من الله ان يرحمك .. كلماتك نجوم امتدي بها اليوم وفي الغد والى الابد . والدي العزيز رحمه الله .
- الى معني الحب والتفاني .. الى بسمه الحياة وسر الوجود .. الى من كان دعائنا سر نجاحي وحنانها بلسم جواحي الى امي الحبيبة رحمة الله .
- الى منارة العلم والعلماء الى الصرح الشامخ .. جامعة كربلاء
- الى الذين حملوا اقدس رسالة في الحياة .. اساتذتنا الأفاضل .

- الى رفيقة الكفاح التي لم تبتل بوقت او جمد لمساعدتي زوجتي العزيزة .
- الى جموع الاهل والاصدقاء .. اهدي اليكم ثمرة نجاحي ..

رحمن 

## شكر وثناء

الحمد لله حمداً كثيراً لا ينبغي لأحد سواه والصلاة والسلام على اشرف خلقه خاتم الأنبياء والمرسلين محمد الأمين وعلى اله وأصحابه أجمعين، وبعد:

لا يسعني بعد ان أنهيت السطور الأخيرة من هذا البحث أن اشكر رب العزة الملك القدوس، على رحمته وتوفيقه لي فالحمد لله أولاً وآخراً.

وبعد التوفيق من الله لإنجاز هذا البحث، لا يسعني إلا أن أتقدم بالشكر والعرفان إلى الأستاذ المشرف الأستاذ المساعد الدكتور احمد عبد الله امانة الشمري، لما بذله من جهود علمية ومعرفية في إنجاز البحث من خلال إبداء المشورة وإيصال المعلومة والتوجيهات الإرشادية العلمية القيمة التي أخرجت هذا الجهد المتواضع بما هو عليه الآن، فجزاه الله عني خير الجزاء.

والشكر موصول إلى السادة رئيس وأعضاء لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة البحث وتحملهم تقويم البحث والإغناء العلمي لمفرداتها فجزاهم الله عني خير الجزاء. كما يدعوني واجب الوفاء والعرفان ، ان أسجل شكري وتقديري الى كل من أسهموا في إنضاج شخصيتي العلمية... أساتذتي الذين اشرفوا على تدريسي في مرحلة الكورسات الدبلوم العالي كما اقدم شكري للسادة محكمي الاستمارة ، لما ابذوه من ملحوظاتهم القيمة التي كان لها الدور الكبير في انجاز هذا البحث.

كما أتقدم بخالص شكري الى الأساتذة المقوم العلمي والخبير اللغوي لبذلهما جهداً كبيراً لإخراج البحث بشكله النهائي علمياً ولغوياً.

وكما أتقدم بالشكر الجزيل الى زملائي في الدراسة والى كل من ساندني ودعمني ولو بالكلمة فلهم مني كلّ الوفاء والإخلاص وكذلك جزيل الشكر والتقدير .

ومن الله التوفيق

## المستخلص

هدف البحث الحالي الى اختبار العلاقة بين سلوك العمل الابداعي بأبعاده ( توليد الفكرة، ترويج الفكرة ، تنفيذ لافكرة ) واليقظة الاستراتيجية بأبعادها ( اليقظة التكنولوجية ، اليقظة التنافسية ، اليقظة التسويقية ، اليقظة البيئية) وقد لخصت المشكلة بمجموعة من التساؤلات الفكرية والعملية للباحث والتي كان من اهمها ، هل هناك علاقة بين سلوك العمل الابداعي واليقظة الاستراتيجية بأبعادها؟. وقد صُمم مخطط فرضي يبين العلاقة بين متغيرات البحث الحالي وابعاده الفرعية وفق مقاييس اجنبية جاهزة، اذ جرى بناء الفرضيات لتوضح مستوى وطبيعة العلاقة بين سلوك العمل الابداعي واليقظة الاستراتيجية في شركة الاتحاد للصناعات الغذائية المحدودة. واعتمدت استمارة استبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات من عينة بلغت (72) من الموظفين في الشركة مجتمع البحث.

وقد اعتمد الباحث على البرنامج الاحصائي (SPSS V.25) وبرنامج (Smart PLS V.20) لتحليل ومعالجة البيانات والمعلومات المتعلقة بالبحث اذ اعتمد (الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، مستوى الاجابة، شدة الاجابة، الاهمية النسبية) للوصف الاحصائي، و (معامل الارتباط البسيط ، ومعادلة النموذج الهيكلية، في اختبار الفرضيات .

وتوصل الباحث من خلال البحث الى عدة استنتاجات كان من اهمها (ان ابعاد سلوك العمل الابداعي ترتبط وتؤثر بدلاله معنوية بمتغير اليقظة الاستراتيجية في الشركة مجتمع البحث) واستناداً على تلك الاستنتاجات قدم الباحث عدة توصيات اهمها ضرورة توفير مناخ ملائم يدعم سلوكيات العاملين الابداعية في الاعمال المناطة اليهم عن طريق تشجيع الابداع والابتكار واكتساب المعرفة من خلال تنوع مصادرها وامكانية تطبيقها في اعمالهم. وكانت في جلها الغالب ما اسفرت عنه الاستنتاجات التطبيقية للبحث.

**الكلمات المفتاحية:** سلوك العمل الابداعي ، اليقظة الاستراتيجية .

## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات	جت
أ	الإهداء	١
ب	الشكر والثناء	٢
ج	المستخلص	٣
د	قائمة الجداول	٤
هـ	قائمة الأشكال وقائمة الملاحق	٥
و	قائمة المحتويات	٦
١	المقدمة	٧
١٠ - ٢	الفصل الاول / الاطار المنهجي للبحث وبعض الدراسات السابقة	٨
٨ - ٢	المبحث الاول : الاطار المنهجي للبحث	٨.١
١٠ - ٩	المبحث الثاني : بعض الدراسات السابقة	٨.٢
٢٢ - ١١	الفصل الثاني / الاطار النظري للبحث	٩
١٦ - ١١	المبحث الاول : سلوك العمل الابداعي	١٠
١٢ - ١١	اولاً : مفهوم سلوك العمل الابداعي.	١٠.١
١٣	ثانياً : اهمية سلوك العمل الابداعي	١٠.٢
١٤	ثالثاً : عناصر سلوك العمل الابداعي	١٠.٣
١٦ - ١٥	رابعاً : ابعاد سلوك العمل الابداعي.	١٠.٤
٢١ - ١٧	المبحث الثاني : اليقظة الاستراتيجية	١١
١٨ - ١٧	اولاً : مفهوم اليقظة الاستراتيجية	١١.١
١٩ - ١٨	ثانياً : خطوات اليقظة الاستراتيجية	١١.٢
٢٠ - ١٩	ثالثاً : أهمية اليقظة الاستراتيجية	١١.٣
٢١ - ٢٠	رابعاً : أبعاد اليقظة الاستراتيجية	١١.٤
٤١ - ٢٣	الفصل الثالث / الجانب التطبيقي للبحث	١٢
٣٠ - ٢٣	المبحث الاول : بناء واختبار وحدة القياس	١٣
٢٣	اولاً : الترميز والتوصيف ( ترميز متغيرات البحث وابعادها)	١٣.١
٣٠ - ٢٤	ثانياً : تقييم نموذج القياس	١٣.٢
٣٥ - ٣١	المبحث الثاني : الوصف الاحصائي : عرض نتائج الدراسة وتحليلها وتفسيرها	١٤
٣٢ - ٣١	اولاً : متغير سلوك العمل الابداعي	١٤.١
٣٥ - ٣٣	ثانياً : متغير اليقظة الاستراتيجية	١٤.٢
٤١ - ٣٦	المبحث الثالث : اختبار الفرضيات	١٥
٣٧ - ٣٦	اولاً : اختبار علاقات الارتباط بين متغيرات البحث	١٥.١
٤١ - ٣٨	ثانياً : اختبار فرضيات التأثير بين متغيرات البحث	١٥.٢
٤٣ - ٤٢	الفصل الرابع / الاستنتاجات والتوصيات	١٦
٤٢	المبحث الاول : الاستنتاجات	١٧
٤٣	المبحث الثاني : التوصيات	١٨
٥٠ - ٤٤	المصادر	١٩
	الملاحق	٢٠

فهرس الجداول		
الصفحة	عنوان الجدول	ت
٥	المعلومات العامة لعينة البحث بحسب النوع الاجتماعي	١
٦	المعلومات العامة لعينة البحث بحسب العمر	٢
٦	المعلومات العامة لعينة البحث بحسب التحصيل العلمي	٣
٧	المعلومات العامة لعينة البحث بحسب سنوات الخدمة	٤
٧	المعلومات العامة لعينة البحث بحسب عدد الدورات المشارك بها	٥
٧	المعلومات العامة لعينة البحث بحسب الموقع الوظيفي	٦
٩	بعض الدراسات السابقة العربية والاجنبية الخاصة بمتغير سلوك العمل الابداعي	٧
١٠	بعض الدراسات السابقة العربية والاجنبية الخاصة بمتغير اليقظة الاستراتيجية	٨
٢٣	الترميز والتوصيف للأبعاد الفرعية لمتغيرات البحث الرئيسة	٩
٢٥	معايير تقييم أنموذج القياس	١٠
٢٦	نتائج تقييم أنموذج القياس لمتغير سلوك العمل الابداعي	١١
٢٧	نتائج تقييم أنموذج القياس لمتغير اليقظة الاستراتيجية	١٢
٢٨	نتائج اختبار عدم تداخل الأبعاد لمتغير سلوك العمل الابداعي بتقنية (Variable correlations–Root Square of AVE)	١٣
٢٩	اختبار استقلالية الفقرات لمتغير سلوك العمل الابداعي بتقنية (Cross Loading)	١٤
٢٩	نتائج اختبار عدم تداخل ابعاد اليقظة الاستراتيجية بتقنية (Variable correlations–Root Square of AVE)	١٥
٣٠	اختبار استقلالية الفقرات الاستراتيجية بتقنية (Cross Loading)	١٦
٣١	تصنيف فئات الوصف الاحصائي	١٧
٣٢	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الاجابة لأبعاد سلوك العمل الابداعي	١٨
٣٥-٣٤	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الاجابة لأبعاد اليقظة الاستراتيجية	١٩
٣٦	تصنيف مستويات علاقات الارتباط	٢٠
٣٧	مصفوفة معاملات الارتباط بين سلوك العمل الابداعي وابعاده و متغير اليقظة الاستراتيجية	٢١
٣٩	تقديرات إنموذج التأثير بين متغير سلوك العمل الابداعي و متغير اليقظة الاستراتيجية	٢٢
٤١	تقديرات إنموذج التأثير بين ابعاد سلوك العمل الابداعي و اليقظة الاستراتيجية	٢٣



فهرس الاشكال		
الصفحة	الشكل	ت
٤	مخطط البحث الفرضي	١
٢٥	انموذج القياس لمتغير سلوك العمل الابداعي	٢
٢٧	انموذج القياس لمتغير اليقظة الاستراتيجية	٣
٣٩	المسار الانحداري الخاصة بالفرضية الرئيسية الثانية وفق اسلوب نمذجة المعادلة الهيكلية	٤
٤١	المسار الانحداري الخاص بالفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الثانية وفق اسلوب نمذجة المعادلة الهيكلية	٥

فهرس الملاحق	
الملاحق	ت
جدول احتساب العينة	١
استبانة البحث	٢
اسماء السادة محكموا استبانة البحث	٣

## المقدمة

يتميز العصر الزاهن بتزايد سرعة ايقاع الابتكارات وظهور منتجات جديدة مع قصر شديد في دورة حياتها فالزبون لم يعد يقف عند حاجة معينة ، ولا يرضى بإشباعها عند اول سلعة يراها في ظل التطورات التي يشهدها عالم الاعمال المعاصر من احتدام شدة المنافسة ، والتطور السريع في التكنولوجيا والعمليات الابتكارية ، اذ اصبح من الضروري على المنظمات النجاح واستدامة نشاطها للقيام بإنتاج سلع جديدة مبتكرة لإرضاء الزبائن وتلبية رغباتهم ومواجهة المنافسة المتزايدة ، عن طريق تبني اساليب جديدة تتلاءم مع طبيعة المرحلة ، اذ يعد التجديد والابداع المحور الاساسي لهذه الاساليب ومع انفتاح الاسواق وتزايد المنافسة العالمية زادت اهمية الابتكار .

اذ تؤكد الخبرة التاريخية ان اي منظمة مهما كانت امكانياتها او قدراتها لا تستطيع المحافظة على موقعها التنافسي في السوق اذ اعتمدت الاساليب والسياسات التقليدية في عصر الثورة التكنولوجية والعولمة الاقتصادية ، اذ لابد للمنظمات لكي تبقى في ساحة التنافس ان تعتمد الابتكار الذي يعتبر أحد اهم الركائز لبناء وتعزيز القدرة التنافسية لهذه المنظمات، اذ يمكنها من تقديم تيارات مستمرة ومتدفقة من المنتجات الجديدة وانتاج منتجات عالية الجودة. ومن هنا برزت اهمية تعزيز اليقظة الاستراتيجية في اطار عالم الاعمال الديناميكي التي تعمل فيه الشركات في وقتنا الحالي. لذي سعى الباحث الى تعميق منهج نظري وتطبيقي لتحديد طبيعة العلاقة بين سلوك العمل الابداعي ، وأبعاد اليقظة الاستراتيجية على مستوى المنظمات الصناعية العراقية ، ومدى انعكاساتها في تحسين جودة السلع المقدمة من قبلها .

واستناداً لما تقدم ، فقد تمثل البحث في أربعة فصول ، يشمل الأول منه ، المنهجية والدراسات السابقة في مبحثين ، ويتناول الفصل الثاني ، الجانب النظري للبحث في مبحثين ، أما الفصل الثالث فقد خصص للجانب التطبيقي للبحث في ثلاث مباحث رئيسة ، بينما تناول الفصل الرابع أهم الاستنتاجات والتوصيات ضمن مبحثين .

**الفصل الأول**  
**الاطار المنهجي للبحث**  
**وبعض الدراسات السابقة**

**المبحث الأول: الاطار المنهجي للبحث**  
**المبحث الثاني: بعض الدراسات السابقة**

## الفصل الأول

### الإطار المنهجي للبحث وبعض الدراسات السابقة

تمهيد :

يناقش هذا الفصل مرتكزين رئيسين من مرتكزات البحث العلمي وهما منهجية البحث وبعض الجهود العلمية والفكرية ذات العلاقة بمتغيرات البحث، وعلى وفق مبحثين وكما يأتي:

#### المبحث الأول

#### الجانب المنهجي للبحث

توطئة :

حاول الباحث في هذه الفقرة التعرف على مشكلة البحث الرئيسة وأهم تساؤلاته مع توضيح الأهمية العلمية والتطبيقية له وأهدافه التي يسعى إلى تحقيقها ، مع محاولة الباحث توضيح علاقات الارتباط والتأثير بين متغيراته الرئيسة وإبعاده الفرعية في النموذج الفرضي للبحث ومن ثم صياغة الفرضيات الرئيسة والفرعية للبحث، فضلاً عن التعرف على أهم الأدوات والمقاييس المعتمدة في جمع وتحليل البيانات وأخيراً توضيح بعض خصائص العينة المبحوثة .

ولاً: مشكلة البحث

شهد العالم ، في العقود الماضية تطورات وتغيرات عميقة وشاملة وسريعة في أسلوب الحياة، فرضت على الإدارة تحديات لا بد من مواجهتها فهناك حاجة إلى إدارة تهجر التقليد وتتعامل مع التغيير عبر سلوك إبداعي قادر على تعزيز التنافس واستمرار بقائها ونموها في ظل هذه الظروف. والقطاع الصناعي في العراق ليس بمنأى عن تلك الضغوط التي جعلت من الشركات الصناعية تعيش حالة من التناقض يعود بعضها إلى حاجة تلك الشركات لممارسة انشطتها التقليدية، فضلاً عن رغبتها في استكشاف الفرص الجديدة التي تتيح لها المتاجرة بسلعها. والسؤال الأساس الذي يثار هنا ينصب في مدى إمكانية سلوكيات العمل الإبداعية التي يجب أن يظهرها العاملون في تعزيز اليقظة الاستراتيجية للشركات والتي تعد المحرك الأساس للنجاح التنافسي الذي تسعى الشركات إلى تحقيقه؟ وتتجلى المشكلة بشكل أكثر وضوحاً عن طريق التساؤلات الآتية :

١. ما مستوى السلوك الإبداعي لدى العاملين في الشركة مجتمع البحث؟

٢. ما مدى توفر هذه الأبعاد لدى موظفي الشركة مجتمع البحث؟

٣. هل توجد علاقة بين سلوك العمل الإبداعي واليقظة الاستراتيجية في الشركة مجتمع البحث؟ وما

طبيعة تلك العلاقة؟

٤. هل يمكن توظيف سلوكيات العمل الإبداعي في ميدان تعزيز اليقظة الاستراتيجية للعاملين في الشركة

مجتمع البحث؟

### ثانياً: أهمية البحث:

بصفة عامة أن أهمية هذا البحث تكمن أساساً في إبراز دور سلوك العمل الابداعي كعامل أساس لاكتشاف وجمع المعلومات عن بيئة الشركة الداخلية والخارجية و لخلق المعرفة التي يمكن استثمارها في تعزيز اليقظة الاستراتيجية، والتي تعد ضرورة ملحة وسمة معاصرة لأي شركة تعمل في بيئة يمكن وصفها بأنها مليئة بفرص استثمارية ذات عوائد مضمونة وتنتسم بطلب متجدد ومرغوب فيه لأغلب فئات المجتمع العراقي هذا من جهة، ومن جهة اخرى انه يسלט الضوء على أهمية دور القطاع الخاص في حلّ ازمات تلوح بالأفق القريب لمختلف المجالات ومنها القطاع الصناعي ودوره في تدعيم ركائز التنمية الاقتصادية. كما يستمد هذا البحث اهميته من النقاط الآتية:

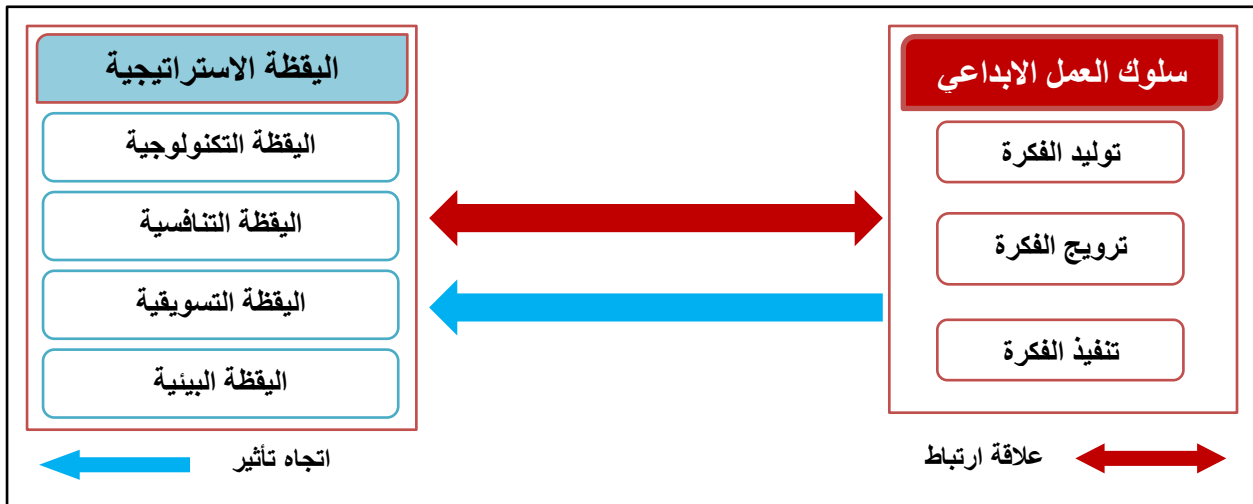
١. إبراز مفهوم سلوك العمل الابداعي كعملية عقلية وسلوكية تؤدي إلى حلول وأفكار، ومنتجات تتصف بالتفرد والحدائثة.
٢. إبراز أهمية اليقظة الاستراتيجية كأداة إدارية حديثة تعمل على تحقيق السبق وتوفير مزايا تنافسية وخلق وتطوير العمليات الإبداعية.

### ثالثاً: أهداف البحث:

- يتجسد الهدف الرئيس لهذا البحث في اختبار طبيعة ونوع العلاقة لتبني سلوكيات العمل الابداعية في تعزيز اليقظة الاستراتيجية للعاملين في الشركة مجتمع البحث ، ومنه تشتق أهداف فرعية هي :-
١. الكشف عن مدى توافر سلوكيات العمل الابداعي لدى موظفي الشركة مجتمع البحث.
  ٢. الكشف على مدى تمتع الشركة مجتمع البحث باليقظة الاستراتيجية وابعادها.
  ٣. اختبار علاقة الارتباط بين سلوك العمل الابداعي واليقظة الاستراتيجية للشركة مجتمع البحث.
  ٤. اختبار اتجاهات التأثير لسلوك العمل الابداعي في اليقظة الاستراتيجية للشركة مجتمع البحث.
  ٥. إبراز الدور المحتمل الذي يؤديه سلوك العمل الابداعي في تعزيز اليقظة الاستراتيجية.
  ٦. التعرف على واقع سلوك العمل الابداعي بالمنظمة الصناعية العراقية في ظل التحديات العالمية والانفتاح الاقتصادي وتبني الحكومة لمنهج اقتصاد السوق .

### خامساً. المخطط الفرضي للبحث:

يمثل مخطط البحث الفرضي مجموعة من العلاقات المنطقية والتي يمكن ان تكون في هيئة كمية او كيفية وعن طريق جمعها معاً تتكون الملامح الرئيسية للواقع الذي تهتم به. (Rivett,1992)، وهو تصوير ميسر يوضح عدداً من الأبعاد، أو مجموعة من المتغيرات ذات العلاقة، والتي يمكن قياسها على الرغم من اختلافها في الأهمية بالنسبة للمنظمات، وتتكون هذه المتغيرات من: مغيرات تفسيرية ذات تأثير سببي على بقية المتغيرات، ومتغيرات استجابية تحدث تبعاً لظاهرة معينة. (Daft,2001:17) لذا تضمن هذا الشكل المتغير المستقل (سلوك العمل الابداعي) بأبعاده (توليد الفكرة، ترويج الفكرة ، تنفيذ الفكرة) والمتغير المعتمد (اليقظة الاستراتيجية) بأبعاده (اليقظة التكنولوجية، اليقظة التنافسية، اليقظة التسويقية، اليقظة البيئية).



### الشكل (1) مخطط البحث الفرضي

المصدر: من إعداد الباحث استناداً الى الأدبيات

سادساً: فرضيات البحث: افترض الباحث الفرضيات الآتية في معالجة مشكلة البحث وكالاتي :

١. الفرضية الرئيسية الاولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين سلوك العمل الابداعي واليقظة

الاستراتيجية بأبعاده، وانبنقت عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين توليد الفكرة واليقظة الاستراتيجية بأبعاده.
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين ترويج الفكرة واليقظة الاستراتيجية بأبعاده.
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تنفيذ الفكرة واليقظة الاستراتيجية بأبعاده.

٢. الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لسلوك العمل الابداعي في اليقظة الاستراتيجية

، وانبنقت عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

- يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لتوليد الفكرة في اليقظة الاستراتيجية.
- يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لترويج الفكرة في اليقظة الاستراتيجية.

■ يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لتنفيذ الفكرة في اليقظة الاستراتيجية.

سابعاً: مجتمع البحث وعينته:

أ. **مجتمع البحث:** مثلت شركة الاتحاد للصناعات الغذائية المحدودة مجتمعاً للبحث ، اذ جرى انتخاب هذه الشركة لأن منتجاتها هي الخيار الاول للمستهلك وذلك عن طريق تقديمها لمنتجات عراقية مصنعة محلية وذات جودة عالية تجعلها تستحوذ رضا وثقة عملائها بأن "تصنع الثقة" في نفوسهم تجاه منتجاتها، ولكونها تمثل في الظرف الراهن البيئة الاكثر ملاءمة لاختبار فرضيات البحث وذلك بسبب ان العنصر البشري واقعاً تحت تأثير الادارة الرشيدة للشركة التي تعد المعقل الرئيس لبناء القدرات الابداعية والمهارات وتطوير اداء الفرد في الشركة ، علما ان مجتمع الدراسة قد بلغ (96).

ب. **عينة البحث:** جرى إختيار عينة قصدية شملت عددا من العاملين ضمن مجتمع البحث ، اذ بلغ عدد الاستبانات الموزعة (96) استبانة ، اما الاستمارات المسترجعة والصالحة للتحليل الاحصائي كانت (72) استناداً الى (Krejcie&Morgan,1970:607-610) انظر الى الملحق(1).

ثامناً: حدود البحث المكانية والزمنية: وتشمل الفقرات الآتية:

١. **الحدود المكانية:** جرى تطبيق البحث في شركة الاتحاد لصناعات الغذائية المحدودة/ مصنع تكرير السكر. الواقعة في مدينة بابل. لغرض إجراء الجانب الميداني، وقد تم اختيارها كونها أسهمت في دعم ركائز الاقتصاد الوطني في العراق الجديد وذلك عن طريق توفير سلعتين مهمتين في داخل البلاد (السكر والزيوت النباتية) بجودة عالية والأسهام في توفير العملة الصعبة فضلاً عن الاسهام في التخفيف من البطالة والى مزيد من فرص العمل، وبما تتمتع به من سمعة طيبة ومقبولة في مجال اعمالها.

٢. **الحدود الزمانية:** إمتدت الحدود الزمنية للبحث للمدة الواقعة بين (منتصف تشرين الثاني/2020) ولغاية ( 18 / 1/2021 ).

تاسعاً: وصف خصائص العينة:

١. **النوع الاجتماعي:** يوضح جدول(1) ان نسبة الذكور هي السائدة في الشركة مجتمع البحث، اذ بلغت نسبتهم المئوية(100%) مقابل (0%) للإناث ، وهذا قد يعود الى طبيعة الانشطة التي تمارسها الشركة وجل العمليات الانتاجية التي تتضمنها والتي تكون اقرب بكثير للذكور مقارنةً بالإناث.

الجدول (1) / المعلومات العامة لعينة البحث بحسب النوع الاجتماعي

انثى		ذكر	
النسبة	العدد	النسبة	العدد
0%	0	100%	72

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبانة.

٢. الفئات العمرية: يشير جدول (2) الى ان نسبة (75%) من افراد العينة هم ضمن الفئة العمرية (21-30) سنة وهذا يشير الى تمتع هذا الجزء من العينة بالشبابية ذات المعنوية العالية والاندفاع والرغبة في العمل بشكل كبير، بينما تقع اعمار (19%) من افراد العينة ضمن الفئة العمرية (40 - 31) سنة و(6%) ضمن الفئة العمرية (50 - 41)، إذ أن هذه الفئات تتمتع بالحيوية في مجال العمل فضلاً عن قدرتهم التشخيصية على تمييز مستوى متغيرات البحث ميدانيا ودقة التعبير عن واقعيتها مما يؤشر امكانية الاعتماد عليها اجمالاً.

الجدول (2) المعلومات العامة لعينة البحث بحسب العمر

61 فأكثر		51-60		41 - 50		31 - 40		21-30	
العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
0	0%	0	0%	4	6%	14	19%	54	75%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبانة.

٣. التحصيل الدراسي(المؤهل العلمي) : نلاحظ من جدول(3) أن نسبة (90%) من أفراد العينة حاصلين على شهادة البكالوريوس، بينما نسبة (4%) منهم حاصلين على شهادة الدبلوم العالي، أما الحاصلون على شهادات الدبلوم والماجستير فقد بلغت نسبتهم (3%) من افراد العينة. وهذه النسب تدل على ان أغلب الافراد المبحوثين حاصلون على شهادات جامعية ومؤهلات جيدة ما يكون له تأثير واضح في بناء تصورات علمية ودقيقة عن تشخيص مستوى متغيرات البحث وادراكهم لها.

الجدول (٣) المعلومات العامة لعينة البحث بحسب التحصيل العلمي

دكتوراه		ماجستير		دبلوم عالي		بكالوريوس		دبلوم	
العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
0	0%	2	3%	3	4%	65	90%	2	3%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبانة.

٤. سنوات الخدمة : يشير جدول(٤) الى وجود نسبة (71%) من افراد العينة من الذين لديهم مدة خدمة تتراوح من(1-5) سنوات، وأن نسبة (29%) من افراد العينة لديهم خدمة من (10-6) سنة، وهذا يعني أن العينة تمتلك مستوى متوسط من الخبرة والكفاءة والمعرفة الميدانية بعمليات الشركة نتيجة حداثة تأسيس الشركة وهذا بدوره يسعف اجاباتهم ومدى ادراكهم لفهم فقرات الاستبانة.



الجدول (4) المعلومات العامة لعينة البحث بحسب سنوات الخدمة

31 فأكثر		30-21		20-16		15-11		10-6		1 - 5	
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	29%	21	71%	51

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبانة.

#### ٥. الدورات التدريبية:

يشير جدول (٥) إلى أن نسبة (65%) من أفراد العينة اشتركوا بدورات تدريبية تتراوح ما بين (1-3) دورات وهي النسبة الأكبر، في حين بلغت نسبة (17%) من أفراد العينة لم يشتركوا بدورات تدريبية ، كما ان نسبة (14%) من أفراد العينة اشتركوا بدورات تدريبية تتراوح ما بين (4-6) دورة ، في حين بلغت نسبة (3%) من أفراد العينة اشتركوا بدورات تدريبية تتجاوز الـ(10) دورات وهذا يعطي مؤشراً واضحاً بأن ادارة الشركة مجتمع البحث تهتم بتطوير ملاكها الوظيفي وتنمي مهاراتهم وتزيد من خبراتهم في مجال عملهم ذو الطابع التقني والاداري ما يدعم اختيارها كمجال تطبيقي للبحث الحالي.

الجدول (٥) المعلومات العامة لعينة البحث بحسب عدد الدورات المشارك بها

لا يوجد		10 فأكثر		7-9		4-6		1-3	
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
17%	12	3%	2	1%	1	14%	10	65%	47

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبانة.

#### ٦. الموقع الوظيفي:

يشير جدول (٦) الى أن نسبة (17%) من أفراد العينة يتولون منصب رئاسة قسم في الشركة مجتمع البحث، في حين بلغت نسبة (28%) من أفراد العينة يشغلون منصب مدير شعبة فيها ، كما أن نسبة (55%) من افراد العينة يتولون مسؤولية وحدات إدارية وفنية و انتاجية وخدمية ، وهذا يدل على اتساع حجم الشركة وتخصص اعمالها الإدارية والفنية والانتاجية وهذا يعطي مؤشراً واضحاً بأن ادارتها متنوعة الملاك الوظيفي وذات مهاراتهم وخبراتهم في تخصصات متعددة ما يدعم ادراكهم للأجابه على الاستبانة.

الجدول (٦) المعلومات العامة لعينة البحث بحسب الموقع الوظيفي

مسؤول وحدة		مدير شعبة		رئيس قسم	
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
55%	40	28%	20	17%	12

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبانة.

### عاشراً : أدوات البحث

استعملت أدوات عدة في جمع البيانات والمعلومات اللازمة لإتمام الجانب المعرفي والجانب التطبيقي للبحث وهي:

١. أدوات الإطار النظري: وتمثلت بالكتب والدوريات والبحوث والمجلات والرسائل والاطاريح.
٢. أدوات الإطار الميداني: وتمثلت باستمارة الاستبانة كأداة رئيسه للبحث للحصول على البيانات اللازمة انظر ملحق (٢)، وقد راعى الباحث في صياغتها البساطة والوضوح في تشخيص متغيرات البحث، فيما استخدم مقياس ليكرت الخماسي، كما تم عرضها على عدد من الاساتذة الافاضل من اجل تحكيمها انظر ملحق (3) لتحقيق الصدق الظاهري للمقياس.

### احد عشر : الاساليب والبرامج الاحصائية المستخدمة:

من اجل تشخيص مستوى متغيرات البحث واختبار فرضياته، تم اعتماد الاساليب الاحصائية الاتية

١. اختبارات الثبات والصدق لمقياس البحث
  - أ. ثبات الاتساق الداخلي من خلال اختبار الثبات المركب ومعامل كرونباخ الفا.
  - ب. ثبات المؤشر عن طريق قياس التشبع المعياري.
  - ت. الصدق التقاربي عن طريق قياس متوسط التباين المستخلص (AVE).
  - ث. الصدق التمييزي عن طريق اختباري استقلالية الفقرات ، وعدم تداخل الابعاد.
٢. الأساليب الإحصائية الوصفية: تستخدم للتحقق من تركز إجابات عينة البحث وتشتتها وهي (الوسط الحسابي الموزون، الانحراف المعياري).
٣. الأساليب الإحصائية التحليلية: وتتضمن بالآتي (معامل الارتباط البسيط ، معادلة النمذجة الهيكلية، معامل التفسير ( $R^2$ )، اختبار (F)، اختبار (t)، قيمة البيتا.
٤. البرامج الإحصائية المستخدمة:
  - أ- استخدم البرنامج الإحصائي (SPSS V.25) لمعالجة البيانات.
  - ب- استخدم البرنامج الإحصائي (Smart PLS V.20) لمعالجة البيانات.
  - ت- استخدم البرنامج الإحصائي (Microsoft Excel,2010) لمعالجة البيانات.



## المبحث الثاني بعض الدراسات السابقة

### توطئة

تعد الدراسات السابقة الركيزة الأساسية للدراسات اللاحقة ، ولعل جانباً مهماً لأهميتها هو الاطلاع على ما توصلت إليه الدراسات السابقة من المعرفة العلمية والفكرية والاستفادة منها في تنفيذ فكرة البحث ، علماً ان الباحث لم يجد في حدود امكانية بحثه عن الدراسات الرابطة أي دراسة جمعت بين متغيرات البحث لذا سنقوم بعرض بعض الدراسات السابقة لكل متغير من متغيرات البحث وكما يأتي:

أولاً: بعض الدراسات السابقة العربية والاجنبية الخاصة بمتغير سلوك العمل الابداعي

جدول (٧) / بعض الدراسات السابقة العربية والاجنبية الخاصة بمتغير سلوك العمل الابداعي

عبد الرحمن، 2018	الباحث والسنة
العلاقة بين السلوك الابداعي واستدامة الميزة التنافسية على الولاء التنظيمي - بالتطبيق على عينة من المصارف السودانية . (أطروحة دكتوراه)	عنوان الدراسة
التعرف على اثر السلوك الابداعي على الميزة التنافسية وقياس أثر العلاقة بين السلوك الابداعي والولاء التنظيمي و اختبار الدور الوسيط للميزة التنافسية في تلك العلاقة	هدف الدراسة
المنهج الوصفي التحليلي	اسلوب الدراسة
تكون من مجموعة من المصارف السودانية حيث بلغ حجم العينة (٣٩٠) .	المجتمع وعينة
١- توجد علاقة ايجابية بين السلوك الابداعي والولاء التنظيمي. ٢- توجد علاقة ايجابية بين السلوك الابداعي والميزة التنافسية .	النتائج
Zarnegarian,2020	الباحث والسنة
<b>Promoting Innovative Work Behavior through Human Resources Actions and Psychological Capital: Analysis of Mediating Role of Human Resources Flexibility</b> تعزيز سلوك العمل الابداعي من خلال أنشطة الموارد البشرية ورأس المال النفسي: تحليل الدور الوسيط لمرونة الموارد البشرية	عنوان الدراسة
تحليل التأثير لإجراءات الموارد البشرية ورأس المال النفسي في سلوك العمل الابداعي الدور الوسيط لمرونة الموارد البشرية	هدف الدراسة
دراسة وصفية تطبيقية	اسلوب الدراسة
تم استخدام طريقة أخذ العينات الملائمة لاختيار ٨٦ مديراً ليكونوا عينة إحصائية.	المجتمع وعينة
ان تصرفات الموارد البشرية ورأس المال النفسي ايجابية ومهمة وان التأثيرات على سلوك العمل الابداعي سواء بشكل مباشر أو من خلال الموارد البشرية المرنة.	النتائج

ثانياً: بعض الدراسات السابقة العربية والاجنبية الخاصة بمتغير اليقظة الاستراتيجية  
جدول (٨)/ بعض الدراسات السابقة العربية والاجنبية الخاصة بمتغير اليقظة الاستراتيجية

الباحث والسنة	حسين وحسين، 2018
عنوان الدراسة	ممارسات التفكير الرشيق لإدارة الموارد البشرية ودورها في تعزيز اليقظة الاستراتيجية للمنظمة
هدف الدراسة	مدى انعكاس ممارسات إدارة الموارد البشرية الرشيقة في تعزيز اليقظة الاستراتيجية للمنظمات.
اسلوب الدراسة	تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي
المجتمع وعينة	عدد من أعضاء هيئة التدريس العاملين في كلية جامعة الإسراء (١١٧)
النتائج	أن ممارسات التفكير العقلاني لإدارة الموارد البشرية تشكل أحد المحركات الرئيسية لجميع عمليات التنبيه الاستراتيجي في المنظمة .
الباحث والسنة	MAHMOOD et al., 2020
عنوان الدراسة	The Blind Spots Leadership and Its Effect in Achieving the Strategic Vigilance قيادة النقاط العمياء وأثرها في تحقيق اليقظة الاستراتيجية
هدف الدراسة	قياس وتشخيص متغيرات قيادة البقع العمياء وأثرها في تحقيق اليقظة الاستراتيجية.
اسلوب الدراسة	استخدام الأسلوب التحليلي
المجتمع وعينة	مدراء الأقسام في الجامعات الخاصة في كربلاء لعينة مكونة من (١٢٥)
النتائج	القيادة تتأثر في ضوء البقع العمياء وقلة المعلومة وهي اللازمة لاتخاذ القرار ، له تأثير كبير وسلبي في تحقيق اليقظة الاستراتيجية لجميع الجامعات العاملة في كربلاء.

لقد شكلت الدراسات السابقة الاساس الذي انطلق منه الباحث في بحثه الحالي وساهمت بشكل فعال في تعميق رؤيته وقناعاته بأهمية المتغيرات المبحوثة ، فضلا عن الافادة منها في تعزيز الجانب النظري للبحث واختيار المقياس المعتمد لتحديد الابعاد الفرعية، فضلاً عن الاساس الذي يمكن الاستناد اليه في تحديد حجم العينة المبحوثة ، والتعرف على اهم الادوات التي من الممكن استخدامها في تحليل بيانات البحث وتفسير نتائجه لمساعدة الباحث على اختيار الفرضيات الرئيسة والفرعية التي تضمنها البحث.

## الفصل الثاني

### الاطار النظري للبحث

المبحث الأول: سلوك العمل الابداعي

المبحث الثاني: اليقظة الاستراتيجية

المبحث الثالث: العلاقة بين متغيرات البحث

## المبحث الأول

### سلوك العمل الإبداعي

### Innovative Work Behavior

#### توطئة

يتناول هذا المبحث تحديد متضمنات فكرية لسلوك العمل الابداعي، وعلى وفق اطار نظري، في ضوء ما قدمته الدراسات السابقة، والبحوث التي اسهمت في وصف المفهوم والنظريات، وسيركز هذا التقديم الفكري للمبحث على خمس فقرات رئيسة وهي :

أولاً : مفهوم سلوك العمل الابداعي.

ثانياً : اهمية سلوك العمل الابداعي.

ثالثاً : عناصر سلوك العمل الابداعي.

رابعاً : ابعاد سلوك العمل الابداعي.

#### اولاً: مفهوم سلوك العمل الابداعي

لقد تعددت التعريفات الخاصة بالسلوك الإبداعي نتيجة الاهتمام المتزايد لدى المهنيين والأكاديميين بهذا الموضوع على حد سواء وانعكاساته على المنظمات وأداءها. وقد افرزت هذه الجهود في العقود الماضية للبحث في السلوك الابداعي ودراسة كل ما يتصل به مجموعة من المفاهيم، اذ أكد القذافي القدرة على إنتاج أو ابتكار أو اختراع أو تقديم شيء جديد وأصيل، حتى لو كان ذلك عن طريق إعادة طرح الأفكار القديمة في إطار جديد لم يسبق التفكير فيه من قبل أو لم يسبق تقديمها فيه (همد، 2016: 24) وهذا ما اكد عليه (Lee et al., 2016:322) بأنه تقديم منتج جديد أو تحسين جوهري للمنتجات والخدمات أو عملية جديدة أو طريقة تسويق جديدة أو طريقة تنظيمية جديدة في مجال الاعمال أو في العمل أو مكان العمل أو علاقات التعاون. ووفقاً لـ (Birdi et al.,2016:20) فإنه نتيجة لمجموعة شاملة من السلوكيات المرتبطة بإنشاء الفكرة ودعم الفكرة وتنفيذها. كما يعتقد بانه قدرة الفرد على إنتاج أفكار أصلية ومن المحتمل أن تكون مفيدة ، بما في ذلك عملية تطبيق تلك الأفكار الجديدة في الممارسة. وبهذا عرف بانه الطريقة التي يتعرف بها الفرد على المشكلة ويولد الأفكار أو الحلول وتضع مساراً لتنفيذ الحل المتصور (Waheed et al.,2016:369). كما انه عملية عقلية تؤدي إلى حلول وأفكار ومفاهيم وأشكال فنية ونظريات ومنتجات وخدمات تتصف بالتفرد والحدثة لتحقيق أهداف المنظمة.

(Zubair&Kamal,2017:38)

نلاحظ ما سبق أن الباحثين ركزوا في المفاهيم المطروحة على إسهام السلوك في حل المشكلات التي تواجه المنظمة وليس فقط تقديم منتجات جديدة. فيما نلاحظ من جانب آخر ان هناك باحثين عبروا عنه بمجموعة افعال وسلوكيات الغرض منها اكتشاف وتوليد الافكار ومن ثم تطبيقها وهذا ما اكد عليه(نعوم،٢٠١٧: ١١) وعبر عنه بأفعال فردية تمارس في بيئة العمل تشمل بذلك اكتشاف فرص وتوليد الأفكار الجديدة وبذل الجهد لتطبيقها". وان (رشيد ومزهر،٢٠١٧:١٣) يذهبان الى انه مجموعة الافعال والسلوكيات التي يؤديها الافراد ضمن المنظمة والمرتبطة بتوليد الافكار الجديدة وتحويلها الى منتجات وعمليات وإجراءات وطرائق عمل جديدة تماماً او بالاستفادة مما هو موجود منها سابقاً بطريقة تعد جديدة ضمن دور الوظيفة او المجموعة او المنظمة ككل لتحقيق المنفعة لها.

فالإبداع هو التنفيذ الناجح للأفكار الإبداعية. لذلك، يمكن تعريف سلوك العمل الابداعي على أنه نتائج واقتراحات العاملين وتنفيذ هذه الأفكار في المهام المتعلقة بالوظيفة والتي تفيد أداء المنظمات (Akram et al.,2018:187) ويرى بعض الآخر بانه ليس فقط إنتاج عدد كبير من الأفكار ولكن في حل المشكلات وتقديم منتجات وخدمات جديدة واستغلال الفرص وزيادة الفاعلية. (Sameer,2018:78) في حين اشار (الزبيدي ومهدي، ٢٠١٨: 334) إلى سلوك العمل الابداعي بانه توليد طرائق وأساليب جديدة لإنجاز الأعمال، وايجاد الحلول للمشكلة القائمة بشكل جديد وفريد. وعليه فإن السلوك الإبداعي يتمثل في قدرة العاملين على إحداث تغييرات متعمدة بغرض تحسين أداء المنظمة عن طريق إدخال أفكار جديدة وتنفيذها، عن طريق أنماط معينة لسلوك العاملين في مكان العمل، مثل تقبل النقد ووجهات النظر المختلفة ورفض ما هو خاطئ من تعليمات واجراءات، وطرح الأفكار الجديدة دون تردد خوفا من فشلها، ومحاولة إيجاد طرائق جديدة أكثر فاعلية لإنجاز العمل، وتطوير بدائل عديدة للتعامل مع المشكلات، واقتراح حلول ابتكاريه للمشكلات، وتطوير خطط وبرامج زمنية ملائمة لتنفيذ الأفكار(العولقي، ٢٠١٩: 231). في حين اشار (Saeed et al.,2019:107) بانه بناء متعدد الأبعاد يشمل جميع السلوكيات التي يسهم العاملون عن طريقها في العملية الابداعية.

وبناءً على ما تقدم فيمكن تعريف السلوك الابداعي اجرائياً بأنه مجموعة من المبادرات الفكرية والعملية الايجابية التي يبديها الفرد عن طريق امتلاكه القدرات اللازمة لإنتاج أفكار جديدة ومفيدة، والعمل على ترجمتها إلى الواقع والتي من شأنها تحسين الأداء الكلي للمنظمة.



## ثانياً: أهمية سلوك العمل الابداعي :

لقد باتت المنظمات تسعى إلى التطوير والابداع وتبحث عن الأفكار الخلاقة الابتكارية عن طريق العاملين المميزين لديها لمواكبة المطالبات التي تنادي بالتطوير أسوة بالمنظمات الدولية التي تقدم خدمات بمستوى عالٍ من الجودة والابداع الذي يؤدي بالمنظمات إلى تحقيق أهدافها بأعلى فاعلية وكفاءة، كما يسهم الابداع في تعزيز التواصل في المنظمة ويسهم في إيجاد الحلول للمشكلات التي تواجهها، وتوليد المعرفة الجديدة عن طريق العمل والتنظيم وإيجاد الحلول والبدائل ومن ثم فإن السلوك الابداعي للمنظمة يسمح لها بالتطور والاستمرارية ويمنحها القدرة على المنافسة، إذ أصبح السلوك الابداعي من مميزات المنظمات المتطورة (علي، 2016 : 316) ويمكن اجمال الايجابيات التي توفرها قدرة سلوك العمل الابداعي في التنظيمات على النحو الاتي: (همد، 2016 : 25 )

١. القدرة على الاستجابة لمتغيرات البيئة المحيطة، ما يجعل المنظمة في وضع مستقر إذ يكون لديها الاستعداد لمواجهة هذه التغيرات بشكل لا يؤثر في سير السياسات التنظيمية .
  ٢. تحسين خدمات التنظيم بما يعود بالنفع على التنظيم والفرد .
  ٣. الأسهم في تنمية القدرات الفكرية والعقلية للعاملين في التنظيم عن طريق إتاحة الفرصة لهم في اختبار تلك القدرات.
  ٤. الاستثمار الأمثل للموارد المالية عن طريق استخدام أساليب علمية تتواءم مع التطورات الحديثة.
  ٥. القدرة على إحداث التوازن بين البرامج الإنمائية المختلفة والإمكانيات المادية والبشرية المتاحة.
  ٦. حسن استثمار الموارد البشرية والاستفادة من قدراتهم عن طريق إتاحة الفرصة لها في البحث عن الجديد في مجال العمل والتحديث المستمر لأنظمة العمل بما يتفق مع التغيرات المحيطة.
- واكد (Maqbool et al., 2019:126) بوصفه أحد الركائز الأساسية للمنظمات الناجحة؛ وهذا هو السبب في تحديد العوامل التحفيزية ومنشطات سلوك العمل الابداعي إذ يقدم إسهامه كبيرة في فهم الابداع على المستوى الفردي، وهذا ما جعل الباحثين والممارسين يهتمون به إذ يساعد الأفراد على توليد الأفكار الجديدة وتعديلها والتواصل معها وتنفيذها. (Saeed et al., 2019:106)

## ثالثاً: عناصر سلوك العمل الإبداعي

- تظهر أدبيات الإبداع وجود خلط بين أبعاد السلوك الإبداعي وبين القدرات والاستعدادات الإبداعية للفرد، التي تتمثل بالأصالة، والطلاقة، والمرونة، واستكشاف المشكلات (بن تريح، 2018: 8)
١. الأصالة: وهي المقدرة على توليد الأفكار الجديدة النادرة والمفيدة وغير المرتبطة بتكرار أفكار سابقة كذلك هي القدرة على إنتاج استجابات أصيلة قليلة التكرار بالمعنى الإحصائي داخل الجماعة التي ينتمي إليها الفرد. اي يبتعد الفرد عن طرائق التفكير التقليدية لكي يستكشف الأفكار الأصيلة. (المبوضين والطرانة، 2011:488) فان الأصالة تشتمل على ثلاثة جوانب رئيسة هي (الاستجابة غير الشائعة ، الاستجابة البعيدة ، الاستجابة الماهرة)
  ٢. الطلاقة: ويقصد بها قدرة الفرد على إنتاج كمية كبيرة من الافكار تفوق المتوسط العام في غضون مدة زمنية محددة، ويقال أنها بنك القدرة الابداعية، وهناك من يقسمها إلى ثلاثة أنواع هي: الطلاقة اللفظية، والطلاقة الفكرية، طلاقة التعبيرات (الكيلاني واخرون 2018:10)
  ٣. المرونة : تشير إلى النزعة الفردية للعودة إلى الحالة الطبيعية عند تعرضه للمشكلات والمحن، اذ يدعم عدم الاستسلام والقدرة على مواجهة المشاكل والعقبات والتي تمثل ميزة كبيرة لمن يمتلك هذه القدرة، وذلك من اجل تحقيق الأهداف المرغوبة، فهي تعبر عن قدرة الافراد على التعامل بنجاح في مواجهة التغيرات الكبيرة والمحن والمخاطر. (العولقي، 2019:230)
  ٤. حساسية المشكلات: ترتبط بقدرة ملاحظة أشياء غير العادية أو الشاذة في محيط الفرد، أو إعادة توظيفها وإثارة التساؤلات من حولها. اذ تعني الاستقبال ودقة الرصد للمشكلات، والتعمق في ادراك أبعادها وآثارها. وبعبارة اخرى تعني التعرف على المشكلة من جميع جوانبها، وكلما أجهد الفرد نفسه في دراسة المشكلة زادت فرص التوصل إلى أفكار جديدة. (همد، 2016:30)
  ٥. القدرة على التحليل: يمتاز الشخص المبدع بقدرته على تحليل عناصر الاشياء وفهمه للعلاقات بين العناصر واملاكه قدرة الحصول على المعلومات وجمعها وتبويبها وتقويمها والاحتفاظ بها عند الحاجة لها، كما يمكنه أيضا من تبني الافكار والاشياء وفق أسس مدروسة، ويتمكن عن طريق ذلك من إحداث تغيير أو إعادة تنظيم تحديد الواقع العملي، ويمكن أن يتناول فكرة بسيطة أو مخططا بسيطا لموضوع ما ثم يقوم بتوسيعه ورسم خطواته التي تؤدي على تطبيقه عملياً. (الكيلاني واخرون 2018:10)
  ٦. المخاطرة: ويعني بها أخذ المبادرة في استخدام الافكار والاساليب الحديثة والبحث عن حلول لها، وفي الوقت ذاته يكون الفرد قادراً على تحمل المخاطر الناجمة عن الاعمال التي نفذها ولديه القدرة والاستعداد لمواجهة التحديات المترتبة عن ذلك (حاضر، ٢٠١٤:٢٥).

### رابعاً: أبعاد سلوك العمل الابداعي

من الادبيات التي تناولت موضوع الابداع ، يوجد شبه اتفاق بين اغلب الباحثين والكتاب على تحديد العناصر الاساسية للأبداع والتي تقف وراء التفكير الابداعي للأفراد ، والتي من دونها لا يمكن الافصاح عن وجود ابداع لأهميتها في قياس وتحديد مستوى الابداع سواء المستوى الفردي أم الجماعي ، ولقد تناول اغلب الباحثين في دراساتهم و لكونها تتلاءم وتوجهات البحث قام الباحث في دراسته الحالية بتحديد أبعاد سلوك العمل الابداعي بالاستناد الى :

(Scott & Bruce, 1994: 582; De Jong & Den Hartog, 2010: 24)

#### ١. توليد الفكرة Idea Generation

غالبًا ما تكون بداية عملية الابتكار الفردي معنية باكتشاف فرصة أو بعض المشكلات الناشئة و"قد يكون المحفز فرصة لتحسين الظروف أو تهديدًا يتطلب استجابة فورية". تشمل أمثلة مصادر الفرص حالات الفشل أو الأحداث ، والفجوات بين "ما هو" و "ما يجب أن يكون" ، والتغيرات في الهياكل والاتجاهات الصناعية أو السوقية، والمعرفة الجديدة أو الحاجات العملية كرد فعل على المشكلات أو الفشل المحدد (Drucker,1985) اذ يتضمن استكشاف الأفكار وتوليدها والبحث عن طرائق لتحسين المنتجات أو العمليات الحالية أو حل المشكلات عن طريق محاولة التفكير فيها بطرائق بديلة ودمج أو إعادة تنظيم المعلومات والمفاهيم الحالية (de Jong & Den Hartog,2010:24).

ويشار إلى هذا من قبل (Kanter ,1988) على أنه تفكير متنوع ، والذي قال إنه عملية إعادة ترتيب القطع الموجودة بالفعل في صورة جديدة. وتبدأ هذه المرحلة عندما تتبلور فكرة عن شيء ما جديد كأن يكون منتجاً او عملية انتاجية او خدمة او نظام او وسيلة او سياسة لدى فردٍ او مجموعةٍ من الافراد في المنظمة.(Agbim et al., 2013:2) وتعرف بأنها مجموعة التفاعلات الداخلية الشخصية لدى الفرد لإعادة تنظيم المعرفة الموجودة حالياً بطريقة غير تقليدية.(Cabezas, 2013:139) وتعرّف بأنها إنشاء الأفكار التي تعالج بشكل مناسب الحاجات والمشكلات القائمة بطريقة جديدة ومفيدة لسياق العمل المطلوب. وفي هذه المرحلة يحصل صاحب المشكلة على احتمالات وآراء تبدو ذات قيمة وذات قابلية لتكون حلولاً مناسبة للمشكلة. ويحتوي توليد الأفكار على عنصر اجتماعي قوي ضروري لاكتساب وجهات نظر إضافية واختبار الأفكار الأولية وصقلها ، عن طريق مناقشتها وتبادلها مع الآخرين.

(Messmann&Mulder,2020:3)

## ٢. الترويج للفكرة Idea Promotion

عندما يتم إنشاء فكرة جديدة ، يجب الترويج لها والدفاع عنها لأنها تتطلب عمومًا تغييرًا في الطرائق الحالية لممارسة الأعمال والتي يمكن مقاومتها لدى الافراد وهذا بدوره يقود الى ضرورة بناء تحالف قوي، وتعبئة الموارد، و إشراك الأفراد المناسبين ومواجهة المخاطر التي من الممكن حدوثها لمعظم الأفكار، وليس من الواضح ما إذا كانت فوائدها ستتجاوز تكلفة تطويرها وتنفيذها وغالبًا ما تحدث مقاومة للتغيير. (Örnek&Ayas,2015:139) فيما اكد (De Jong & Den Hartog,2010:24) على ضرورة إيجاد دعم للفكرة في هذه المرحلة، والاعتماد على السلوك الابداعي، من حيث تشكيل هيكل تفاعلي، ودمج الموظفين في العملية التنظيمية ، وضمان الاستمرارية. وبعبارة اخرى يمكن اعتبار ترويج الفكرة بأنه تجمع مجموعة من المتعاونين والحلفاء، مثل الزملاء أو المشرفين، الذين يقدمون دعمًا فكريًا نشطًا لتطوير الابتكار والدعم الاجتماعي والسياسي لإضفاء الشرعية على الابتكار المتصور والتغلب على الحواجز التنظيمية. (Messmann&Mulder,2020:3)

## ٣. تنفيذ الفكرة Idea Implementation

تتضمن مرحلة تنفيذ الأفكار الجديدة أنشطة مثل إنتاج إنموذج أولي أو إنموذج للمنتج الجديد أو التكنولوجيا أو العملية أو طريقة القيام بالأشياء وتنفيذها مع تبني موقف موجه نحو النتائج. كما أنها تتضمن اختبار الإنموذج الأولي وتعديله عند الحاجة وإضفاء الطابع الروتيني على الطريقة الجديدة لعمل الأشياء من أجل جعل الابتكار جزءًا من عمليات العمل العادية مجموعات العمل أو المنظمات بأكملها (De Jong & Den Hartog,2010:24). كما تتضمن اختبار وتعديل الإنموذج عندما تكون هنالك حاجة لذلك وتحويل الطرائق الجديدة للعمل الاشياء لتكون جزءاً من روتينيات العمل. (Nijenhuis,2015:14-15) اي انهم يعملون بشكل منسق ومتكامل، وبهذه الطريقة فقط، فإنهم سيقدمون الابداع خطوة واحدة إلى الأمام ويعملون بشكل روتيني في العمل. (Örnek&Ayas,2015:1391) ومن ثم، فإن الخطوة الختامية لعملية سلوك العمل الابداعي تتعلق بالإنتاج الفعلي والاختبار والتنفيذ للجهود الابداعية. كما يمكن وصفه بأنه تحويل الأفكار إلى إنموذج أولي ملموس يمكن تجربته وبيّح فحص النتائج. عن طريق تحديد الأهداف التي يجب تحقيقها عن طريق الابداع، يمكن للموظفين فحص ما يصلح وأين يلزم التحسين. (Messmann&Mulder,2020:3)

## المبحث الثاني

### اليقظة الاستراتيجية

### Strategic Vigilance

#### توطئة

نظراً لأن بيئة الشركة ديناميكية ومع تزايد المنافسة، تتسابق المنظمات لتحقيق ذلك عن طريق ابتكار آليات جديدة تمكنهم من تحقيق هدف البقاء والاستمرارية، ومن ثم تحقيق مزايا تنافسية. ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال تطوير نظام تنبيه استراتيجي، وهو من بين نظم المعلومات المتقدمة التي تزود المنظمة بالمعلومات اللازمة من مرحلة البحث الى مرحلة استثمار المعلومات.

#### أولاً: مفهوم اليقظة الاستراتيجية

إن مصطلح اليقظة من المفاهيم الحديثة النشأة، ظهر ونشأ في الأوساط التي تعتنى بالمعلومة وادارتها، فلقد تعددت وجهات نظر الباحثين والكتاب عن مفهومها وتباينت افكارهم باختلاف تخصصاتهم وبيئة اعمالهم. فقد عرفتها (خديجة، 2015:43) بانها عملية مستمرة لرصد المعلومات الخاصة بالتغيرات التي تحدث في البيئة الخارجية للمنظمة ثم معالجتها والقيام بنشرها بهدف استثمارها لدى متخذي القرار لتعزيز قدرتهم على انتهاز الفرص وتقليل التهديدات.

واشار (Heintez et al., 2016:2) بانها انشطة المنظمة التي تتصف بالديمومة والاستمرارية التي تهدف الى جمع المعلومات اللازمة لتقليل عدم التأكد التي تعاني منه المنظمة في علاقتها مع المتغيرات المحيطة بها. وتتظر (أمينة، 2016:4) الى انها الأداة التي تعتمد عليها المنظمة لاكتشاف المنافسين الحاليين والمحتملين التي من الممكن ان يؤثرها في أداء المنظمة، وفي الوقت نفسه من الممكن ان يشكلوا فرصاً للنجاح. وعرفت على انها نظام معلوماتي دقيق وشامل عن بيئة المنظمة الداخلية والخارجية عن طريق الرصد الاستراتيجي للتغيرات بهدف خفض حالات عدم التأكد والتحليل الحالي والتنبؤ المستقبلي لتلك التغيرات. (بلحاج، 2017:179) ومن ناحية اخرى تم تعريفها بأنها وسيلة تعتمد عليها المنظمة لأدارة أمورها الحالية والتنبؤ بالقضايا المستقبلية عن طريق توفير المعلومات الجيدة (عمر ولمين، 2017:5). ووصفت على انها نظام رادار للمنظمة لغرض مراقبة جميع الإشارات وجمع المعلومات عنها للإفادة من نقاط قوتها واغتنام الفرص والتغلب على نقاط ضعفها والتهديدات التي تواجهها. (الصفار، 2017:88) وعرفت كذلك على انها المتابعة الذكية للمنظمة لمحيطها الخارجي بهدف جمع المعلومات الحالية والمستقبلية عن كافة الاطراف ذات العلاقة بعملها كافة. (mouns, 2018:2) كما عرفت بانها مجموعة من الادوات العلمية والعملية التي تعتمد عليها المنظمة لرصد التغيرات كافة التي تحدث في متغيرات كل من البيئتين الداخلية والخارجية لضمان جمع ومشاركة المعلومات من مواردها

البشرية كافة لإنجاز انشطتهم بأقصى كفاءة والتي تصب في تحقيق اهدافها بالفاعلية المطلوبة. (حسين، 2018:597) بينما عرفها (Dawood&Abbas,2018:4) على أنها "نشاط المنظمة لجمع البيانات وتحليلها على بيئتها الخارجية من أجل توفير المعلومات اللازمة لتمكين المنظمة من استثمارها الفرص وتجنب التهديدات للحفاظ على البقاء والنمو.

وبعد الاطلاع على التعريفات السابقة يمكن تعريف اليقظة الاستراتيجية اجرائياً لأغراض البحث الحالي بأنها عملية نظامية تقوم المنظمة من خلالها الى جمع المعلومات المهمة وذات الصلة بالمنافسة ومعالجتها وتحليلها وتوزيعها لتضمن المحافظة على حصتها في السوق.

#### ثانيا: خطوات اليقظة الاستراتيجية :

هناك اتفاق بين عدد من الباحثين على وجود مجموعة من الخطوات او الآليات التي يمكن الاعتماد عليها في تنفيذ اليقظة الاستراتيجية في المنظمات المعاصرة والتي يمكن تحديد ابرزها بالآتي (حسين، 2018:598) .

١. **تحديد العوامل المستهدفة** : تُعد اول خطوات اليقظة الاستراتيجية في تحديد أهم العوامل التي سوف تركز عليها المنظمة في عمليات البحث والاستقصاء بهدف ضمان الحصول على المعلومات المناسبة وفي الوقت المناسب وبالشكل الذي يتناسب مع الاهداف التي تسعى الى تحقيقها .
٢. **جمع البيانات** : في هذه المرحلة تقوم المنظمة بتحديد اهم الادوات العملية والعلمية التي تعتمد عليها في جمع البيانات الخاصة بمتغيرات البيئة الداخلية والخارجية التي تؤثر في عملياتها وانشطتها لضمان توظيفها في تحقيق اهدافها التي تسعى اليها في اطار تلك المتغيرات .
٣. **معالجة البيانات** : تُعد البيانات هي المادة الخام ولكي يمكن الاستفادة منها لابد من معالجتها لتوفير المعلومات ومن هنا تظهر اهمية هذه المرحلة لكونها المصدر الرئيس لتوفير المعلومات اللازمة لتنفيذ اليقظة الاستراتيجية .
٤. **اختيار المعلومات وتخزينها** : في هذه المرحلة يقوم المهتمون باختيار افضل المعلومات التي تحتاجها المنظمة وحفظها في قاعدة البيانات لتكون جاهزة عند الحاجة اليها وفي الوقت والمكان المناسب .
٥. **الاتصالات ومشاركة المعلومات** : في هذه المرحلة تسعى المنظمة الى توزيع المعلومات بين الوحدات التنظيمية التابعة كافة وبالوقت المناسب والكمية المناسبة لضمان توفير نظرة اكثر شمولية عن متغيرات البيئتين الخاصة بها لضمان تحقيق التكامل والتفاعل اللازم لنجاح عملية اليقظة الاستراتيجية ( عمر ولمين، 2017:14)

٦. **التنفيذ** : تُعد هذه المرحلة هي المرحلة الحاسمة لليقظة الاستراتيجية اذ يتم فيها استخدام المعلومات لاتخاذ القرارات اللازمة لمواجهة او التكيف مع التغييرات البيئية وبدون هذه الخطوة تُعد الخطوات السابقة مجرد حبر على ورق وتكاليف زائدة للمنظمة (Monus,2018:3)

### ثالثاً: أهمية اليقظة الاستراتيجية

يمكن إبراز أهمية اليقظة الاستراتيجية عن طريق خصائصها وكالاتي: (Faeroz,2010:3)

١. التنبؤ: توقع نشاط المنافسين أو التغييرات في المحيطات.
٢. الاكتشاف: اكتشاف المنافسين الجدد أو المحتملين والمؤسسات التي يمكن شراؤها أو الشراكة معها من أجل التطوير ، اكتشاف الفرص في السوق.
٣. المراقبة: مراقبة تطور المنتجات في السوق أو التطورات التكنولوجية أو أساليب الإنتاج الذي يسمح أو يستهدف النشاط واللوائح التي تتغير داخل النشاط.
٤. التعلم: تعرف على خصائص الأسواق الجديدة ، خطأ أو نجاح الآخرين (المنافسين) .

كما يمكن تحديد ابرز الاهداف التي تسعى الى تحقيقها من الآتي: (داود وابراهيم،2017:5)

١. مساعدة المنظمة على متابعة وتحليل متغيرات البيئة الخارجية لتشخيص نقاط القوة والضعف لديها.
  ٢. تحديد افضل المجالات التي يمكن للمنظمة تحقيق التفوق الاستراتيجي عن طريقها .
  ٣. تحقيق الكفاءة في استخدام موارد المنظمة والفاعلية في تحقيق اهدافها .
  ٤. تقديم مجموعة من المعايير التي يمكن استخدامها في تقييم اداء المنظمة بالمقارنة مع المنافسين.
- وبين (Dawood&Abbas,2018:4) انها تسهم بشكل كبير في نجاح المنظمات من الآتي:

١. السماح بالتنبؤ بالتحديات أو العقبات المستقبلية التي تواجهها المنظمة.
٢. انها أداة تنافسية تسمح بتوقع المنافسين والتفوق عليهم، كما تمكن المنظمة من تطوير مزايا تنافسية متعددة، فهي تتيح التحسين المستمر للسلع والخدمات، ومن ثم تحسين علاقاتها مع زبائنها ومورديها.
٣. الوصول إلى ثروة من المعرفة والخيارات.
٤. ضمان الاستجابة الجيدة لحاجات الزبائن واكتشاف أسواق جديدة.
٥. تكيف المنتج مع التغييرات الجديدة، وكذلك تحسين الخصائص التقنية له، جودتها وخفض تكلفتها.
٦. زيادة قدرة المنظمة وسرعة الاستجابة للتغييرات.
٧. تساعد المنظمة على توحيد وموازنة المنافسين الحاليين في القطاع وتوجيه الانتباه إلى المنافسين المحتملين الذين لا يمكن تجاهلهم.
٨. رفع القدرة الابتكارية للمنظمة.
٩. التقليل من مخاطر عدم اليقين البيئي ورفع مستوى السلامة.

واشار (Tende&Onuoha,2020:11) تتضح اهمية اليقظة الاستراتيجية اذ انها تمثل القدرة في الحفاظ على الاهتمام الملحوظ بالبيئة لمدة زمنية طويلة بما يكفي لوضع التنبؤات مجالات الصناعة وكذلك تعزز إمكانات أي منظمة عن طريق تجهيزها ضد كل من الانحراف الداخلي والخارجي مثل الاحتيال والفساد والأشكال الأخرى من الممارسات السيئة وتعمل على التنسيق اعمالها وكسر الجمود الروتيني مما يساعد المنظمات على استكشاف بدائل جديدة وايضاً تظهر نوعاً معيناً من القدرة الديناميكية التي تتيح للمنظمات تحقيق ميزة تنافسية في الأسواق المضطربة.

#### رابعاً: أبعاد اليقظة الاستراتيجية

لقد تم اعتماد ابعاد (Dawood&Abbas,2018:7) كونها الاوسع استخداماً من لدن الباحثين في هذا البحث والتي تتمثل بالاتي :

##### ١. اليقظة البيئية:

يطلق عليه أيضاً "يقظة المحيط" ، ويمكن تعريفها على أنها يقظة شاملة لرصد جميع التطورات الديموغرافية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والقانونية) التي تؤثر في أنشطة المنظمة ، وكذلك متابعة جميع الأحداث والتغيرات البيئية ذات العلاقة (Dawood&Abbas,2018:6). وهذا بدوره يصعب مهمة المنظمة في تطبيقها لأنها تتعلق بمجموعة واسعة من البيئة المتبقية ذات الصلة بجميع الأحداث والتغيرات في البيئة (Hussain,2015:29) وعرفت ايضاً على انها مجموعة من المعتقدات وقواعد السلوك التي توجه سلوك الأفراد والمجتمع وتحدد ما هو صواب وما هو خطأ وما هو مقبول وما هو غير مقبول في السلوك، ونجح وتمكينهم من تحقيق الأهداف التي يطمحون إليها.(Al-Saffar,2017: 92)

##### ٢. اليقظة التكنولوجية

تشير الى قدرة المنظمة على متابعة التطورات التكنولوجية مثل نظم المعلومات، والإنترنت وغيرها من البرمجيات المعاصرة، والتي تُعد أحد مكونات بيئتها الخارجية، لمساعدتها في تحديد الفرص والتهديدات المتعلقة بالجانب التكنولوجي.(Savescu,2014:216) ومن أجل تعزيز قدراتها التنافسية فإنها اليقظة التي تركزها المنظمة لتطوير التكنولوجيا (Omran&Abuongem,2019:89) كما تشير إلى الجهود المبذولة من لدن المنظمة، والوسائل المسخرة، والإجراءات المتخذة بهدف الكشف عن كل التطورات والمستجدات الحاصلة في الميادين التقنية والتكنولوجية، والتي تهتم المنظمة حالياً أو مستقبلاً.

(بن السعدي واخرون، ٢٠١٧: ٦)

##### ٣. اليقظة التنافسية

عرفت بالنشاط الذي عن طريقه تستطيع المنظمة من فهم سلوك المنافسين انطلاقاً من معرفة أدائهم الحالي واستراتيجياتهم وأهدافهم الجديدة وقدراتهم وفرضياتهم التي تتضمنها أنشطتهم وقراراتهم، وهذا بغرض توقع أعمالهم المستقبلية.(نور الدين، ٢٠١٢: ٣٨). كما يطلق عليها الاستفسار التنافسي الذي



يتم عن طريقه تحديد نقاط القوة والضعف (Allawi,2016:150). وهي العملية التي تحدد فيها المنظمة منافسيها المحتملين والحاليين، عن طريق جمع المعلومات وتحليلها إلى النوعية والكمية للتعرف على استراتيجيات المنافسين وقدراتهم وأهدافهم وأدائهم. فضلاً عن ذلك، لتحديد جهود البحث والتطوير وجميع العلاقات مع المنتجات والأسواق والموردين والتكنولوجيا الجديدة. (Dawood&Abbas,2018:6) وتجدر الإشارة إلى أنها تركز على المنافسين الحاليين وكذلك على الوافدين الجدد ( Hammoudi et al.,2019:8).

#### ٤. اليقظة التسويقية

وتعني عملية البحث والمعالجة وتوزيع المعلومات عن أسواق المنظمة، أي متابعة تطوير السوق، وسلوك المستهلك، وإدخال منتجات جديدة، وما إلى ذلك (Asma,2014: 69). وتركز على الموردين والزبائن لتطوير السلع وهذا النوع من اليقظة يتعلق بتحديد حاجات الزبائن والاستجابة لها ومن ناحية أخرى، تركز على الموردين وبناء علاقات طويلة الأمد معهم، أي انه يركز على الموردين والزبائن لتطوير السلع والخدمات اذ يتقاطع مع معلومات اليقظة التنافسية. (Allawi,2016:150) و(Omran&Abuongem,2019:89). وأشار (Mahmood et al.,2020:576) إلى أن الزبون هو المحور الرئيس لاستراتيجية المنظمة. إن تحديد الزبائن الحاليين والمحتملين ومعرفة حاجاتهم وتطلعاتهم والجهود المبذولة لإرضائهم بشكل أفضل من المنافسين هو الشاغل الأساسي لأي منظمة ترغب في ضمان قدراتها التنافسية اي ان القدرة التنافسية للمنظمة هي هدف اليقظة التسويقية.

#### خامسا : العلاقة بين متغيرات البحث (سلوك العمل الإبداعي واليقظة الاستراتيجية) :

ان سلوك العمل الابداعي هو نشاط ينطلق من مشكلة أو موقف مثير جاذب للانتباه، يتميز بالثبات وينقل صاحبه من موقع لآخر ومن حل لآخر دون الحاجة للسير بشكل روتيني، كما أنه عملية تعتمد على مجموع من المهارات لتوليد أو إنتاج الأفكار الجديدة أو إيجاد الحلول الجديدة للتحديات، تجعل الأشخاص المبدعين يتميزون بمجموعة من الخصائص أهمها: (الحدابي وآخرون، ٢٠١١: ٤٣)

١. امتلاك معلومات واسعة في العديد من المجالات .
٢. تحديد وجهات نظر متعددة عن المشاكل .
٣. امتلاك توجهات مستقبلية .
٤. امتلاك الثقة بالنفس، والإيمان بحكمهم الخاص.

ان اليقظة الاستراتيجية هي الطريق الابتكاري للتفكير في كيفية الرؤية المستقبلية للقضايا المتوقعة والتنبؤ بالفرص والتهديدات التي يمكن أن تواجهها المنظمات، وتصور السيناريو المستقبلي للتعامل معها بما يضمن بقاءها واستمراريتها ونموها. وترتبط كذلك بمدى توفر المعلومات والمهارات والاتجاهات الضرورية للقيام بمسؤوليات ومهام الإدارة الاستراتيجية، وتعمل الإدارة على استخدام برامج اليقظة الاستراتيجية التي تمكنها من تحليل مكونات بيئة المنظمة الداخلية والخارجية والتنبؤات بأثرها المستقبلي فيها، بما يمكنها من إعداد الخطة والقرارات المناسبة في الوقت المناسب لذلك تعتبر اليقظة الاستراتيجية من العوامل المحددة لقدرة المنظمة على الصمود امام منافسيها، تستطيع عن طريقها مراقبة محيطها لتتمكن من تحقيق معرفة مستديمة لكل المستجدات والاحداث الحالية المستقبلية وذلك بالاعتماد على اساليب عمل جديدة تمكنها من تحقيق نظام يقظة يكون من نتائجه خلق ابداعات جديدة والتميز بين المنافسين.

## الفصل الثالث

### الجانب التطبيقي للبحث

المبحث الأول : فحص واختبار اداة قياس البحث  
المبحث الثاني : الوصف الاحصائي: عرض نتائج  
البحث وتحليلها وتفسيرها

## الفصل الثالث

### الجانب التطبيقي للبحث

#### تمهيد:

يهتم هذا الفصل بتحقيق ثلاثة اهداف اساسية الأول ينحصر في التحقق من مدى ثبات وصدق المقياس في عكس الظاهرة المراد دراستها فيما يتعلق الثاني باستكشاف مدى توافر متغيرات البحث في بيئة التطبيق بينما يختص الثالث بمحاولة معرفة مدى التوظيف لسلوك العمل الابداعي وابعاده في تعزيز مستوى اليقظة الاستراتيجية، فقد تم استخدام برنامج (Smart PLS V.20) الذي يستخدم لتحليل العينات صغيرة الحجم. (Hair et al.,2017:33) ويتم ذلك بمرحلتين الاولى بناء واختبار نموذج القياس للتأكد من ثبات وصدق المقياس والثانية بناء واختبار الأنموذج الهيكلي للبحث.

### المبحث الاول

#### فحص واختبار نموذج القياس

اولاً: ترميز متغيرات البحث وابعادها ان ترميز الفقرات يساعد الباحث في عرض فقرات المقياس في اثناء استخدام البرامج الاحصائية ذات العلاقة وللتعبير عن طبيعة العلاقات بين متغيرات وابعاد البحث المتمثلة بالمتغير المستقل سلوك العمل الابداعي بأبعاده (توليد الفكرة، ترويج الفكرة، تنفيذ الفكرة) والمتغير المتعمد اليقظة الاستراتيجية بأبعاده(اليقظة التكنولوجية، والتنافسية، والتسويقية، والبيئية) والجدول (9) يوضح ذلك ويحدد مصدر الحصول على المقياس وعدد فقراته:

جدول (9) / الترميز والتوصيف للأبعاد الفرعية لمتغيرات البحث الرئيسية

المتغير	البعد الفرعي	عدد العبارات	الرمز	المصدر
سلوك العمل الابداعي	توليد الفكرة	3	G	(Janssen,2000)
	ترويج الفكرة	3	P	
	تنفيذ الفكرة	3	I	
اليقظة الاستراتيجية	اليقظة التكنولوجية	5	T	(Dawood&Abbas,2018)
	اليقظة التنافسية	5	C	
	اليقظة التسويقية	4	M	
	اليقظة البيئية	6	E	

المصدر: من إعداد الباحث باعتماد الادبيات الواردة فيه.

ثانياً. تقييم إنموذج القياس تعد الاستبانة أداة البحث الرئيسية لجمع البيانات في الدراسة الحالية والتي ستستخدم لقياس متغيرات البحث وتحديد مستوى الاستجابة الذي يحدده الافراد عينة البحث عن متغيرات البحث، وعلى نتائجه ستختبر الفرضيات ويتم الحكم على قبولها او رفضها. وان عملية التقييم تتم بعدة خطوات هي:

١. **الصدق الظاهري لأداة القياس:** قام الباحث بعرض الاستبانة على مجموعة من السادة المحكمين وهم متخصصين في مجال إدارة الأعمال بواقع (٥) محكم والملحق (٣) يوضح اسماءهم ومواقع انتسابهم وتخصصاتهم العلمية. اذ كان الإنموذج الاول للاستبانة مُعد بشكل خاص لاستطلاع آراء المحكمين عن مدى وضوح كل فقرة من حيث محتواها الفكري وصياغتها وتعديل ما ينبغي تعديله في الفقرة مع اضافة او استبعاد ما يراه المحكم من فقرات في أي من متغيرات البحث. وبعد جمع الاستبانة من السادة المحكمين اجرى الباحث مسحاً للملاحظات ووجهات النظر التي ابدوها تجاه المتغيرات وابعادها والفقرات المكونة لها فضلاً عن مصادر المقاييس المعتمدة وفي ضوء ذلك قام الباحث بالتعديلات التي اتفق عليها اغلب المحكمين.

٢. **اختبار ثبات وصدق المقياس:** يتم تقييم مقاييس البحث عن طريق ما يعرف بالثبات (**Reliability**) والصدق (**Validity**)، اذ يشير الثبات الى درجة امكانية المقياس بالإتيان بنتائج مماثلة عند اعادة الاختبار، لذا فهو يكشف عن اتساق المقياس، اما الصدق فيوضح هل ان المقياس يقيس ما يفترض ان يقيسه، فهو يكشف عن دقة المقياس المستخدم في تمثيل الظاهرة المراد دراستها ( Hair et al., 2013:165-166)، وتتمثل الإجراءات المتبعة في هذا التحليل في تحديد الأنموذج المفترض والذي يتكون من المتغيرات الكامنة (**Latent Variables**) أو المتغيرات غير المقاسة وهي تمثل الأبعاد المفترضة للمقياس ومنها تخرج أسهماً متجهة إلى النوع الثاني من المتغيرات والتي تعرف بالمتغيرات المقاسة أو المتغيرات التابعة أو المتغيرات الداخلية ، والتي تمثل الفقرات الخاصة بكل بعد أو الأبعاد الخاصة بكل عامل عام وهنا يفترض أن العبارات مؤشرات للمتغيرات الكامنة. واعتمد في تطبيق هذا الاسلوب على البرنامج الاحصائي (**Smart-PLS**). ولغرض تقييم أنموذج القياس فان هناك معايير تستخدم للتقييم وكما يوضحها جدول (١٠) الاتي:

جدول (١٠) / معايير تقييم أنموذج القياس

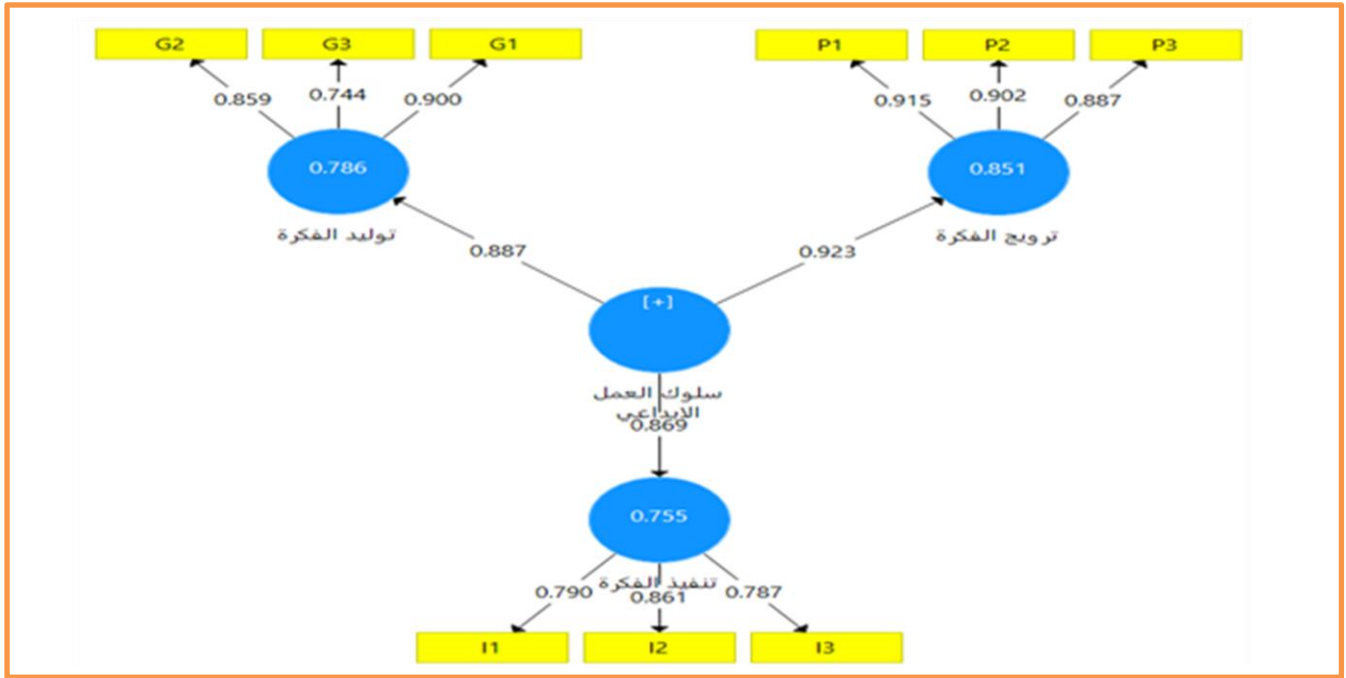
ت	المعيار	الحد المقبول
١	ثبات الاتساق الداخلي	الثبات المركب $0.60 \leq$ ، كرونباخ الفا $0.70 \leq$
٢	ثبات المؤشر	التشبع المعياري للمؤشر $0.70 \leq$ تستبقى الفقرة التشبع المعياري للمؤشر بين $0.40 - 0.70$ يختبر مدى تأثيرها على باقي معايير النموذج
٣	الصدق التقاربي	التشبع المعياري للمؤشر اقل من $0.40$ تحذف
٤	الصدق التمييزي	متوسط التباين المستخلص $(AVE) \leq 0.50$ اختبار استقلالية الفقرات Cross Loading

اختبار عدم تداخل الأبعاد (Variable Correlation–Root Square of AVE)

المصدر: إعداد الباحث بالاستناد الى (Hair et al., 2017)

٣. **تقييم أنموذج القياس لسلوك العمل الابداعي:** لقد تم استخدام برنامج **Smart PLS V.20** لأنجاز هذه الفقرة، وان تقييم ثبات المؤشر عن طريق حساب التشبع الخارجي (**Outer Loadings**) لفقرات

المقياس (Hair et al.,2017:94) اذ يتضح ان جميع الفقرات كانت تشبعاتها اعلى من المعيار المحدد (0.40) وكما يوضحها الشكل (٣) والجدول (١١).



شكل (٣) / انموذج القياس لسلوك العمل الابداعي

اذ يشير الجدول (١١) ان جميع الفقرات حققت القيمة المطلوبة من معيار (AVE) بينما حققت جميعها القيمة المطلوبة لمعامل كرونباخ الفا والثبات المركب اذ يتضح ان الإنموذج المختبر قد حقق المقاييس المطلوبة لثبات وصدق المقياس.

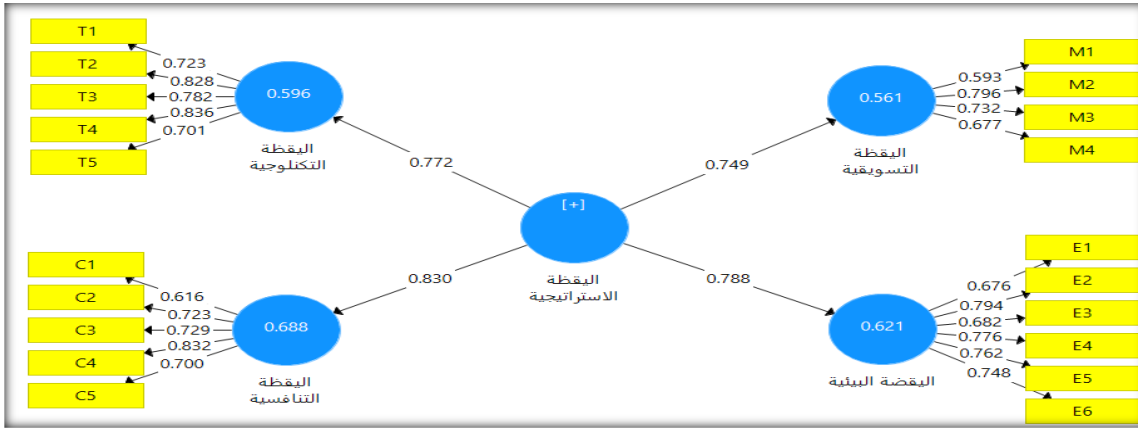
جدول (١١) / نتائج تقييم انموذج القياس لسلوك العمل الابداعي

ت	الابعاد	الفقرات	التشبعات	كرونباخ الفا	الثبات المركب	AVE
١	توليد الفكرة	G1	0.900	0.783	0.874	0.700
		G2	0.859			
		G3	0.744			
٢	ترويج الفكرة	P1	0.915	0.884	0.928	0.812
		P2	0.902			
		P3	0.887			
٣	تنفيذ الفكرة	I1	0.790	0.743	0.854	0.662
		I2	0.861			
		I3	0.787			

المصدر: مخرجات برنامج Smart-PLS

٤. تقييم انموذج القياس لليقظة الاستراتيجية: تم استخدام برنامج Smart PLS V.20 لقياس هذه الفقرة اذ يتضح ان جميع الفقرات كانت تشبعاتها اكبر من المعيار المحدد(0.40) وكما يوضحها

الشكل (٤) والجدول (١٢) وهذا يعني ان جميع فقرات الابعاد كانت قيم مؤشرات مقبولة احصائياً ما يدل على ثبات ومصداقية الإنموذج الحالي للقياس.



شكل (٤) انموذج القياس لليقظة الاستراتيجية

جدول (١٢) / نتائج تقييم انموذج القياس لليقظة الاستراتيجية

ت	الابعاد	الفقرات	التشعبات	كرونباخ الفا	الثبات المركب	AVE
١	اليقظة التكنولوجية	T1	0.723	0.834	0.883	0.602
		T2	0.828			
		T3	0.782			
		T4	0.836			
		T5	0.701			
٢	اليقظة التنافسية	C1	0.616	0.769	0.845	0.523
		C2	0.723			
		C3	0.729			
		C4	0.832			
		C5	0.700			
٣	اليقظة التسويقية	M1	0.593	0.701	0.795	0.502
		M2	0.796			
		M3	0.732			
		M4	0.677			
٤	اليقظة البيئية	E1	0.676	0.835	0.879	0.549
		E2	0.794			
		E3	0.682			
		E4	0.776			
		E5	0.762			
		E6	0.748			

المصدر: مخرجات برنامج Smart PLS V.20

- اختبار الصدق التمييزي: تم استخدام برنامج (Smart PLS V.20) لقياس هذه الفقرة اذ يشير الصدق التمييزي لدرجة عدم ارتباط المتغير مع متغيرات مختلفة عنه (Hair et al.,2016:120)

ويتم قياسه عن طريق السمة المغايرة الى السمة الاحادية، أي تباعد وتنافر الاسئلة بشكل منطقي أي يجب أن نتأكد من أن الاسئلة ليس فيها تكرار ولا تداخل بينها ولا مع المتغيرات الاخرى ويتكون من مقياسين الأول (**Cross Loading**) الذي يقيس هل ان الاسئلة تقيس فقط المتغير المعني بها وذلك بالاعتماد على قيم الفقرات التابعة له أعلى من قيمها عن باقي الابعاد وهذا يعني انها تمثل فعلاً البعد الذي تنتمي اليه، والثاني (**Variable correlations–Root Square of AVE**) ويستهدف التأكد من ان البعد المعني يختلف كلياً عن باقي الابعاد الاخرى بحيث يكون البعد مع نفسه بالمصفوفة اعلى من باقي القيم مع الابعاد الأخرى. وكالاتي

أ. اختبار عدم التداخل لابعاد سلوك العمل الابداعي: اذ يشير الجدول (١٣) ان جميع ابعاد سلوك العمل الابداعي (توليد، وترويج، وتنفيذ الفكرة) اجتازت هذا الاختبار ما يؤكد الصدق التمييزي لها.

جدول (١٣) / حاصل اختبار عدم تداخل الابعاد لسلوك العمل الابداعي بتقنية

**(Variable correlations–Root Square of AVE)**

الابعاد	توليد الفكرة	ترويج الفكرة	تنفيذ الفكرة
توليد الفكرة	0.837		
ترويج الفكرة	0.730	0.901	
تنفيذ الفكرة	0.654	0.707	0.813

المصدر: مخرجات برنامج Smart-PLS

ب. اختبار استقلالية الفقرات لأبعاد سلوك العمل الابداعي: يبين جدول (١٤) ان جميع فقرات الابعاد الخاصة بسلوك العمل الابداعي اجتازت هذا الاختبار وتمتاز بالاستقلالية والانتماء للبعد الذي تمثله وبذلك يمتاز هذا المتغير بالصدق التمييزي..

جدول (١٤) / اختبار الاستقلالية لفقرات سلوك العمل الابداعي بتقنية (**Cross Loading**)

الابعاد	الفقرات	توليد الفكرة	ترويج الفكرة	تنفيذ الفكرة
توليد الفكرة	G1	0.900	0.693	0.619
	G2	0.859	0.635	0.520
	G3	0.744	0.486	0.496
ترويج الفكرة	P1	0.709	0.915	0.693
	P2	0.653	0.902	0.571
	P3	0.610	0.887	0.644
تنفيذ الفكرة	I1	0.508	0.541	0.790
	I2	0.598	0.588	0.861
	I3	0.485	0.596	0.787

المصدر: مخرجات برنامج Smart PLS V.20



ت. اختبار عدم تداخل ابعاد اليقظة الاستراتيجية: اذ يبين الجدول (١٥) ان جميع ابعاد اليقظة الاستراتيجية (التكنولوجية، والتنافسية، والتسويقية، والبيئية) قد اجتازت هذا الاختبار مما يؤكد الصدق التمييزي لها.  
جدول (١٥) / حاصل اختبار عدم تداخل ابعاد اليقظة الاستراتيجية بتقنية

**(Variable correlations–Root Square of AVE)**

	اليقظة التكنولوجية	اليقظة التنافسية	اليقظة التسويقية	اليقظة البيئية
اليقظة التكنولوجية	0.776			
اليقظة التنافسية	0.517	0.723		
اليقظة التسويقية	0.476	0.570	0.703	
اليقظة البيئية	0.414	0.524	0.450	0.741

المصدر: مخرجات برنامج Smart PLS V.20

ث. اختبار الاستقلالية لفقرات أبعاد اليقظة الاستراتيجية: يبين جدول (١٦) ان جميع فقرات الابعاد الخاصة باليقظة الاستراتيجية قد اجتازت هذا الاختبار تمتاز بالاستقلالية والانتماء للبعد الذي تمثله لذلك فان متغير اليقظة الاستراتيجية يمتاز بالصدق التمييزي.

جدول (١٦) / اختبار استقلالية فقرات اليقظة الاستراتيجية بتقنية (Cross Loading)

اليقظة البيئية	اليقظة التسويقية	اليقظة التنافسية	اليقظة التكنولوجية	الفقرات	الابعاد
0.521	0.416	0.535	0.723	T1	اليقظة التكنولوجية
0.236	0.340	0.315	0.828	T2	
0.253	0.325	0.342	0.782	T3	
0.363	0.365	0.373	0.836	T4	
0.155	0.384	0.398	0.701	T5	
0.319	0.393	0.616	0.340	C1	اليقظة التنافسية
0.417	0.269	0.723	0.359	C2	
0.231	0.488	0.729	0.238	C3	
0.513	0.498	0.832	0.366	C4	
0.373	0.408	0.700	0.540	C5	
0.240	0.593	0.283	0.298	M1	اليقظة التسويقية
0.226	0.796	0.440	0.401	M2	
0.345	0.732	0.411	0.392	M3	
0.442	0.677	0.448	0.244	M4	
0.676	0.354	0.302	0.356	E1	اليقظة البيئية
0.794	0.516	0.501	0.398	E2	
0.682	0.245	0.436	0.197	E3	
0.776	0.180	0.446	0.316	E4	
0.762	0.275	0.232	0.340	E5	
0.748	0.383	0.380	0.209	E6	

المصدر: مخرجات برنامج Smart-PLS

## المبحث الثاني

## الوصف الاحصائي: عرض مخرجات (نتائج) البحث وتحليلها وتفسيرها

يهدف هذا المبحث الى عرض تحليل وتفسير نتائج البحث التطبيقي. ويتناول عرض المتوسطات الحسابية الموزونة لفقرات الاستبانة وانحرافات المعيارية ومستوى الاجابة. ولان استبانة البحث تعتمد على مقياس **Likert** الخماسي فستكون فئات القياس كما في جدول (١٧) (Dewberry, 2004:15)

جدول (١٧) / تصنيف فئات الوصف الاحصائي

المستوى	الفئات	الفئة
منخفض جدا	1.80 - 1	1
منخفض	2.60 - 1.80	2
معتدل	3.40 - 2.60	3
مرتفع	4.20 - 3.40	4
مرتفع جداً	5.00 - 4.20	5

المصدر: من إعداد الباحث باعتماد الادبيات.

## أولاً: وصف اراء عينة البحث عن ابعاد متغير سلوك العمل الابداعي وتشخيصها:

١. بعد توليد الفكرة: يعرض الجدول (18) المتوسطات الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومستوى الاجابة لإجابات العينة. اذ يلحظ أن الفقرة (2) (البحث عن أساليب أو تقنيات أو أدوات عمل جديدة) حصلت على أعلى المتوسطات الحسابية الموزونة (4.40) وانحراف معياري (0.642) وذلك يبين اتساق اجابات العينة اتجاه هذه الفقرة، ضمن مستوى اجابة "مرتفع جدا". في حين حصلت الفقرة (3) (إيجاد حلول الابداعية للمشاكل) على أدنى المتوسطات الحسابية الموزونة (4.26) وانحراف معياري (0.731). ووفقاً لما تقدم، فان المعدل العام لبعده توليد الفكرة (4.32) وانحراف معياري عام (0.707) وقد حصل هذا البعد على مستوى اجابة "مرتفع جدا".
٢. بعد ترويج الفكرة: ونلاحظ في الجدول (١٨) أن الفقرة (1) (حشد الدعم للأفكار الابداعية) قد حصلت على اعلى المتوسطات الحسابية الموزونة (4.06) وانحراف معياري (0.810) يبين اتساق اجابات العينة اتجاه هذه الفقرة، وكانت الاجابة ضمن مستوى اجابة "مرتفع". في حين حصلت الفقرة (3) (جعل أعضائها المهمين متحمسين للأفكار الابداعية) على أدنى المتوسطات الحسابية الموزونة (4.00) وانحراف معياري (0.855) ووفقاً لما تقدم، فان المعدل العام لبعده ترويج الفكرة (4.03) وانحراف معياري عام (0.831). وحصل هذا البعد على مستوى اجابة "مرتفع".
٣. بعد تنفيذ الفكرة: يعرض الجدول (18) المتوسطات الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومستوى الاجابة لإجابات العينة. اذ يلحظ أن الفقرة (1) (تحويل الأفكار الابداعية إلى تطبيقات مفيدة) قد

حصلت على أعلى المتوسطات الحسابية الموزونة (4.36) وبانحراف معياري (0.612) يبين اتساق اجابات العينة اتجاه هذه الفقرة، ضمن مستوى اجابة "مرتفع جدا". في حين حصلت الفقرة (3) (تقييم فائدة الأفكار الابداعية) على أدنى المتوسطات الحسابية الموزونة (4.06) وبانحراف معياري (0.756) ووفقاً لما تقدم، فان المعدل العام لبعده تنفيذ الفكرة (4.17) وبانحراف معياري عام (0.673) وقد حصل هذا البعد على مستوى اجابة "مرتفع".

جدول (18) // المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الاجابة لأبعاد سلوك العمل الابداعي

البعد	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاجابة
توليد الفكرة	توليد أفكار جديدة للقضايا الصعبة .	4.31	.747	مرتفع جدا
	البحث عن أساليب أو تقنيات أو أدوات عمل جديدة .	4.40	.642	مرتفع جدا
	إيجاد حلول الابداعية للمشاكل .	4.26	.731	مرتفع جدا
	المعدل العام	4.32	.707	مرتفع جدا
ترويج الفكرة	حشد الدعم للأفكار الابداعية	4.06	.810	مرتفع
	الحصول على الموافقة على الأفكار الابداعية	4.04	.829	مرتفع
	جعل أعضائها المهتمين متحمسين للأفكار الابداعية	4.00	.855	مرتفع
	المعدل العام	4.03	.831	مرتفع
تنفيذ الفكرة	تحويل الأفكار الابداعية إلى تطبيقات مفيدة	4.36	.612	مرتفع جدا
	إدخال الأفكار الابداعية في بيئة العمل بطريقة منتظمة	4.09	.653	مرتفع
	تقييم فائدة الأفكار الابداعية	4.06	.756	مرتفع
	المعدل العام	4.17	0.673	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحث باعتماد مخرجات برنامج Spss V.25

ثانياً: وصف اراء عينة البحث عن ابعاد اليقظة الاستراتيجية وتشخيصها

١. بعد اليقظة التكنولوجية: يعرض الجدول (19) المتوسطات الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومستوى الاجابة لإجابات العينة. اذ يلحظ أن الفقرة (5) (تسعى الشركة للحصول على أحدث التطورات التكنولوجية في مجال عملها) قد حصلت على اعلى المتوسطات الحسابية الموزونة (4.52) وبانحراف معياري (0.580) وذلك يبين اتساق اجابات العينة اتجاه هذه الفقرة، ضمن مستوى اجابة "مرتفع جدا". في حين حصلت الفقرة (3) (تحرص إدارة الشركة على تدريب الموظفين باستمرار على التقنيات الجديدة) على أدنى المتوسطات الحسابية الموزونة (4.22) وبانحراف معياري (0.696). ووفقاً لما تقدم، فان المعدل العام لبعده اليقظة التكنولوجية بلغ (4.38) وبانحراف معياري عام بلغ (0.624) وقد حصل هذا البعد على مستوى اجابة "مرتفع جدا".

٢. بعد اليقظة التنافسية: يعرض الجدول (19) المتوسطات الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومستوى الاجابة لإجابات العينة. اذ يلحظ أن الفقرة (5) (تستخدم إدارة الشركة استراتيجيات تنافسية (تكلفة أقل، تمايز، جودة أعلى، سرعة توصيل) (حسب الموقف) قد حصلت على اعلى المتوسطات الحسابية الموزونة (4.31) وبانحراف معياري (0.708) وذلك يبين اتساق اجابات العينة اتجاه هذه

- الفقرة، ضمن مستوى اجابة "مرتفع جدا". في حين حصلت الفقرة (2) (تتميز إدارة الشركة بالقدرة على الحفاظ على الانتباه وعدم تجاهل تحركات المنافسين) على أدنى المتوسطات الحسابية الموزونة (4.18) وبانحراف معياري (0.657). ووفقاً لما تقدم، فإن المعدل العام لبعد اليقظة التنافسية بلغ (4.25) وبانحراف معياري عام بلغ (0.651) وقد حصل هذا البعد على مستوى اجابة "مرتفع جدا".
٣. **بعد اليقظة التسويقية:** يعرض الجدول (19) المتوسطات الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومستوى الاجابة لإجابات العينة. اذ يلحظ أن الفقرة (1) (لدى الشركة موارد مالية كافية للوفاء بالتزاماتها المختلفة) قد حصلت على اعلى المتوسطات الحسابية الموزونة (4.48) وبانحراف معياري (0.649) وذلك يبين تناسق اجابات العينة اتجاه هذه الفقرة، ضمن مستوى اجابة "مرتفع جدا". في حين حصلت الفقرة (4) (يجب أن تكون الشركة مرنة لبذل جهودها وطاقتها تجاه الأسواق، وتجنب وجهات النظر التنافسية، ثم وضع استراتيجية تسويق لكل فئة مستهدفة في تلك الأسواق) على أدنى المتوسطات الحسابية الموزونة (4.19) وبانحراف معياري (0.619). ووفقاً لما تقدم، فإن المعدل العام لبعد اليقظة التسويقية (4.31) وبانحراف معياري عام (0.600) وقد حصل هذا البعد على مستوى اجابة "مرتفع جدا".
٤. **بعد اليقظة البيئية:** يعرض الجدول (19) المتوسطات الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومستوى الاجابة لإجابات العينة. اذ يلحظ أن الفقرة (5) (تتحمل الشركة مسؤولية اجتماعية وبيئية تعزز ثقة الزبائن فيها) قد حصلت على أعلى المتوسطات الحسابية الموزونة (4.25) وبانحراف معياري (0.707) وذلك يبين اتساق اجابات العينة اتجاه هذه الفقرة، ضمن مستوى اجابة "مرتفع جدا". في حين حصلت الفقرة (6) (تسعى الشركة لتحقيق استدامة الأداء البيئي والاجتماعي معاً) على أدنى المتوسطات الحسابية الموزونة (4.03) وبانحراف معياري (0.758). ووفقاً لما تقدم، فإن المعدل العام لبعد اليقظة البيئية بلغ (4.15) وبانحراف معياري عام بلغ (0.683) وقد حصل هذا البعد على مستوى اجابة "مرتفع".

جدول (19) // المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الاجابة لأبعاد اليقظة الاستراتيجية

ال ب د	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاجابة
اليقظة التكاملية	تراقب الشركة كل ما هو جديد في مجال تقديم المنتجات والخدمات	4.43	.577	مرتفع جدا
	تعمل الشركة على إحداث تغييرات إيجابية واستعمال أساليب حديثة وتوفير الخدمات باستخدام أفضل التقنيات العلمية	4.38	.594	مرتفع جدا
	تحرص إدارة الشركة على تدريب الموظفين باستمرار على التقنيات الجديدة.	4.22	.696	مرتفع جدا
	تسعى الشركة لشراء أحدث التقنيات لتسريع انجاز طلبيات الزبائن.	4.34	.674	مرتفع جدا
	تسعى الشركة للحصول على أحدث التطورات التكنولوجية في مجال عملها.	4.52	.580	مرتفع جدا
	المعدل العام	4.38	.624	مرتفع جدا
اليقظة التنافسية	تراقب إدارة الشركة تحركات الشركات الأخرى بحذر وتعمل على أن تكون استباقية في تقديم منتجاتها وخدماتها.	4.20	.648	مرتفع جدا
	تتميز إدارة الشركة بالقدرة على الحفاظ على الانتباه وعدم تجاهل تحركات المنافسين.	4.18	.657	مرتفع
	تقوم إدارة الشركة بتقييم منتجاتها وخدماتها بالرجوع إليها.	4.30	.619	مرتفع جدا
	هناك نكاه تنافسي في الشركة لمعرفة اتجاه الزبائن والمنافسين.	4.26	.711	مرتفع جدا
	تستخدم إدارة الشركة استراتيجيات تنافسية (تكلفة أقل ، تمايز ، جودة أعلى ، سرعة توصيل) حسب الموقف.	4.31	.708	مرتفع جدا
	المعدل العام	4.25	0.671	مرتفع جدا
اليقظة التسويقية	لدى الشركة موارد مالية كافية للوفاء بالتزاماتها المختلفة.	4.48	.649	مرتفع جدا
	لدى إدارة الشركة القدرة على تحديد الفجوة بين منتجاتها/خدماتها وحاجات السوق.	4.29	.542	مرتفع جدا
	سعى الشركة إلى اعتماد أساليب تقديم منتجات/خدمات تلبي متطلبات الزبائن.	4.28	.591	مرتفع جدا
	يجب أن تكون الشركة مرنة لبذل جهودها وطاقتها تجاه الأسواق ، وتجنب جهات النظر التنافسية ، ثم وضع استراتيجية تسويق لكل فئة مستهدفة في تلك الأسواق.	4.19	.619	مرتفع
	المعدل العام	4.31	0.600	مرتفع جدا
اليقظة البيئية	يقوم صانعو القرار بمراقبة الأحداث العشوائية غير المتوقعة أو ذات الإشارات الضعيفة.	4.22	.586	مرتفع جدا
	تعمل إدارة الشركة في استجابة واعية للأحداث الظرفية.	4.19	.596	مرتفع
	تستوعب إدارة الشركة أيديولوجية البلد وفلسفته الاقتصادية والقوانين السائدة.	4.18	.657	مرتفع
	تسعى الشركة للاسهام بشكل فاعل في حماية البيئة عن طريق المشاركة في المؤتمرات والندوات البيئية	4.04	.795	مرتفع
	تتحمل الشركة مسؤولية اجتماعية وبيئية تعزز ثقة الزبائن فيها	4.25	.707	مرتفع جدا
	تسعى الشركة لتحقيق استدامة الأداء البيئي والاجتماعي معاً	4.03	.758	مرتفع
		المعدل العام	4.15	0.683

المصدر: إعداد الباحث استناداً لمخرجات برنامج SPSS V.25

## المبحث الثالث

### اختبار فرضيات البحث

ينقسم المبحث الى جانبين اساسيين الاول يتعلق باختبار علاقات الارتباط بين متغيرات البحث، اما الثاني فيهتم باختبار علاقات التأثير المباشرة. اذ اعتمد الباحث باختبار الفرضيات على (معاملات الارتباط البسيط (Pearson) فضلاً عن ومنهج معادلة النمذجة الهيكلية (Structural Equation Modeling). وكالاتي:

#### أولاً: اختبار علاقات الارتباط بين متغيرات البحث

تتعلق هذه الفقرة باختبار مسارات الارتباط بين متغيرات البحث (سلوك العمل الابداعي، اليقظة الاستراتيجية) عن طريق مسارات الفرضيات التي بناؤها بشكل تصوري عن طبيعة العلاقات وكما يأتي:

**اختبار الفرضية الرئيسية الاولى:** قبل الخوض في اثبات هذه الفقرة فان الجداول المتعلقة بالارتباط تشير الى ان حجم العينة (72) ونوع الاختبار (2-tailed). ومختصر (Sig.) في الجدول يشير الى اختبار معنوية معامل الارتباط عن طريق مقارنة قيمة (t) المحسوبة مع الجدولية من غير ان يظهر قيمها. فاذا ظهر وجود علامة (\*\*\*) على معامل الارتباط فان هذا يعني بان قيمة (t) المحسوبة اكبر من الجدولية. ويتم الحكم على مقدار قوة معامل الارتباط في ضوء قاعدة (Saunders et al.,2009:459) وكالاتي:

#### جدول (٢٠) / تصنيف مستويات علاقات الارتباط

ت	مستوى علاقة الارتباط	مقدار الارتباط R
1	علاقة ارتباط منخفضة (سلبية او ايجابية)	اذا كان معامل الارتباط اقل من 0.00-0.30 ±
2	علاقة ارتباط قوية (سلبية او ايجابية)	اذا كان قيمة معامل الارتباط بين 0.31-0.70 ±
3	علاقة ارتباط قوية جدا (او تامة) (سلبية او ايجابية)	اذا كان معامل قيمة الارتباط اعلى من 0.71-0.99 ±
4	لا توجد علاقة ارتباط	اذا كان معامل قيمة الارتباط 0
5	علاقة ارتباط تامة (سالبة او موجبة)	1±

#### المصدر: من إعداد الباحث باعتماد الادبيات الاحصائية

إذ يشير الجدول (٢١) بوجود علاقة ارتباط معنوية بين سلوك العمل الابداعي واليقظة الاستراتيجية، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط البسيط بينهما (\*\*\*) 0.696. وهذا تشير لقوة العلاقة بينهما، وإن ما يدعم ذلك ان معنويتها ظهرت عند مستوى (1%) وبدرجة ثقة (99%) والجدول (٢١) يوضح تلك العلاقة، مما سبق يتضح قبول الفرضية الرئيسية الأولى التي نصت على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين سلوك العمل الابداعي واليقظة الاستراتيجية) بمستوى معنوية (1%) أي إن نتيجة القرار مقبولة بدرجة ثقة (99%)

جدول (21) / مصفوفة معاملات الارتباط بين سلوك العمل الابداعي وابعاده واليقظة الاستراتيجية

	توليد الفكرة	ترويج الفكرة	تنفيذ الفكرة	سلوك العمل الابداعي
اليقظة الاستراتيجية	Pearson Correlation	.596**	.599**	.630**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	72	72	72

المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.25

وتتفرع من هذه الفرضية ثلاث فرضيات فرعية هي :

1. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية لبعده توليد الفكرة مع اليقظة الاستراتيجية: يظهر تحليل الارتباط الظاهر في جدول (21) بان هنالك علاقات ارتباط قوية (لأنها اكبر من 0.30) وذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) بين بعد توليد الفكرة ومتغير اليقظة الاستراتيجية اذ بلغت قيمة معامل الارتباط البسيط بينهما (\*0.596). وتدعم هذه النتيجة صحة الفرضية الفرعية (1).
2. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية لبعده ترويج الفكرة واليقظة الاستراتيجية: يظهر جدول مصفوفة الارتباط (21) بان هنالك علاقات ارتباط ايجابية قوية ودالة معنوية بين بعد ترويج الفكرة ومتغير اليقظة الاستراتيجية اذ بلغت علاقة الارتباط (\*0.599) في حين بلغت معنوية علاقات الارتباط (0.000). اذ تظهر مخرجات الجدول وجود علاقة ارتباط معنوية عند مستوى (1%) ، اذ تدعم هذه النتيجة صحة الفرضية الفرعية (2).
3. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية لبعده تنفيذ الفكرة واليقظة الاستراتيجية: يشير جدول (21) الى مصفوفة الارتباط التي توضح ان هنالك علاقات ارتباط قوية وذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) ظاهرة بين بعد تنفيذ الفكرة ومتغير اليقظة الاستراتيجية اذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (\*0.630) وتدعم هذه النتيجة صحة الفرضية الفرعية (3).

#### ثانياً: اختبار فرضيات التأثير بين متغيرات البحث

نتناول هذه الفقرة بيان مستوى علاقات التأثير المباشر واتجاهها بين متغيرات البحث (سلوك العمل الابداعي، اليقظة الاستراتيجية) وكما يلي: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية اعتمد الباحث في اختبار فرضيات التأثير المباشرة على الإنموذج الهيكلي باستخدام معادلة النمذجة الهيكلية عن طريق استخدام برنامج (Smart PLS V.20). ويستخدم هذا الانموذج للتأكد من ملائمة إنموذج البحث مع البيانات المستخدم للعينة. والشكل (5) هو الانموذج الهيكلي للبحث الذي يوضح (سلوك العمل الابداعي) كمتغير مستقل و(اليقظة الاستراتيجية) كمتغير معتمد اما الاسهم ذات الاتجاه الواحد فتمثل علاقة التأثير (قيمة  $\beta$ ) اما القيمة الظاهرة في الدائرة لليقظة الاستراتيجية فتمثل معامل التفسير ( $R^2$ ) ولغرض تفسير مستوى تلك التأثيرات ومدى مطابقة الانموذج تم الاعتماد على معايير لتقييم الانموذج الهيكلي وفق اسلوب نمذجة المربعات الصغرى PLS-SEM اذ يتضح من خلال شكل (5) ان سلوك العمل الابداعي قادر على تفسير ما نسبته (48%) من التغيرات التي تطرأ على اليقظة الاستراتيجية في شركة الاتحاد للصناعات





جدول (٢٢) / تقديرات إنموذج تأثير سلوك العمل الابداعي في اليقظة الاستراتيجية

معامل التحديد R <sup>2</sup>	S.R.W	P value	T value	المسار	GoF	Q2
0.485	0.696	0.000	10.887	سلوك العمل الإبداعي--> اليقظة الاستراتيجية	0.507	0.141

المصدر: إعداد الباحث باعتماد مخرجات برنامج Smart PLS V.20

ويبين شكل (٦) أن أبعاد سلوك العمل الابداعي قادرة على تفسير ما نسبته (49.6%) من التغيرات التي تطرأ على اليقظة الاستراتيجية في شركة الاتحاد للصناعات الغذائية المحدودة - صناعة السكر والزيت اما باقي النسبة (50.4%) فتعزى لإسهامات متغيرات اخرى غير داخلية في انموذج البحث الحالي، وهي قدرة جيدة لتفسير المستقلات للتغير الحاصل في المعتمد، كما يوضح جدول (٢٣) أن معيار القدرة التنبؤية للمتغيرات المستقلة للتنبؤ بالتغيرات في المتغير المعتمد (Q2) والذي يجب أن يكون أكبر من (0) اذ بلغ (0.143) وهو مؤشر جيد كما ان مؤشر جودة المطابقة (GoF) للانموذج كانت ضمن مستوى جيد فقد حقق نسبة (0.599) (اذا كانت النسبة اقل من 0.10 لا يوجد تطابق ما بين (0.1-0.25) تطابق ضعيف ما بين (0.25-0.36) تطابق معتدل واذا كان اكبر من 0.36 فهو تطابق جيد) وتتفرع من هذه الفرضية ثلاث فرضيات فرعية :

#### ١. الفرضية الفرعية الاولى: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لتوليد الفكرة في اليقظة الاستراتيجية:

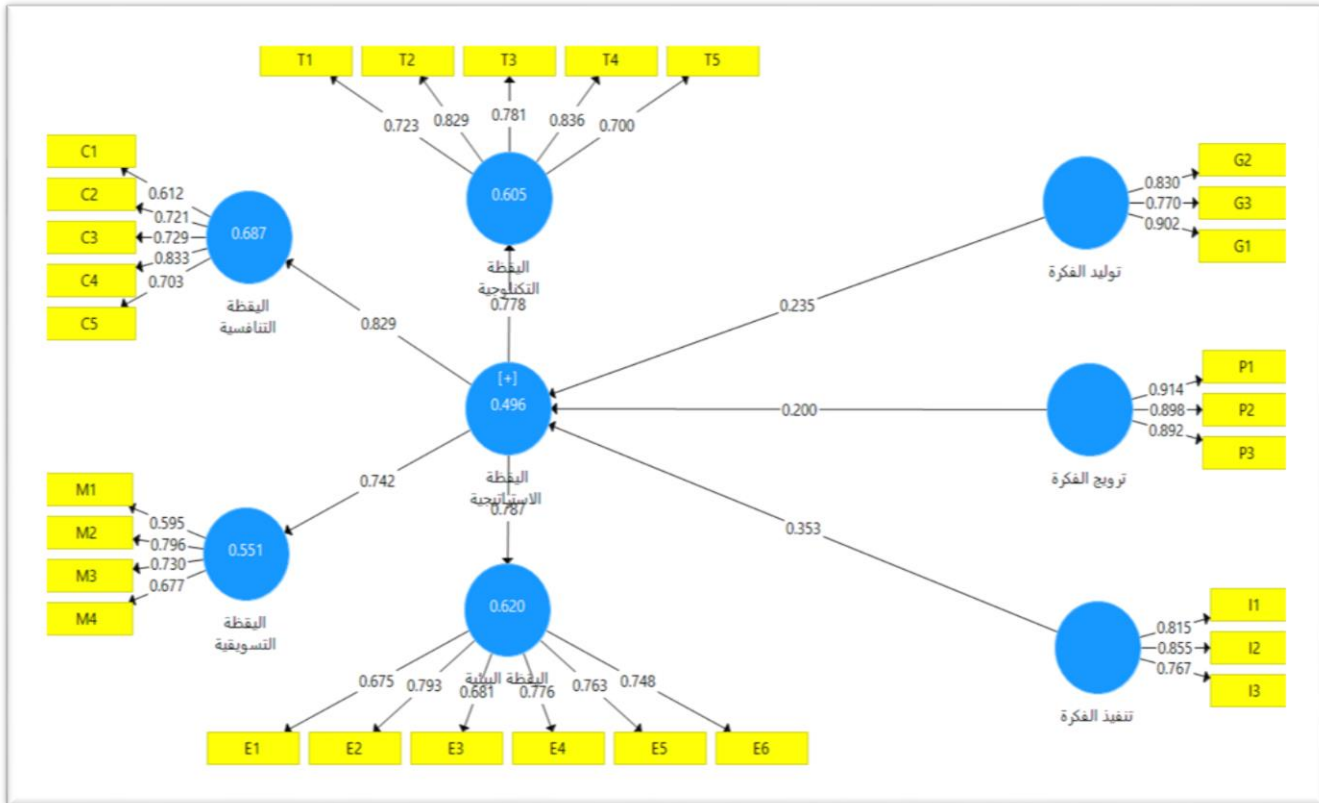
يتضح من الجدول (٢٣) أن قيمة معامل الميل الحدي ( $\beta$ ) بين توليد الفكرة واليقظة الاستراتيجية والبالغ (0.01,  $\beta = 0.235$ ) هي قيمة موجبة معنوية فضلاً عن ان قيمة t كانت اكبر من (1.96) اذ بلغت (4.454) وهي تحقق الشرط المطلوب، ونتيجة لمخرجات إنموذج الهيكلية لعلاقة التأثير بين توليد الفكرة واليقظة الاستراتيجية تقبل الفرضية الفرعية الاولى من فرضيات التأثير المباشر بين ابعاد سلوك العمل الابداعي واليقظة الاستراتيجية. وشكل (6) وجدول (٢٣) يوضح الانموذج الهيكلية المختبر ومسارات الانحدار وملخص التحليل (تقديرات الانموذج)

#### ٢. الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لترويج الفكرة واليقظة الاستراتيجية:

يعرض الشكل (٦) والجدول (23) مخرجات العلاقة بين ترويج الفكرة واليقظة الاستراتيجية. اذ تعرض النتائج بأن تأثير ترويج الفكرة بلغ ( $\beta = 0.200$ ,  $P < 0.05$ ) وهو تأثير ايجابي ومعنوي عند مستوى (5%) فضلاً عن قيمة t التي بلغت (5.152) وهي اكبر من المعيار المحدد لقبولها والذي يجب ان يكون اكبر من (1.96)، ونتيجة لمخرجات إنموذج الهيكلية لعلاقة التأثير بين ترويج الفكرة واليقظة الاستراتيجية تقبل الفرضية الفرعية الثانية .

٣. الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لتنفيذ الفكرة واليقظة الاستراتيجية:

يعرض الشكل (٦) والجدول (23) مخرجات العلاقة بين تنفيذ الفكرة واليقظة الاستراتيجية وتنبأ هذه الفرضية بان تنفيذ الفكرة سيكون له تأثير ايجابي في اليقظة الاستراتيجية. اذ بلغ هذا التأثير  $\beta = 0.353$  وهي  $P < 0.05$  وهو تأثير ايجابي ومعنوي عند مستوى (5%) فضلاً عن قيمة t التي بلغت (4.241) وهي اكبر من المعيار المحدد لقبولها والذي يجب ان يكون اكبر من (1.96)، ونتيجة لمخرجات إنموذج الهيكلية لعلاقة التأثير بين تنفيذ الفكرة واليقظة الاستراتيجية تقبل الفرضية الفرعية الثالثة.



شكل (6) المسارات الانحدارية للفرضيات الفرعية للفرضية الثانية وفق اسلوب نمذجة المعادلة الهيكلية

جدول (٢٣) / تقديرات إنموذج التأثير بين ابعاد سلوك العمل الابداعي واليقظة الاستراتيجية

معامل التحديد R <sup>2</sup>	S.R.W	P value	T value	المسار	جودة المطابقة GoF	Q2
0.496					0.599	0.143
	0.235	0.000	4.454	توليد الفكرة – اليقظة الاستراتيجية		1
	0.200	0.039	5.152	ترويج الفكرة – اليقظة الاستراتيجية		2
	0.353	0.020	4.241	تنفيذ الفكرة – اليقظة الاستراتيجية		3

المصدر: من إعداد الباحث باعتماد مخرجات برنامج Smart PLS V.20

وانطلاقاً مما جاء عن طريق تحليل النتائج الدراسة الميدانية واختبار صحة الفرضيات أظهرت النتائج أن الأفراد العاملين في شركة الاتحاد لصناعة السكر يرون ان اليقظة الاستراتيجية متوفرة بدرجة عالية ذلك عن طريق أنواعها الأربعة المتمثلة في اليقظة التكنولوجية واليقظة التنافسية واليقظة التجارية وكذا اليقظة البيئية، كما بينت النتائج كذلك أن مستوى سلوك العمل الإبداعي لأفراد الشركة هو مرتفع بالمجمل، وأن هذا الأخير يتأثر ببعض مكونات اليقظة الاستراتيجية.

## الفصل الرابع الاستنتاجات والتوصيات

المبحث الأول : الاستنتاجات

المبحث الثاني : التوصيات

## الفصل الرابع الاستنتاجات والتوصيات

### المبحث الأول الاستنتاجات

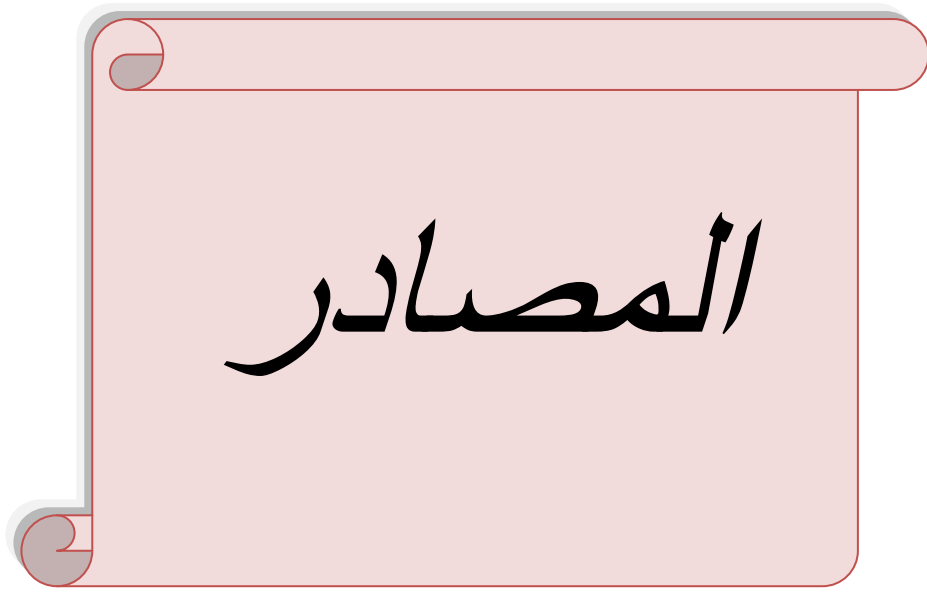
يستعرض هذا المبحث عدداً من الاستنتاجات التي توصل اليها الباحث استناداً الى الجانب الميداني وكما يأتي :

١. أظهرت نتائج التحليل الاحصائي لأجابات العينة توافر ابعاد سلوك العمل الابداعي في الشركة ميدان البحث وبدرجة عالية .
  ٢. ١. أظهرت نتائج التحليل الاحصائي لأجابات العينة توافر ابعاد اليقظة الاستراتيجية في الشركة ميدان البحث وبدرجة عالية .
  ٣. أظهرت نتائج البحث الميداني ان الوسط الحسابي العام لأبعاد اليقظة الاستراتيجية مرتفع ومتقارب مع الوسط الحسابي لمؤشرات سلوك العمل الابداعي مما يعني ان هذه الابعاد والمؤشرات قد لاقت قبولاً من الافراد المبحوثين وان هناك اهتمام جدي بموضوع سلوك العمل الابداعي واليقظة الاستراتيجية في ظل مؤشراتهما.
  ٤. ان توافر ابعاد سلوك العمل الابداعي يؤدي الى زيادة توافر ابعاد اليقظة الاستراتيجية .
  ٥. تشير النتائج الى ان لأبعاد سلوك العمل الابداعي تأثير قوي في القدرة على تحقيق اليقظة الاستراتيجية ، أي ان زيادة سلوك العمل الابداعي سيؤدي الى زيادة اليقظة البيئية والتنافسية والتسويقية والتكنولوجية.
- اي تستطيع ادارة الشركة زيادة مستويات اليقظة الاستراتيجية في اقسامها عند زيادة مستويات العمل الابداعي .

## المبحث الثاني التوصيات

يستعرض هذا المبحث عدداً من التوصيات التي توصل اليها الباحث استناداً الى الجانب التطبيقي وكما يأتي :

١. ضرورة توفير مناخ ملائم يدعم سلوكيات العاملين الابداعية في الاعمال المناطة اليهم عن طريق تشجيع الابداع والابتكار واكتساب المعرفة من خلال تنوع مصادرها وامكانية تطبيقها في اعمالهم.
٢. بناء نظام معلومات متطور وتوظيف ملاك وظيفي متخصص .
٣. الاهتمام بالاستخبارات التسويقية .
٤. اجراء بحوث سوق مستمرة ودقيقة .
٥. اقامة شراكات استراتيجية مع الموردين لضمان بقاء تدفق المواد الاولية عن طريق :
  - أ- اجراء دراسات مسحية لآراء الزبائن .
  - ب-الاهتمام بشكاوي الزبائن وتوفير خط ساخن لتلقي المقترحات والشكاوى.
  - ت-تقديم خصومات او محفزات للزبائن الحاليين والذين مضى على تعاملهم مع الشركة مدة معينة.
٦. من الضروري ان تعنى الشركة مجتمع البحث بتفعيل آليات لتحديث هيكلية انشاء وحدات متخصصة بالبحث والتطوير للتحسس بالتحركات المفاجئة لتمكنها من الرد والاستجابة لما يجري في السوق من احداث والتكيف معها بما يضمن البقاء والاستمرار في بيئة الاعمال.
٧. ان سعي الشركة مجتمع البحث للتعرف على اذواق المستفيدين الحاليين والمحتملين تعد ضرورة للحفاظ على حصتها السوقية وضمان بقائها في سوق العمل والاستمرار في جذب زبائن آخرين.
٨. على الشركة مجتمع البحث تشجيع عامليها المبدعين في اعمالهم لرفع روحهم المعنوية وتقليل ضغوط العمل من اجل الارتقاء بالأداء المنظمي وتوفير مناخ ملائم يزيد من الرضا الوظيفي والتوجه بألية لعمل الشركة على تطبيقها التشجيع عن طريق :-
  - أ- منح الحوافز المعنوية ككتب الشكر .
  - ب-مكافئات مادية .
  - ت-الترشيح الى دورات خارجية .
٩. ايلاء الشركة عينة البحث الاهتمام بتطوير قدرات العاملين من خلال اقامة دورات تدريبية بهدف زيادة مهاراتهم وخبراتهم ليسخروها في التعامل مع التقنيات الحديثة والتي تتميز بتطورها السريع لتمكنهم من مقابلة المتطلبات الجديدة للعمل والتي لها تأثير مباشر بأستمرار المنظمة وبقائها في ميدان التنافس.



## المصادر References

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: المصادر العربية

أ. الكتب

١. الحسون، علاء، (٢٠١٠) "تنمية الوعي مناهج في ارتفاع المستوى الفكري وتشبيد العقلية الواعية"، دار الغدير للنشر، قم ايران.
- ب. الرسائل والاطاريح
١. حاضر، محمد سعود، (٢٠١٤) "المناخ التنظيمي وعلاقته بالأبداع الاداري لدى منتسبي الدفاع المدني بالمنطقة الشرقية"، رسالة ماجستير، جامعة نايف للعلوم الامنية، السعودية.
٢. حسين، انتصار عزيز، (٢٠١٥)، "العلاقة بين اليقظة الاستراتيجية والثقافة التسويقية واثرها في اتجاهات ادارة التسويق"، اطروحة دكتوراه، كلية ادارة واقتصاد، الجامعة المستنصرية، بحث غير منشور.
٣. خديجة، بو خريصة، (٢٠١٥)، "اليقظة الاستراتيجية ودورها في تنافسية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مؤسسة تكرير السكر رام مستغانم"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران.
٤. سريدي، سلمى وبوجمعة، نسرين (٢٠١٩)، "دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز التفكير الابداعي بالمؤسسة- دراسة حالة مؤسسة condor لصناعة الاجهزة الالكترونية والكهرومنزلية بولاية برج"، رسالة ماستر في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ٨ ماي ١٩٤٥ قالمه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير.
٥. الصفار، احمد عبد اسماعيل، (٢٠١٧)، "انعكاسات الذكاء الاستراتيجي واليقظة الاستراتيجية على اتخاذ القرارات وتأثيرها في استراتيجية وزارة الخارجية" اطروحة لأغراض الترقية الى درجة وزير مفوض، وزارة الخارجية، معهد الخدمة الخارجية.
٦. عبد الرحمن، اميرة، (2018) "العلاقة بين السلوك الابداعي واستدامة الميزة التنافسية على الولاء التنظيمي - بالتطبيق على عينة من المصارف السودانية"، رسالة دكتوراه، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، الخرطوم، السودان.
٧. نعوم، أسماء (2017) "أثر ضغوط العمل على السلوك الابداعي لدى العاملين": دراسة ميدانية في مؤسسة رغوة الجنوب"، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، الجزائر.
٨. نور العابدين، قوجيل، (٢٠١٢) "دور اليقظة الاستراتيجية في ترشيد الاتصال بين المؤسسة ومحيطها"، رسالة ماجستير، جامعة باجي مختار- عنابة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر.



٩. همد، سيف الدين جلال رشوان، (٢٠١٦)، "أثر أنماط القيادة على السلوك الإبداعي للعاملين دراسة عينة من البنوك السودانية"، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- ت. البحوث
١. امينة، بن علي، (٢٠١٨)، "دور اليقظة الإستراتيجية في خلق ميزة تنافسية في السوق المستهدف لمؤسسة تيليكوم الجزائر"، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، مجلد (١)، عدد (١٠).
٢. بلحاج، مريم، (٢٠١٧)، "اليقظة الاستراتيجية ضرورة حتمية للاستمرار في البيئة المعاصرة"، مجلة اقتصاديات المال والاعمال، المجلد ٢، العدد ١١.
٣. بن السعدي جمال وزاوش رضا وجساس كلثوم، (٢٠١٧)، "اليقظة الاستراتيجية كعامل لاستمرارية الأداء"، ملتقى دولي حول: التحول الرقمي للمؤسسات و النماذج التنبؤية على المعطيات الكبيرة -13 12 نوفمبر.
٤. الحدابي، داود عبد الملك وآخرون، (٢٠١١) "مستوى مهارات التفكير الابداعي لدى الطابة المعلمين في الاقسام العلمية في كلية التربية والعلوم التطبيقية"، المجلة العربية لتطوير التفوق، العدد3، المجلد2، اليمن.
٥. حسين، حسين وليد، (٢٠١٨)، "ممارسات التفكير الرشيق لإدارة الموارد البشرية ودورها في تعزيز اليقظة الاستراتيجية للمنظمة" مجلة الكلية الإسلامية الجامعة، المجلد ١٣، العدد ٤٩.
٦. داود، فضيلة سلمان و ابراهيم، حسين علي (٢٠١٧)، "اليقظة الاستراتيجية ودورها في تحسين مستوى الخدمات التمريضية" بحث تطبيقي في مستشفى غازي الحريري"، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، المجلد ٢٣، العدد ٩٦.
٧. رشيد، صالح عبد الرضا ومزهر، زينب حميد (٢٠١٧) "توظيف سلوكيات القيادة البارعة لتعزيز سلوك العمل الابداعي : دراسة إستطلاعية لآراء عينة من أعضاء الهيئة التدريسية في كليات جامعة القادسية"، مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية المجلد (٨) العدد (١).
٨. الزبيدي، غني دحام ومهدي، صفا عبد الجبار (٢٠١٨) "انعكاس رأس مال النفس الايجابي في تطوير السلوك الإبداع للعاملين بحث ميداني في عينة من شركات وزارة الاعمار والاسكان"، مجلة دنانير، العدد الثاني عشر.
٩. العقلة، إحسان، (٢٠١٨) "طرق التفكير الابداعي"، / <https://mawdoo3.com> بتاريخ (٢٠١٨/١٢/٢٥).
١٠. علي، أمينة عبد القادر والحاكم، علي عبد الله (٢٠١٥)، "العلاقة بين مقومات ومعوقات الإبداع الإداري بالمؤسسات السودانية (دراسة تطبيقية على بعض منظمات الأعمال متعددة الأنشطة العاملة بمدينة الخرطوم"، عمادة البحث العلمي، مجلة العلوم الاقتصادية العدد (١) 16 vol.

١١. علي، عالية جواد محمد (٢٠١٦)، "دور السلوك الابداعي للأفراد في تحقيق ريادة المنظمات الحديثة: دراسة استطلاعية في الشركة العامة للصناعات الصوفية في بغداد"، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية. العدد (٨٩)، المجلد (٢٢) .
١٢. العولقي، عبد الله أحمد (٢٠١٩)، "أثر القيادة الجديرة بالثقة في تنمية سلوك العمل الإبداعي - راس المال النفسي كمتغير وسيط: بالتطبيق على المؤسسة العامة للاتصالات اليمنية" مجلة اقتصاد المال والأعمال JFBE ، المجلد / 03 العدد/٠٣ .
١٣. الكيلاني، احمد وابو بكر احمد وابو العيلة حسن، (٢٠١٨)، "التمكين الإداري وعلاقته بتعزيز القدرات الابداعية لدى موظفي قطاع الخدمة المدنية في دولة فلسطين: دراسة حالة ديوان الموظفين العام أنموذجاً"، ورقة علمية مقدمة الى المؤتمر الدولي الخاص بموضوع المرونة الادارية بالتعاون مع المؤسسة الدولية للعلوم الادارية (IIAS) ورئاسة الحكومة التونسية ومعهد الادارة العامة التونسي.
١٤. المبيضين، محمد زيب والطراونة محمد أحمد (٢٠١١)، "أثر التمكين الإداري في السلوك الإبداعي لدى العاملين في البنوك التجارية الأردنية"، دراسات العلوم الإدارية، المجلد ٣٨، العدد ٢، الجامعة الاردنية.
١٥. محمود ، ناجي عبد الستار ومهدي، حكمت مهدي، (٢٠١٩)، "أنواع اليقظة الاستراتيجية مدخلا للتجديد الاستراتيجي دراسة استطلاعية لآراء عينة من القيادات الإدارية في شركة ديالى العامة للصناعات الكهربائية"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد ١٥ العدد ٤٧ ج ٢.

## ثالثاً: المصادر الأجنبية

**A. BOOK:**

1. Daft, R. L., (2001), "**Organization Theory and Design**,7/e, South-Western College Publishing, USA.
2. Dewberry, C. (2004) "**Statistical Methods for Organizational Research : Theory and practice**", First published, Published in the Taylor & France.
3. Hair, J, Celsi, M,Ortinou, D, and Bush, R. (2013). **Essentials of marketing research**. New York, NY: Mc Graw-Hill/Irwin.
4. Hair, J, Huult, T, Ringle, C, and Sarstedt, M. (2017). **A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)**. Los angeles: Sage.
5. Hair, J, Sarstedt, M, Ringle, C, Gudergan, P and (2016). **Advanced Issues in partial least squares structural equation modeling**. Los angeles: Sage.
6. Sunders, Mark; Lewis, Philp; Thornhill, Andrian (2009), "**Research metods foe business students**", Prentice Hall.

**B. Thesis & dissertations:**

1. Al-Saffar, Ahmed Abd Ismail (2017) "**The implications of strategic intelligence and vigilance strategy to make decisions and their impact on the strategy of the Ministry of Foreign Affairs**", "a thesis for the purposes of promotion to the rank of Minister Plenipotentiary, Ministry of Foreign Affairs, Institute of Foreign Service.
2. Asma, Philly (2014) "**The Economic Intelligence in the Algerian Institution: Reality and Efforts / SNBI, Rubaih University**", Abu Bakr Belqayd University, Tlemcen, Faculty of Economic Sciences, Commercial Sciences and Management Sciences. Graduation note within the requirements of the Master's Degree in Management Science. Strategy and Economic Intelligence.
3. Cabezas, H. P. M. (2013). **On innovation as an effect- driven work behavior**. Doctoral thesis, University of Sheffield.
4. Hussein, Antasar Aziz (2015) "**The relationship between strategic alertness and marketing culture and its impact on the orientations of marketing management**", Mustansiriya University - Faculty of Management and Economics, PhD thesis.
5. Nijenhuis, K. (2015). **Impact factors for innovative work behavior in the public sector: The case of the Dutch Fire Department**", Master thesis of Business Administration, University of Twente.

### C. Journals

1. Afsar, B., Badir, Y.F., Saeed, B.B. and Hafeez, S. (2017), **“Transformational and transactional leadership and employee’s entrepreneurial behavior in knowledge-intensive industries”**, The International Journal of Human Resource Management, Vol. 28 No. 2, pp. 307-332
2. Agbim, K. C., Oriarewo, G. O. and Omattah, A (2013). **An exploratory study of the relationship between innovation and change management**. International Journal of Scientific and Research Publications, Vol. 3, Issue 6, 1-7.
3. Aisha Zubair and Anila Kamal, (2017), **Perceived Authentic Leadership, Psychological Capital, and Creative Work Behavior in Bank Employees**, Pakistan Journal of Psychological Research, Vol. 32, No. 1, 35-53.
4. Akram, T., Lei, S., Haider, M.J. and Hussain, S.T. (2018), **“Exploring the impact of knowledge sharing on the innovative work behavior of employees: a study in China”**, International Business Research, Vol. 11 No. 3, pp. 186-199
5. Allawi, Nassira. (2016). **The reality of strategic vigilance in the Seidal complex**. Al-Bashaer Economic journal,1(6).
6. Birdi, K., Leach, D. and Magadley, W. (2016), **“The relationship of individual capabilities and environmental support with different facets of designers’ innovative behavior”**, Journal of Product Innovation Management, Vol. 33 No. 1, pp. 19-35
7. Dawood, Fadhiela Salman & Abbas, Ali Fakhri (2018) **"The Role of Strategic Vigilance in the Operational Performance of the Banking Sector: Field Research in aSample of Private Banks"** European Journal of Business and Management, Vol.10, No.21.
8. De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010) **"Measuring innovative work behavior**, Creativity and Innovation Management, 19(1), 23-36.
9. Faeroz, Zeroukhi and Fatima Zahra, Saker (2010) **"The role of strategic vigilance in raising the competitiveness of economic institutions "**Fourth International Forum on competition and competitive strategies for industrial enterprises outside the hydrocarbons sector in the Arab countries, University of Algeria.
10. Hammoudi, W., Ibrahim, B. & Ameen, T. (2019). **Strategic wake and its role in enhancing career maturity: An analytical study of a sample of managers in Mobile Telecommunications Company/ Zain Iraq**. Kirkuk University Journal of Economic and Administrative Sciences, 9 ,(2).

11. Heintz , Christophe & Karabegovic , Mia & Molnar , Andras (2016) **The Coevolution of Honesty and Strategic Vigilance** , journal of Frontiers in Psychology | www.frontiersin.org , Vol 7.
12. Lee Do Hyung, Alisher Tohirovich Dedahanov & Jaehoon Rhee (2016) **Moderating role of external networks and mediating effect of innovation performance on the relationship between technology orientation and firm performance** , Asian Journal of Technology Innovation, 2015 Vol. 23, No. 3, 321 –334
13. MAHMOOD, ZAINAB MAKKI, ALI AHMED FARIS AND JINAN MAHDI AL- DAHAN (2020) **"The Blind Spots Leadership and Its Effect in Achieving the Strategic Vigilance"**, The Lepidoptera Research Foundation, The Journal of Research on the Lepidoptera Volume 51 (2): 572-588.
14. Maqbool, S., Cerne, M. & Bortoluzzi, G. (2019), **“Micro-foundations of innovation: employee silence, perceived time pressure, flow and innovative work behaviour”**, European Journal of Innovation Management, Vol. 22 No. 1, pp. 125-145.
15. Messmann, Gerhard and Mulder, Regina H.,(2020) **Short measure of innovative work behavior**, Faculty of Human Sciences, University of Regensburg, Regensburg, Germany, International Journal of Manpower, Volume: 41 Issue: 7
16. Mónus , Ferenc (2018) **Competing activities as measures of fear and vigilance** , journal Animal Sentience , Vol 114: pp1-5
17. Omran, H. & Abuongem, M. (2019) **"The role of strategic vigilance in achieving strategic success Field study at Libyana mobile phone company Sabha**. Journal of Pure & Applied Sciences, 18(2).
18. Örnek, Ali Şahin and Ayas ,Siyret, (2015) **"The Relationship Between Intellectual Capital, Innovative Work Behavior and Business Performance Reflection**, Procedia - Social and Behavioral Sciences 195. World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship, 1387 – 1395.
19. Ruhnke, M. & Mulder, R.H. (2016). **Ambidextrous Leadership and Innovative Work Behaviour**. Working paper. 1-15. Retrieved from: <https://www.ufhrd.co.uk/wordpress/wp-content/uploads/>.
20. Saeed, B.B., Afsar, B., Cheema, S. and Javed, F. (2019), **“Leader-member exchange and innovative work behavior”**, European Journal of Innovation Management, Vol. 22 No. 1, pp. 105-124

21. Sameer, Yomna M.(2018), **Innovative behavior and psychological capital: Does positivity make any difference?** , Journal of Economics and Management, Vol. 32 (2) , ISSN 1732-1948.
22. Savescu, H (2014) **Mediating role of Strategic Supply Management on Performance**, Journal of the Royal Society Interface , vol.2.
23. Tende, F & B.C, Onuoha , (2020) **“Strategic alertness and organisational health: A study of the manufacturing Industry in Rivers State”**, Scholarly Journal of Business Administration, Vol. 9(1).
24. Waheed, M., Klobas, J.E. and Kaur, K. (2016), **“The importance of actual use in defining and measuring innovative behaviour: comparison of e-book reader users and non-users”**, Journal of Librarianship and Information Science, Vol. 49 No. 4, pp. 368-379.
25. Zarnegarian, Yousef (2020) **"Promoting Innovative Work Behavior through Human Resources Actions and Psychological Capital: Analysis of Mediating Role of Human Resources Flexibility"**, Shahid Sattari Air University, Faculty of Management , Journal of Human Resource Studies, Volume 10, Issue 1, p.p 135-154.

الملاحق

## الملحق (١) / جدول احتساب العينة

حجم موتعم البحث	حجم العينة	حجم موتعم البحث	حجم العينة	حجم موتعم البحث	حجم العينة
10 ⇒	10	220 ⇒	140	1200 ⇒	291
15 ⇒	14	230 ⇒	144	1300 ⇒	297
20 ⇒	19	240 ⇒	148	1400 ⇒	302
25 ⇒	24	250 ⇒	152	1500 ⇒	306
30 ⇒	28	260 ⇒	155	1600 ⇒	310
35 ⇒	32	270 ⇒	159	1700 ⇒	313
40 ⇒	36	280 ⇒	162	1800 ⇒	317
45 ⇒	40	290 ⇒	165	1900 ⇒	320
50 ⇒	44	300 ⇒	169	2000 ⇒	322
55 ⇒	48	320 ⇒	175	2200 ⇒	327
60 ⇒	52	340 ⇒	181	2400 ⇒	331
65 ⇒	56	360 ⇒	186	2600 ⇒	335
70 ⇒	59	380 ⇒	191	2800 ⇒	338
75 ⇒	63	400 ⇒	196	3000 ⇒	341
80 ⇒	66	420 ⇒	201	3500 ⇒	346
85 ⇒	70	440 ⇒	205	4000 ⇒	351
90 ⇒	73	460 ⇒	210	4500 ⇒	354
95 ⇒	76	480 ⇒	214	5000 ⇒	357
100 ⇒	80	500 ⇒	217	6000 ⇒	361
110 ⇒	86	550 ⇒	226	7000 ⇒	364
120 ⇒	92	600 ⇒	234	8000 ⇒	367
130 ⇒	97	650 ⇒	242	9000 ⇒	368
140 ⇒	103	700 ⇒	248	10000 ⇒	370
150 ⇒	108	750 ⇒	254	15000 ⇒	375
160 ⇒	113	800 ⇒	260	20000 ⇒	377
170 ⇒	118	850 ⇒	265	30000 ⇒	379
180 ⇒	123	900 ⇒	269	40000 ⇒	380
190 ⇒	127	950 ⇒	274	50000 ⇒	381
200 ⇒	132	1000 ⇒	278	75000 ⇒	382
210 ⇒	136	1100 ⇒	285	100000 ⇒	384

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610



الملحق (٢) / استبانة البحث (المقياس المحكم)

University of Karbala  
Faculty of Administration and Economics  
Business Management Department



جامعة كربلاء  
كلية الإدارة والاقتصاد  
قسم إدارة الاعمال

م / استمارة استبانة

إلى السادة والسيدات الافاضل ..... المحترمين

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ...

نضع بين أيديكم استمارة استبانة وهي جزء من متطلبات انجاز بحث إدارة الأعمال / دبلوم عالي في إدارة المشاريع / بعنوان ( دور سلوك العمل الإبداعي في تعزيز اليقظة الاستراتيجية : دراسة استطلاعية تحليلية لآراء عينة من شركة الأتحاد للصناعات الغذائية المحدودة ) وأملنا كبير في تعاونكم معنا في قراءة فقرات الاستمارة والإجابة عنها، إن نجاح هذا الدراسة يعتمد على درجة استجابتكم وبما يتمثل فيها من الدقة والموضوعية، على أمل أن تخرج بنتائج تخدم مسيرة الدراسة العلمي، ولكي تكتمل الصورة يرجى ملاحظة النقاط المهمة الآتية :-

- 1- أن الإجابات ستستخدم لأغراض علمية بحتة فلا حاجة لذكر الأسماء والتوقيع على الاستمارة.
- 2- يرجى أن تكون الإجابة على أساس الواقع الموجود في الشركة وليس على أساس ما ترونه مناسباً وصحياً.
- 3- يرجى الإجابة بوضع علامة ( ✓ ) أمام اختيار واحد لكل سؤال ترونه يعكس الواقع أو هو أقرب لذلك.

شاكرين لكم سلفاً جهودكم وحسن تعاونكم معنا مع فائق شكرنا وتقديرنا

اشراف

أ.م.د احمد عبد الله الشمري  
جامعة كربلاء / كلية الإدارة والاقتصاد  
قسم ادارة الاعمال

الباحث

رحمن طاهر جابر  
طالب دبلوم إدارة المشاريع  
كلية الادارة والاقتصاد / قسم ادارة الاعمال

## المحور الأول : معلومات عامة

بيانات شخصية – يرجى وضع إشارة ( ✓ ) في المربع المناسب

- النوع الاجتماعي: ذكر  أنثى
- الفئة العمرية: 30-21  40 – 31  50-41  60 - 50  61 فأكثر
- التحصيل العلمي: دبلوم  بكالوريوس  دبلوم عال  ماجستير  دكتوراه
- سنوات الخدمة: 5-1  10-6  15-11  20-16  30 – 21  31 فأكثر
- عدد الدورات المشارك بها: 3-1  6-4  9-7  10 فأكثر  لا يوجد
- الموقع

## المحور الثاني : الأسئلة المتعلقة بأبعاد سلوك العمل الابداعي

## 1. توليد الفكرة

ت	تسعى الشركة الى:	الأسئلة				
		اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق بشدة	لا اتفق بشدة
1	توليد أفكار جديدة للقضايا الصعبة .					
2	البحث عن أساليب أو تقنيات أو أدوات عمل جديدة .					
3	إيجاد حلول الابداعية للمشاكل .					

## 2. ترويج الفكرة

ت	تسعى الشركة الى:	الأسئلة				
		اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق بشدة	لا اتفق بشدة
4	حشد الدعم للأفكار الابداعية					
5	الحصول على الموافقة على الأفكار الابداعية					
6	جعل أعضاءها المهمين متحمسين للأفكار الابداعية					

## 3. تنفيذ الفكرة

ت	تسعى الشركة الى:	الأسئلة				
		اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق بشدة	لا اتفق بشدة
7	تحويل الأفكار الابداعية إلى تطبيقات مفيدة					
8	إدخال الأفكار الابداعية في بيئة العمل بطريقة منتظمة					
9	تقييم فائدة الأفكار الابداعية					

## المحور الثاني : الأسئلة المتعلقة بأبعاد اليقظة الاستراتيجية

## أ. اليقظة التكنولوجية :

ت	الفقرات	بدائل الإجابة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق مطلقاً
١٠	تراقب الشركة كل ما هو جديد في مجال تقديم المنتجات والخدمات				
١١	تعمل الشركة على إحداث تغييرات إيجابية واستعمال أساليب حديثة وتوفير الخدمات باستخدام أفضل التقنيات العلمية				
١٢	تحرص إدارة الشركة على تدريب الموظفين باستمرار على التقنيات الجديدة.				
١٣	تسعى الشركة لشراء أحدث التقنيات لتسريع إنجاز طلبيات الزبائن.				
١٤	تسعى الشركة للحصول على أحدث التطورات التكنولوجية في مجال عملها.				

## ب. اليقظة التنافسية :

ت	الفقرات	بدائل الإجابة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق مطلقاً
١٥	تراقب إدارة الشركة تحركات الشركات الأخرى بحذر وتعمل على أن تكون استباقية في تقديم منتجاتها وخدماتها.				
١٦	تتميز إدارة الشركة بالقدرة على الحفاظ على الانتباه وعدم تجاهل تحركات المنافسين.				
١٧	تقوم إدارة الشركة بتقييم منتجاتها وخدماتها بالرجوع إليها.				
١٨	هناك ذكاء تنافسي في الشركة لمعرفة اتجاه الزبائن والمنافسين.				
١٩	تستخدم إدارة الشركة إستراتيجيات تنافسية (تكلفة أقل ، تمايز ، جودة أعلى ، سرعة توصيل) حسب الموقف.				

## ج. اليقظة التسويقية :

ت	الفقرات	بدائل الإجابة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق مطلقاً
٢٠	لدى الشركة موارد مالية كافية للوفاء بالتزاماتها المختلفة.				
٢١	لدى إدارة الشركة القدرة على تحديد الفجوة بين منتجاتها/خدماتها واحتياجات السوق.				
٢٢	سعى الشركة إلى اعتماد أساليب تقديم منتجات/خدمات تلبي متطلبات الزبائن.				
٢٣	يجب أن تكون الشركة مرنة لبذل جهودها وطاقتها تجاه الأسواق ، وتجنب وجهات النظر التنافسية ، ثم وضع استراتيجية تسويق لكل فئة مستهدفة في تلك الأسواق.				

## د. اليقظة البيئية :

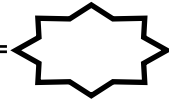
ت	الفقرات	بدائل الإجابة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق مطلقاً
٢٤	يقوم صانعو القرار بمراقبة الأحداث العشوائية غير المتوقعة أو ذات الإشارات الضعيفة.				
٢٥	تعمل إدارة الشركة في استجابة واعية للأحداث الظرفية.				
٢٦	تستوعب إدارة الشركة أيديولوجية البلد وفلسفته الاقتصادية والقوانين الساندة.				
٢٧	تسعى الشركة للمساهمة بشكل فاعل في حماية البيئة عن طريق المشاركة في المؤتمرات والندوات البيئية				
٢٨	تتحمل الشركة مسؤولية اجتماعية وبيئية تعزز ثقة الزبائن فيها				
٢٩	تسعى الشركة لتحقيق استدامة الأداء البيئي والاجتماعي معاً				

## الملحق (3)

اسماء السادة محكموا استبانة البحث<sup>١</sup>

مكان العمل	الاختصاص	الاسم الثلاثي	اللقب العلمي	الشهادة	ت
جامعة كربلاء	نظرية المنظمة والسلوك التنظيمي	ميثاق هاتف الفتلاوي	استاذ	دكتوراه	.1
جامعة كربلاء	إدارة استراتيجية	سحر عباس حسين	استاذ مساعد	دكتوراه	.2
جامعة كربلاء	سلوك تنظيمي	يزن سالم محمد	استاذ مساعد	دكتوراه	.3
جامعة كربلاء	ادارة موارد بشرية	صالح مهدي الحسناوي	استاذ مساعد	دكتوراه	.4
جامعة كربلاء	حوكمة الشركات	رشا عباس عبود	استاذ مساعد	دكتوراه	.٥

<sup>١</sup> جرى تثبيت اسماء المحكمين حسب اللقب العلمي اولاً ومن ثم الحروف الهجائية



## **Abstract**

The aim of the current research is to test the relationship between Innovative work behavior(Idea generation, idea promotion, idea implementation) and Strategic vigilance in its dimensions(Technology vigilance, competitive vigilance, marketing vigilance, environmental vigilance). The research problem was represented by a set of questions based on the researcher's perceptions, the most important of which was, is there a relationship between Innovative work behavior and strategic vigilance in its dimensions?

In order to achieve the research objectives, a hypothetical scheme was designed that clarifies the nature of the relationship between the current research variables and its sub-dimensions according to ready-made foreign standards.

Hypotheses were built to identify the level and nature of the relationship between Innovative work behavior and strategic vigilance in Al-Etihad Food Industries Ltd. to achieve the research objectives. The questionnaire was adopted as a main tool for collecting data and information from a sample of (72) workers in the research community.

The researcher used the statistical package (SPSS V.25) to reach the results related to the research and to test the stability and reliability of the scale and (the arithmetic mean, standard deviation, response level, response intensity, relative importance) for the statistical description, and (simple correlation coefficient, and the equation for structural model, In the Smart PLS program to test direct hypotheses between research variables and its sub-dimensions.

The research reached a set of conclusions, the most important of which were (that the dimensions of the Innovative work behavior are related and have a moral influence on the strategic vigilance variable with its dimensions in the company and the research community) and based on these conclusions the researcher presented a set of recommendations The most important of which is the need to provide an appropriate environment that supports the creative behavior of workers in the work assigned to them by encouraging creativity, innovation and knowledge acquisition through the diversity of its sources and the possibility of applying it in their work.that were mostly what resulted from the applied conclusions of the research.

**Key words: Innovative work behavior, strategic vigilance .**

Republic of Iraq  
Ministry of Higher Education and  
Scientific Research  
University of Karbala  
College of Administration and Economics  
Department of Business Management  
High Diploma in Project Management



# **The Role of Innovative Work Behavior in Enhancing Strategic Vigilance**

An analytical survey of the opinions of a sample of managers of Al-Etihad  
Food Industries Ltd. in Babil Governorate

A Submitted to Council of the College of Administration & Economics \  
University of Karbala, in Partial Fulfillment of The Requirements for Higher  
Diploma in Project Management

By

**Rahman Taher Jaber Al-Salhi**

Supervised By

**Ass. Pro. Dr. Ahmed Abdullah Amanah Al-Shummari**

2021 A.D.

1442 A.H.