

تأثير مقدرات الإبداع
الاستراتيجي في النجاح
الاستراتيجي (دراسة ميدانية)
في الشركة العامة للبطاريات
وزارة الصناعة والمعادن.

م.د. نسرین جاسم محمد

المستخلص:

يتناول البحث موضوعين مهمين هما مقدرات الإبداع الاستراتيجي التي تضم خمسة إبعاد والنجاح الاستراتيجي بأبعاده الثلاثة. تركز الدراسة على التعرف على طبيعة العلاقة بين هذين المتغيرين، وتأثير مقدرات الإبداع الاستراتيجي في النجاح الاستراتيجي في شركة صناعة البطاريات في وزارة الصناعة. تكونت عينة البحث من (50) موظفاً في الشركة. واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات ومن ثم تحليلها باستخدام الوسائل الإحصائية. وقد توصلت الدراسة إلى تكامل دور مقدرات الإبداع الاستراتيجي في تحقيق النجاح الاستراتيجي. قسمت الدراسة إلى أربعة أجزاء خصص الأول لمنهجية البحث والدراسات السابقة والثاني للمفاهيم النظرية لمتغيرات الدراسة والثالث لنتائج وتحليل البيانات والرابع للاستنتاجات والتوصيات والمراجع.

Abstract

The Research deals with The importaut Two Subjects , (capabilities of Strategic Innovation Which have Five dimensions and strategic success which have three dimensions) the study focuses on identifying the relationship between them in the Battery industry company in the ministry of industry in Iraq.

The sample was (50) persons who work in this company. The questionnair Use as the tool of data gathering and then , analyzed using statistical methods , the study reached to integrate the role of capabilities of strategic Innovation with strategic success. The research divided to four parties the first part devoted to research methodology , the secoud to the theoretical review of the research variables, the third to analysis the empirical results the last to the conclusion and recommendation

المقدمة:

أن تبني المدخل الاستراتيجي في عمل المنظمات قد نشأ بسبب التغيرات السريعة في البيئة وفي ظل التطورات التكنولوجية والاتصالية وبسبب ما جرفته رياح العولمة من تغييرات وهذا حتم على المنظمات الاستجابة لهذه الظروف الجديدة في بيئة غير مؤكدة من أجل الحفاظ على مكانتها وتطورها والبقاء في ميدان المنافسة ومواجهة التحديات وذلك من

خلال العمل عل توافر مقدرات ابداعية إستراتيجية لها الأثر في بناء الموارد وتحقيق النجاح الاستراتيجي، لذا فإن البحث يتناول مدخلين مهمين في الإدارة الإستراتيجية هما (مقدرات الإبداع الاستراتيجي والنجاح الاستراتيجي) في شركة صناعة البطاريات التابعة لوزارة الصناعة وهي من المنظمات الرائدة التي تعيش في بيئة يكتنفها الكثير من الغموض وعدم التأكد.

يتكون هذا البحث من أربعة أجزاء خصص الجزء الأول لمنهجية البحث والدراسات السابقة أما الجزء الثاني فيشمل الإطار النظري والمفاهيمي لمتغيرات الدراسة في حيث خصص الجزء الثالث لتحليل إجابات عينة البحث أما الجزء الأخير فقد شمل الاستنتاجات والتوصيات مع قائمة المصادر.

أولاً: منهجية البحث والدراسات السابقة

1- مشكلة البحث:

أن الحقيقة التي نعيشها في عالم اليوم هي أن المنظمات لا تستطيع أن تحافظ على بقائها ونموها في ظل التغيرات المتسارعة المحيطة بها. وفي ظل ثورة التكنولوجيا والمعلومات وزيادة شدة المواجهة التنافسية، ما لم تمتلك مقدرات إبداعية إستراتيجية تضمن لها النجاح الاستراتيجي في ظل تلك الظروف وبذلك يمكن القول أن الإبداع الاستراتيجي يعد عاملاً حاسماً في النجاح الاستراتيجي للمنظمات، أن المنظمات العراقية في ظل الانفتاح على التغيرات والتطورات والثورات في مجال العلوم والتكنولوجيا والاتصالات هي بأمس الحاجة إلى مقدرات إبداعية إستراتيجية تمكنها من الحفاظ على مكانتها ونموها وتطورها وصولاً إلى تحقيق النجاح الاستراتيجي.

ويمكن بلورة مشكلة البحث في التساؤلات الآتية:

1- ما هو مستوى توافر أبعاد مقدرات الإبداع الاستراتيجي والنجاح الاستراتيجي في المنظمة المبحوثة؟

2- ما هي طبيعة العلاقة بين مقدرات الإبداع الاستراتيجي والنجاح الاستراتيجي؟

3- ما هي طبيعة تأثير مقدرات الإبداع الاستراتيجي في النجاح الاستراتيجي؟

2- أهمية البحث وأهدافه:

تتبع أهميه البحث من طبيعة المتغيرات التي يتناولها البحث وهما مقدرات الإبداع الاستراتيجي والنجاح الاستراتيجي فكليةما يمثلان متغيرين معاصرين وضروريين لأي منظمة تسعى إلى مواكبة التطورات السريعة في عالم اليوم فضلاً عن سعيها للبقاء والتطور والنمو في ظل بيئة تنافسية يكتنفها الكثير من الغموض.

أما على صعيد الأهداف فيمكن تحديدها بالجوانب الآتية:

أ- الجانب النظري:

يهدف البحث إلى تقديم إطار فكري وفلسفي لكل من مقدرات الإبداع الاستراتيجي والنجاح الاستراتيجي ومحاولة الاستفادة من نتائج ما توصلت إليه الدراسات في هذا الجانب.

ب- الجانب التطبيقي:

1- تحديد طبيعة وقوة العلاقة بين مقدرات الإبداع الاستراتيجي والنجاح الاستراتيجي.

2- تحديد مدى تأثير مقدرات الإبداع الاستراتيجي في أبعاد النجاح الاستراتيجي.

3- فرضيات البحث.

أ- توجد علاقة ايجابية ذات دلالة معنوية بين مقدرات الإبداع الاستراتيجي والنجاح الاستراتيجي أجمالاً وأبعاداً.

ب- هناك تأثير ايجابي ذو دلالة معنوية لمقدرات الإبداع الاستراتيجي في أبعاد النجاح الإستراتيجي أجمالاً وأبعاداً.

3- منهجية البحث

تبنيت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى المعرفة الدقيقة لعناصر

المشكلة موضوعة البحث كون هذا المنهج يتسم بأنه يدرس الظاهرة على ارض الواقع.

4- أسلوب جمع المعلومات

يتم جمع المعلومات لموضوع البحث من خلال الآتي:-

- المصادر العلمية المختلفة (الكتب البحوث الدراسات)

- الاستبانة:- استخدمت الاستبانة لجمع البيانات الوصفية التي تم الحصول عليها من

أفراد العينة، وتم إتباع الخطوات الآتية في أعداد الاستبانة وتحكيمها وأعدادها بشكل

نهائي وتوزيعها وأخيراً جمعها.

أ- تصميم الاستبانة:

عمد البحث استبانة مقياس المتغيرات من خلال الدراسات السابقة بعد تكيفها مع أهداف الدراسة الحالية، والجدول (1) يبين المصادر التي اعتمدت في قياس متغيرات الدراسة في الاستبانة.

جدول (1) المصادر المعتمدة في القياس

متغيرات الدراسة	أرقام الفقرات	المصدر المعتمد في القياس
أولاً:- مقدرات الإبداع الاستراتيجي التعلم التنظيمي العمل الفرقي تبني إستراتيجية خلق للأبداع تبني إستراتيجية البحث والتطوير	16-1	المسعودي، 2007 Helliegel, 2001
	4-1	
	8-5	العبيدي، 2010
	12-9	
	16-13	
ثانياً:- النجاح الاستراتيجي البقاء في ميدان المنافسة النمو التكيف	28 - 17	الغزاوي، 2008
	20 - 17	الركابي 1999
	24 - 20	
	28 - 24	

ب. صدق الاستبانة

تم عرض الاستبانة بعد تصميمها على مجموعة من المحكمين، ذوي الخبرة والاختصاص لمعرفة آرائهم حول وضوح فقرات الاستبانة ومدى ملامتها لقياس المتغيرات، ولمزيد من صدق الاستبانة جرى ترتيب الاجابات عن عبارات المقياس تصاعدياً إذ تم تقسيمها إلى مجموعتين بالتساوي وأخذ (27%) من أعلى الدرجات واخذ (27%) من أدناها. ثم تم قياس الفرق بين المجموعتين باستخدام معامل الاختبار (Mann-Whitny) لحساب الفروق المعنوية.

ج- ثبات الاستبانة:

تستخدم اختبارات التجزئة النصفية (Split-Half) في قياس الثبات والتي تتلخص بإيجاد معامل الارتباط بين درجات الأسئلة الفردية في الاستبانة ودرجات الأسئلة الزوجية ويتم تصحيح معامل الارتباط بمعادلة (Spearman –Brown) وقد بلغ معامل الارتباط للاستبانة (0.90)، بما يعني أنها بمقاييسها المختلفة ذات ثبات عال ويمكن اعتمادها في أوقات مختلفة وللأفراد أنفسهم وتعطي نفس النتائج، وباستخراج معامل Alpha (Cronbach) لغرض التحقق من معامل ثبات الاستبانة بشكل أكبر. وقد بلغت قيمته لفقرات الاستبانة الكلية (0.92). وهذا يشير على درجة عالية من ثبات الاستبانة. فشملت (50) موظفاً في هذه الشركة وتم اختيارهم بطريقة عشوائية من أقسام وشعب الشركة. والجدول (2) يوضح خصائص عينة الدراسة.

1. الأستاذ الدكتور علي حسون الطائي جامعة بغداد كلية الإدارة والاقتصاد.
2. الأستاذ الدكتور حاتم الطحان جامعة بغداد كلية الإدارة والاقتصاد.
3. المدرس الدكتور سهير عادل جامعة بغداد كلية الإدارة والاقتصاد.

مجتمع البحث وعينته

تم اعتماد شركة صناعة البطاريات التابعة لوزارة الصناعة كمجتمع لهذه الدراسة

أما عينة

5- البحث

جدول (2) خصائص عينة الدراسة

المعلومات التعريفية	المؤشرات	العدد	النسبة
الجنس	ذكر	21	42%
	أنثى	29	58%
العمر	اقل من 40 سنة	20	40%
	40 - اقل من 45	12	24%
	45 - اقل من 50	7	14%
	50 - اقل من 55 سنة	7	14%

2	4%	5- أقل من 60 سنة	
2	4%	60 فأكثر	
		أقل من 5 سنوات	سنوات الخدمة
		5 - أقل من 10 سنوات	
		10- أقل من 15 سنة	
		15 - أقل من 20 سنة	
		20 - أقل من 25 سنة	
		25 سنة فأكثر	
41	82%	المشاركين	عدد الدورات التدريبية
9	18%	غير المشاركين	

أولاً:- الأساليب الإحصائية المستخدمة

- 1- النسبة المئوية.
- 2- الوسط الحسابي.
- 3- الانحراف المعياري.
- 4- معامل الارتباط سبيرمان.
- 5- معامل الانحدار البسيط.

تم استخدام الوسائل الإحصائية السابقة الذكر من خلال برنامج (Spss-V16)

ثانياً- دراسات سابقة

1-دراسة الركابي 1999

عنوان الدراسة (إدارة الإستراتيجية وأثرها في نجاح المنظمات العراقية).
تناولت هذه الدراسة عدد من المنظمات العراقية في القطاع الاشتراكي والمختلط والخاص. تمثلت بـ(60) منظمة وتشير الدراسة إلى أن النجاح الاستراتيجي هو دالة التفاعل

بين الإدارة الإستراتيجية ومستلزماتها وعملياتها. وأن مؤشرات النجاح الاستراتيجي تتمثل بمؤشرين مهمين هما التكيف والنمو.

وأهم ما توصلت إليه الدراسة هو أنه تجب مغادرة مصطلحات الكفاءة والفاعلية كأدوات لقياس أداء المنظمة وترسيخ مفهوم النجاح الاستراتيجي في ظل التغيرات البيئية الخارجية.

2-دراسة (Lise lore Berghman , 2006)

عنوان الدراسة (قدرة الإبداع الاستراتيجي: دراسة الطريقة المختلطة حول الآليات المدروسة للتعلم الاستراتيجي). **Strategic Innovation Capacity A (mixed Method Study on Deliberate.**

تناولت هذه الدراسة (2970) شركة هولندية في خمس قطاعات. وركزت الدراسة على القدرات الإبداعية وسعي الشركات نحو استخدام آليات تمكنها من تعزيز مقدرات الإبداع الاستراتيجي ومن هذه الآليات هي آليات التعلم الاستراتيجي. وتوصلت الدراسة إلى أن التعلم المنظمي يؤدي إلى زيادة فاعلية القدرات الدينامية وبالتالي زيادة مقدرات الإبداع الاستراتيجي لهذه الشركات.

3- دراسة (Marc SniuKas 2007)

كتب (Sniukas) دراسته بعنوان الإبداع الاستراتيجي تشكيلة من النقاشات **.(Strategic Innovation:Asynthesiesist of Cruet Debate)**

أشار في هذه الدراسة إلى أن محتوى أو إبعاد النجاح الاستراتيجي تتمثل في المضمون والعملية والبيئة.الهدف من الدراسة هو تلخيص وهيكله الأبحاث والنظريات الخاصة بالإبداع الاستراتيجي. وتركيب تلك النظريات والحلول الجزئية التي جاءت من جهود المؤلفين بطريقة شاملة، وأهم الاستنتاجات في هذه الدراسة أن مضمون بيئة الإبداع الاستراتيجي تكون مختلفة عن الإستراتيجية التقليدية. وأن الإبداع الاستراتيجي هو مسؤولية المنظمة بأكملها بكافة مستوياتها.

4- (المسعودي، 2007)

عنوان الدراسة (العلاقة بين مقدرات الإبداع الاستراتيجي وسلوكيات القادة التحويلية وأثرها في الميزة التنافسية المستدامة).

تألفت عينة البحث من (56) عضو تدريسي في (7) من الكليات الأهلية في بغداد. وركزت الدراسة على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة من خلال تحفيز مقدرات الإبداع الاستراتيجي في سلوكيات القادة التحويليين. وأهم ما توصلت إليه هو دور مقدرات الإبداع الاستراتيجي في تعظيم المنافع المتحققة من سلوكيات القادة التحويليين بما يؤدي إلى تحقيق التميز للمنظمة.

5-دراسة (العزاوي،2009)

عنوان الدراسة (رأس المال المعرفي وأثره في أسباب النجاح الاستراتيجي لمنظمات الأعمال).

تهدف الدراسة إلى تحليل وتشخيص وقياس رأس المال المعرفي وعلاقته بالنجاح الاستراتيجي عينة الدراسة تمثلت بشركات الاتصالات الأردنية وهم شركتين وزعت الاستبانة على المدراء ورؤساء الأقسام للوحدات والفروع وكان العدد (54). وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تأثير لرأس المال المعرفي في النجاح الاستراتيجي، وأن هناك تبني وتشجيع لثقافة الإبداع من قبل الإدارة العليا.

الإطار النظري

أولاً- مقدرات الإبداع الاستراتيجي

1- مفهوم الإبداع الاستراتيجي Strategic Innoviation

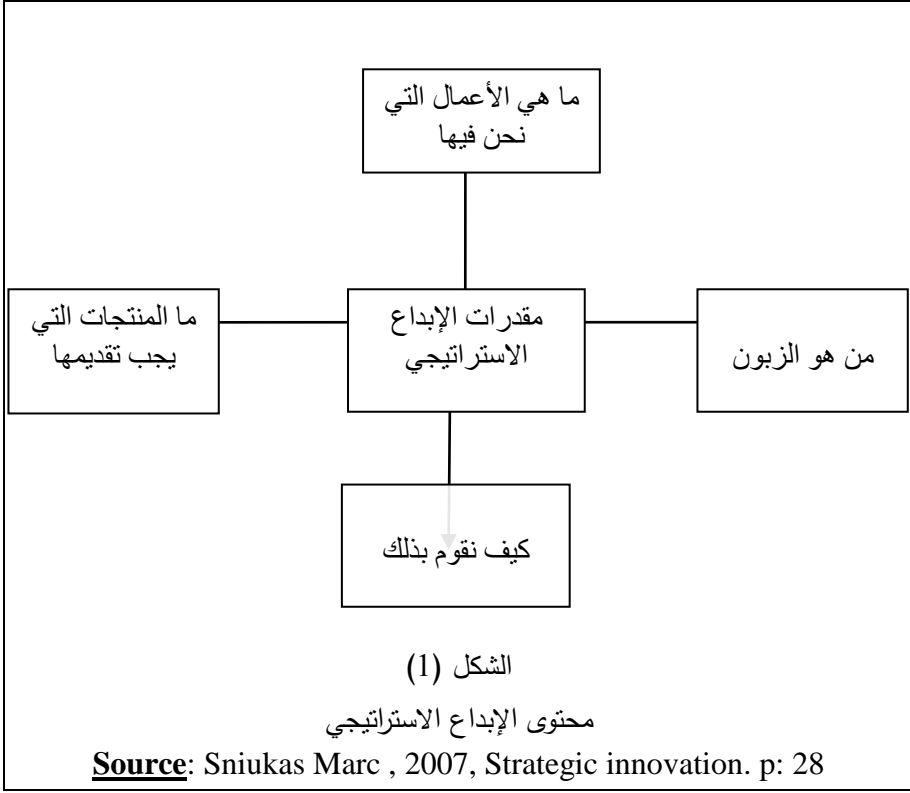
يوضح قاموس أكسفورد بأن الإبداع (Innovation) يعني الفاعل الأولي وهو التغيير إلى شيء ما يكون جديداً. (المسعودي، 2007:42) يعد الإبداع من الأمور الهامة بالنسبة لجميع المنظمات التي تواجه بيئة تنافسية متغيرة، وهناك من يعرف الإبداع على أنه إيجاد وتفعيل وتنفيذ الأفكار والعمليات والمنتجات والخدمات الجديدة. (العميان، 2005: 389).

أما الإبداع الاستراتيجي فهو عمليات بناء القدرات والقابليات التي تسمح للمنظمة خلق قيمة للزبائن، أصحاب الأسهم والمجتمع في ظل البيئة التنافسية المعاصرة (Bravo)

4:2009 Sunc &) أما (بالمر وسورين، 3:2007) أن الإبداع الاستراتيجي هو خلق المنتجات الجديدة أو الخدمات التي تولد قيمة كبيرة وجديدة للمستهلكين والعملاء والمنظمة أي خلق استراتيجيات للنمو من أجل تحقيق ميزة تنافسية. وهناك من يشير إلى أهمية وجود قاعدة للمعرفة من أجل تحقيق الإبداع الاستراتيجي وذلك من خلال التركيز على الأفكار والمناهج والأساليب والتكنولوجيا والمهارات والهياكل والسلوكيات (Frazmand , 2004:8). ويؤكد (8 :2010 Balan ,) ما أشار إليه (Frazmand) حيث يرى أن الإبداع الاستراتيجي هو القدرة على الاستمرارية في تحويل المعرفة والأفكار إلى منتجات وعمليات وأنظمة جديدة بما يحسن من أداء المنظمة وعوائدها.

أما (Snikuas , 2007:24) فيرى أن الإبداع الاستراتيجي هو إطار عمل لإبداع معتمدة على بعضها البعض من المضمون والعمليات والبيئة وهو تسهيل لتطبيق الخلق والإبداع في إطار عمليات الإدارة الإستراتيجية كما أنه تحقيق التميز التنافسي والاستراتيجي. وحسب مفهوم (Snikuas) فإن الإبداع الاستراتيجي يرتبط بإستراتيجية وفلسفة المنظمة ويترجم برسالة وأهداف المنظمة.

وقد حدد (Snikuas,2007:28) مضمون الإبداع الاستراتيجي بمجموعة من التساؤلات المرتبطة بتحديد الوضع الراهن للمنظمة مقارنة بقواعد الصناعة وأسس التنافس لوضع إستراتيجيات قوية تحقق النجاح للمنظمة في ظل البيئة التنافسية وهذه التساؤلات تدور حول (من ؟ / ماذا ؟ / كيف) ومن خلال الإجابة عليها يتم تحديد محتوى الإبداع الاستراتيجي وكيفية ترجمته إلى قواعد وسلوكيات داخل المنظمة وبأسلوب يوجه المنظمة نحو النجاح والتميز . والشكل (1) يحدد مفهوم الإبداع الاستراتيجي حسب وجهه نظر (Snikuas).



2- تصنيف مقدرات الإبداع الاستراتيجي:

يرى (Jacobs & Hovacloous) أن بفعل الاضطراب البيئي تتسارع المنظمات لمحاكاة إبداعات منافسيهم وينجحون في ذلك في أكثر الحالات ويعتمدون الإبداع المستمر بوصفة مسالة حاسمة لنجاح الأعمال وأن تحقيق هذه الإبداعات يستلزم مقدرات تمكنها من تنمية مواردها باتجاه تحقيق النجاح والتميز (المسعودي، 2007:42) ويمكن تصنيف هذه المقدرات وحسب ما ذكرت في الدراسات والبحوث التي أجريت من قبل بعض الباحثين كـ (Clarke ,Charles, Govidujan) وغيرهم إلى صنفين هما التعلم التنظيمي والعمل الفرقي (المسعودي، 2001:42).

وقد ذكر (مايز) (العبيدي، 2010: 107) ضمن إستراتيجيات الإبداع إستراتيجية زيادة القدرة على الإبداع (خلق الإبداع)، وإستراتيجية البحث والتطوير. ويمكن عد هاتين

الإستراتيجيتين ضمن مقدرات الإبداع الاستراتيجي وتصبان في زيادة المقدرة الإبداعية الإستراتيجية للمنظمة وبما يناسب وتوجهات هذه الدراسة.

واستناداً على ما سبق يمكن تصنيف مقدرات الإبداع الاستراتيجي كما يأتي:-

أ- التعلم التنظيمي (Organizational Learning)

أن تحول المنظمات من النمط التقليدي إلى نمط المنظمات المعرفية والمتعلمة جعل المعرفة والتعلم مسؤولية جميع العاملين في المنظمة.

أن التعلم التنظيمي هو الكفاءة المتنامية بين الأفراد في إيصال وحل المشكلات بنجاح سواء على الأمد القصير أو الطويل. (Lawd chdion,2004:179) وتعرف المنظمة المتعلمة بأنها المنظمة التي يكون فيها كل واحد من العاملين يقوم بتحديد وحل المشكلات مما يجعل المنظمة قادرة على أن تجرب وتغير وتحسن باستمرار من أجل زيادة قدرتها على النمو والتعلم والانجاز (Daft , 2000:40) ويمكن عد المنظمات التي تقوم بشكل مسبق باكتساب وإيجاد ونقل المعرفة الجديدة التي تؤدي إلى تغيير سلوكها باستمرار على أساس تلك المعرفة الجديدة، منظمات متعلمة (داغر، 2000:535) وتكون المنظمة المتعلمة ماهرة في خلق وكسب ونقل المعرفة وقادرة على تعديل سلوكياتها بما يعكس رؤى ومعارف جديدة. (Agarwal ,2008:3) والمنظمات المتعلمة تسعى إلى توفير فرص التعليم المستمر واستخدامه في تحقيق الأهداف وتشجيع البحث والتطوير (الحواجرة، 2010:4). والمنظمة المتعلمة تكون لديها القدرة على التكيف والتغير المستمر لان جميع أعضائها بدور فاعل في تحديد وحل المشاكل. (نجم عبود، 2005) يتبين مما سبق أن التعلم ضروري لتحقيق الإبداع في المنظمة فالمنظمة يجب أن تكون متعلمة حتى تصبح مبدعة.

ب- العمل الفرقي:

يمكن تعريف فريق العمل بأنه مجموعة ناشطة من أشخاص ملتزمين لتحقيق أهداف مشتركة ويحسنون العمل معاً ويتوصلون معاً إلى نتائج عالية الجودة Kacka & (Bamber,2001:8).

ويتميز أفراد فريق العمل بوجود مهارات متكاملة يجمعهم غرض واحد وهدف واحد فضلاً عن وجود مدخل مشترك من العمل فيما بينهم (السريري، 2010: 8).

ويعرف (Hellerigel, 2001:222) الفريق بأنه عدد من العاملين الذين لديهم مجموعة من المؤهلات والكفاءات والمعرفة والذين يكونون ملتزمين بأداء أهداف عامة. هذه المؤهلات والكفاءات والمعرفة التي يتميز بها فريق العمل تسهم في زيادة الإبداع داخل المنظمة.

ج- تبني إستراتيجية خلق الإبداع.

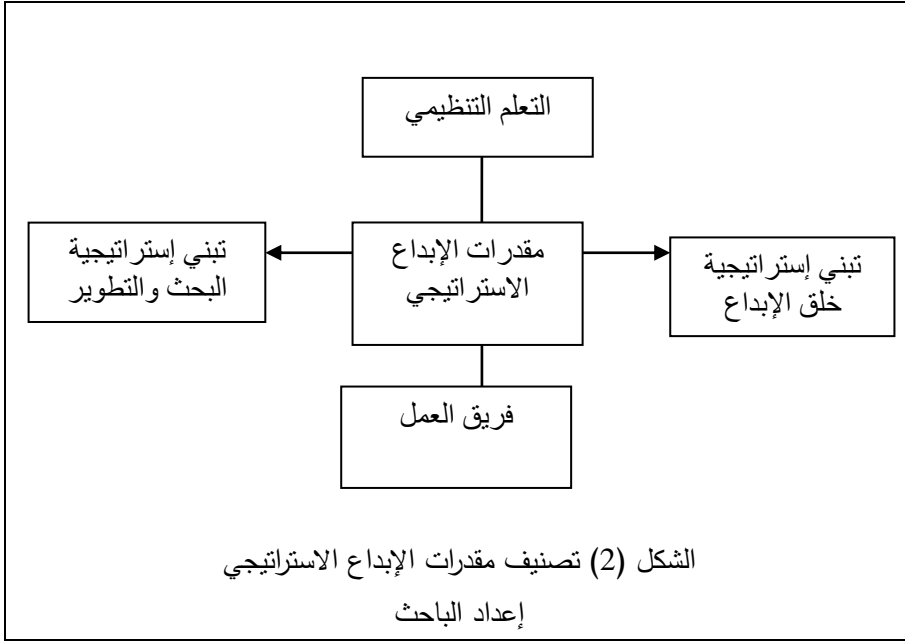
أن تبني هذه الإستراتيجية من قبل المنظمة يؤدي إلى زيادة مقدرة المنظمة على خلق وإنتاج الإبداع. أن الإبداعات كما يراها مايز تتحدد إلى حد كبير بعوامل خارجية مثل متطلبات السوق، التقانة، محددات رأس المال. إلا أن العامل الأساس يتمثل في القدرات الداخلية للمنظمات لتعدد الإبداعات التي تتركز في التقانة والموارد المادية. دافعية الإدارة. المهارات التنظيمية. واستيعاب رأس المال الفكري (العبيدي، 2010:108).

أن توفر هذه القدرات الداخلية للمنظمة تهيأ المنظمة لتكون منظمة ذات إبداع إستراتيجي فهي تجعلها منظمة منتجة للإبداع.

د- تبني إستراتيجية البحث والتطوير.

أن أقسام البحث والتطوير من الأقسام الضرورية والمهمة للمنظمات لأنها تمثل مصدر من مصادر المعرفة والدراسات البحثية وهذه الإستراتيجية تضع هيكلية وقواعد لتسهيل التعاون العلمي بين المنظمة والقطاعات الأخرى، وتقدم الدعم المالي للمشاريع البحثية لتشجيع الإبداع، خلق دورات تعليمية لتلبية حاجات المنظمة (العبيدي، 2010: 108) أن تبني هذه الإستراتيجية من قبل المنظمات يعمل على زيادة مقدرات الإبداع الاستراتيجي لتلك المنظمات وذلك من خلال زيادة قدرتها على البحث والتطوير بما يؤدي إلى خلق وتطوير المنتجات والخدمات المقدمة من قبل هذه المنظمات. والشكل (2) يوضح

تصنيف مقدرات الإبداع الاستراتيجي استناداً إلى ما ذكر أعلاه



ثانياً:- النجاح الاستراتيجي.

1- مفهوم النجاح الاستراتيجي.

أن مفهوم النجاح الاستراتيجي لم يظهر فجأة بل يمتد إلى الدراسات الأولى التي تناولت تقديم أداء المنظمات. فقد أكد مدخل النظم في دراسة الفاعلية على معيار البقاء كمؤشر نهائي لقياس الفاعلية وأن سر نجاح المنظمة الإستراتيجي يكمن في قدرتها على إيجاد النمط التكيفي للفعل التنظيمي مع البيئة والاستمرار في البقاء. وأن المنظمات التي تنمو هي منظمات فاعلة. (الركابي، 1999: 132) ويرى (الركابي) أن النجاح الاستراتيجي هو قدرة المنظمة على البقاء والتكيف والنمو. وهناك من يعده هو النجاح في الصياغة الإستراتيجية وتنفيذها ومتابعتها (Johnson & Scholes: 2002 , 476).

ويرى (العزاوي، 2009: 120) أن النجاح الاستراتيجي يكمن في القدرة على التكيف بين المنظمة والبيئة والاستمرار بشكل فاعل فيها.

ويضيف (العزاوي) أن نجاح المنظمة يعتمد على مدى استثمارها للقدرة الفعلية. إذ تمثل القيمة الحقيقية من خلال نقل وتعلم المعرفة الجديدة ووضعها موضع التنفيذ. ويشير (Thomas,2005:304) أن عوامل النجاح تتمثل في القيادة الناجحة وقيم الزبون وأصحاب المصالح والرؤية وإمكانية تطوير رأس المال الفكري وتركيز على تطوير العاملين وتحفيزهم.

2- إبعاد النجاح الاستراتيجي (Strategic Innovation)

أن مفهوم النجاح الاستراتيجي يرتبط بالتكيف البيئي والنمو وبالتالي تحقيق البقاء، حيث أن الاستمرار والتفاعل تحت ظل البيئة المتغيرة يتطلب المرونة وإيجاد حالة التوازن (العزاوي، 2009: 121) ويمكن تحديد إبعاد النجاح الاستراتيجي بما يأتي:-
أ- التكيف: يمكن تحديد مفهوم التكيف بأنه درجة قدرة المنظمة على التنبؤ بالمشكلات الداخلية والخارجية التي ستواجهها في المستقبل وإيجاد السبل الكفيلة بالسيطرة عليها قدر الإمكان (الركابي، 1999: 136).

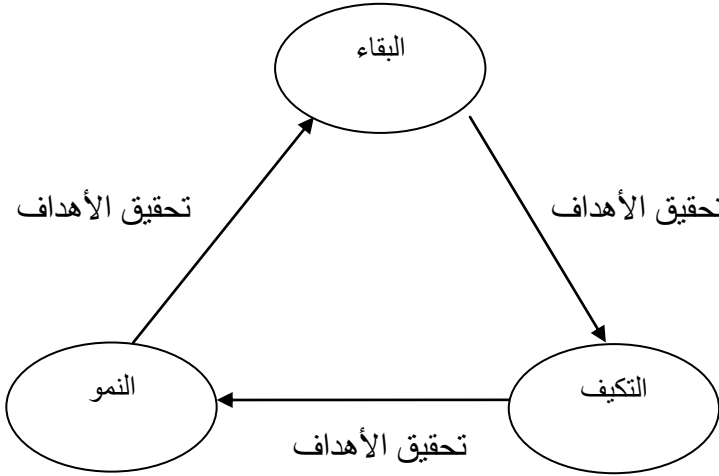
ويعد التكيف مقياس حقيقي للنجاح الاستراتيجي للمنظمات التي تقاس قدرتها على التكيف مع بيئتها الخارجية وكذلك مع بيئتها الداخلية. (الشماع وحمود، 2007: 329).
ب- النمو: ويعد ظاهرة من الظواهر الطبيعية الأساسية ومن العمليات المعقدة للمنظمة. وهو أحد العمليات المرغوبة بسبب ما يخلقه من حافز لاغتنام الفرص وقدرات لمواجهة التهديدات والتحديات، لذلك فهو مقياس لقياس مدى إمكانية المنظمة وقدرتها على الاستمرار في النشاط (الركابي، 1999: 138).

يعبر النمو عن قدرات المنظمة وإمكانيتها في تطوير هذه القدرات باستخدام واقعها ومستقبلها (العامري، 2010: 120)، (الركابي، 1999: 138).

فيرى أن النمو احد الإستراتيجيات التي ترسم الاتجاه العام للعمليات وتحيب هذه الإستراتيجية على مجموعة من الأسئلة مثل: ما مقدار النمو الذي ينبغي أن يتم؟ ما هي سرعة ذلك النمو؟ أين يمكن أن يتم وكيف؟.

ج-البقاء: يعد استهداف البقاء من بين أهم دوافع النمو والتطوير للمنظمة إذ أنها يمكن أن تضحي ببعض أرباحها أو تقبل ارتفاعاً معيناً بالكلف الناجمة عن فعاليتها وأنشطتها، إلا أنها

لا تقبل أطلاقا بفقدان البقاء، ولذا فأن جميع المتغيرات الدافعة للنمو والتطور تفقد أهميتها أن لم تقترن بضرورة بقاء واستمرار المنظمة (الركابي، 141:1999). وهو يمثل جوهر النجاح الاستراتيجي حيث تحتاج الإدارة العليا إلى الاهتمام بأصحاب المصالح بما فيهم أصحاب الاسهم والزبائن والموظفين وغيرهم (العزاوي 2009: 121). والشكل التالي يوضح هذه الإبعاد.



شكل (3)

إبعاد النجاح الاستراتيجي

المصدر: الركابي، كاظم نزار، (1999) الإدارة الإستراتيجية وأثرها في نجاح المنظمات العراقية، اطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال: كلية الإدارة والاقتصاد /الجامعة المستنصرية، ص 135.

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات	ت	البعد

0.9	3.6	1- للمنظمة قدرة لإظهار مستوى عالي	التعلم التنظيمي
1.05	3.7	للإبداع المعرفي من خلال مشاركة العاملين في اتخاذ القرارات المهمة.	
1.04	3.4	قيمة التعلم الفردي التي يجري الحصول عليها خلال العمل تقدم كفاءة أعلى للعاملين في المنظمة.	
0.84	3.2	توجد إجراءات ومعايير عالية لتمكين العاملين من التعلم المستمر لتحقيق أداء إبداعي. يتم الاعتماد على التنبؤ بالاتجاهات غير المحددة بدلاً من الأرقام والتواريخ.	
0.95	3.47	الإجمالي	
0.88	4	5- الفريق على ثقة بأنه يستطيع حل مشاكله بصورة ذاتية.	العمل الفردي
0.99	3.7	6- ينظر الفريق إلى أهداف مجموعة على أنها مهمة.	
0.94	3.7	7- يستطيع الفريق اختيار مختلف الوسائل لأداء عملة	
1.03	3.5	8- يتميز الفريق بتفرد خاص في المنظمة.	

1	3.4	الإجمالي		
الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات	ت	البعد
1	3.6	تسعى المنظمة لتطوير الأعمال	-9	
1.1	3.5	الحالية لخلق أعمال إبداعية.	10	
1	3.4	تعمل المنظمة على التعاون مع	-	
1	3.4	المنظمات العالمية في مجال	11	
		تطوير وتدريب العاملين.	-	
		تعزز المنظمة من قدراتها على		
		تحديث التقنية والتقنيات الإدارية.	12	
		تعمل المنظمة باستمرار على خلق	-	
		قادة إضافيين قادرين على الإبداع.	13	
			-	
1	3.4	الإجمالي		

0.90	3.7	تسعى المنظمة إلى دعم إنشاء	تبني إستراتيجية البحث والتطوير
0.90	3.5	قاعدة معلومات.	
1	3.4	تعمل المنظمة على استخدام	
0.88	3.5	البحوث المشاركة في حل المشاكل	
		التقنية والتنظيمية.	
		تدعم المنظمة برامج تنمية المهارات	
		الإدارية والعلمية.	
		تسعى المنظمة إلى إيجاد أنظمة	
		لتسهيل التعاون مع البحث	
		والتطوير.	
0.98	3.4	الإجمالي	55

عرض وتحليل النتائج في ضوء إجابات العينة:

أولاً:- عرض واقع مقدرات الإبداع الاستراتيجي وتحليل إجابات المبحوثين.

للتعرف على واقع إبعاد مقدرات الإبداع الاستراتيجي في شركة صناعة البطاريات في ضوء استجابة العينة سيتم مقارنة الأوساط الحسابية لإجابات العينة المبحوثة على الفقرات بالاستناد إلى قيمة الوسط الفرضي والبالغ (3) درجات لمقياس ليكرت المؤلف من (5) درجات وكما موضح في الجدول رقم (2):

جدول (2) مستوى إجابات عينة الدراسة عن أبعاد مقدرات الإبداع الاستراتيجي ويتضح من الجدول السابق ما يلي:-

1-التعلم التنظيمي: تناول هذا البعد أربع فقرات تمثلت بالأسئلة (4-1) وكما موضح في الجدول إذ حقق هذا البعد وسطاً حسابياً مقدارها (3.47) وبانحراف معياري مقداره (0.95) ولما كان الوسط الفرضي يبلغ (3) فهذا يشير إلى أن هناك توجه نحو بعد التعلم التنظيمي في المنظمة المبحوثة. وقد حصلت الفقرة التي تتعلق بأهمية قيمة التعليم الفردي في زيادة مجلة دنانير/ العدد الرابع

قيادة العاملين في المنظمة على أعلى وسط حسابي بلغ (3.7) يليها بالأهمية الفقرة المتعلقة بأهمية مشاركة العاملين في اتخاذ القرارات المهمة في زيادة مستوى الإبداع إذ حصلت على وسط حسابي بلغ (3.6). أما أعلى نسبة تشنت في الإجابات فكان في الفقرة الثامنة إذ بلغ (1.5) وأقل تشنت كان في الفقرة الأولى إذ بلغ (0.84).

2- **العمل الفرقي (فرق العمل):** يشتمل هذا البعد على أربع فقرات تمثلت بالأسئلة (5-8) وقد حقق هذا البعد وسطاً حسابياً بلغ (3.7) وهو أعلى بقليل من الوسط الفرضي البالغ (3) وبانحراف معياري مقداره (1). وهذا يشير إلى اهتمام المنظمة بالمبحوثة بفرق العمل باعتبارها تمثل مقدره للإبداع الاستراتيجي. وقد حصلت الفقرة (5) المتعلقة بأن هناك ثقة عالية للفريق على قدرته بحل مشاكله إذ حصلت على وسطاً حسابياً بلغ (4). أن أعلى تشنت في إجابات العينة فقد بلغت (1.8) في الفقرة الثامنة المتعلقة بتميز الفريق بتفرد خاص في المنظمة أما أقل مستوى تشنت فكان في الفقرة المتمثلة بالثقة العالية للفريق بحل مشاكله بذاته.

3- تبني إستراتيجية الإبداع (قدرة الإبداع)

تمثل الفقرات من (9-12) بعد تبني إستراتيجية الإبداع وقد حصل هذا البعد على وسط حسابي بلغ (3.4) وهو أعلى بقليل من الوسط الحسابي الفرضي وعلى انحراف معياري بلغ (1) مما يشير إلى أن المنظمة المبحوثة (شركة صناعة البطاريات) تتبنى إستراتيجية الإبداع. وقد حصلت الفقرة التاسعة على أعلى وسطاً حسابياً بلغ (3.6) مما يشير إلى أن المنظمة تسعى إلى خلق أعمال مبدعة في المنظمة ويلاحظ أن التشنت كان عالياً في معظم فقرات البعد ما عدا الفقرة الحادية عشر إذ حصلت على مستوى تشنت أقل.

3- تبني إستراتيجية البحث والتطوير

يتمثل هذا البعد في الفقرات (13-16) وقد حصل على وسطاً حسابياً أعلى من الوسط الفرضي إذ بلغ (3.5) وعلى انحراف معياري بلغ (0.92) مما يدل على تبني المنظمة المبحوثة لإستراتيجية البحث والتطوير لتطوير مقدراتها الإبداعية. وقد حصلت الفقرة (13) على أعلى وسط حسابي بلغ (3.7) والتي يشير إلى أن المنظمة تدعم إنشاء قاعدة معلومات. أما أعلى تشنت في مستويات الإجابات فقد حصلت عليه الفقرة (15) بلغ (1) أما أقل تشنت فكان في الفقرة (16).

ثانياً- عرض واقع النجاح الاستراتيجي وتحليل إجابات المبحوثين

الجدول (3) يبين الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ل فقرات بعد النجاح الاستراتيجي لتحليل إجابات المبحوثين وكما يأتي:

1- البقاء في ميدان المنافسة:-

يشمل هذا البعد على الفقرات (17-20). وقد حصل على وسط حسابي بلغ (3.4) وانحراف معياري (0.98) مما يدل أن المنظمة تسعى إلى البقاء في ميدان المنافسة مع المنظمات المناظرة. وقد حصلت الفقرة (18) على أعلى وسط حسابي بلغ (3.6) والتي تنص على أن المنظمة تحرص على ولاء المستفيدين منها. أما الفقرتين (18/20) حصلت على أعلى مستوى تشنت للإجابات بينما حصلت الفقرة (19) على أقل مستوى تشنت.

2- التكيف:- بالنسبة لبعده التكيف فقد تناولته الفقرات (21-24) وقد حصل على وسط حسابي بلغ (3.5) ويانحرف معياري بلغ(0.96) مما يشير إلى أن المنظمة تحاول التكيف مع التطورات البيئية المحيطة بها. وقد حصلت الفقرة (24) المتعلقة باستخدام المنظمة لبرامج التحفيز لتعزيز ثقافة الإبداع لدى العاملين.

أما فيما يتعلق بتشنت الإجابات فكان أعلى مستوى للتشنت في الفقرتين (21/24). أما أقل مستوى للتشنت فقد حصلت عليه الفقرة (23).

جدول (3) مستوى إجابات عينة الدراسة على أبعاد النجاح الاستراتيجي.

البعد	ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
البقاء في ميدان المنافسة	17	تفتح المنظمة أبواب الحوار مع زبائنها لضمان الارتقاء بتلبية مطالبهم.	3.5	0.94
	18	تتنافس المنظمة مع نظيراتها في حرص عالي على ارتقاء بمستويات ولاء المستفيدين.	3.6	1
	19	تمتاز المنظمة عن المنظمات المنافسة بإشراك عاملها في صناعة القرارات الإستراتيجية.	3.1	0.90

1.1	3.4	تعترف المنظمة بانجازات عاملها من خلال نظم مناسبة للحوافز والمكافآت	20	التكيف
0.98	3.4	الإجمالي		
1.1	3.4	تعيد المنظمة النظر باستمرار ببرامج التدريب فيها لتبني كل ما هو جديد مواكبة للتطورات المتسارعة.	21	
0.88	3.5	تقلل المنظمة من العقبات التي تحد من مشاركة العاملين في صناعة القرارات المهمة.	22	
0.86	3.5	يتمتع العاملين في المنظمة بمستويات عالية من التمكين.	23	
1	3.7	برامج التحفيز في المنظمة تعزز في العاملين تقانة الابداع المواكبة للتطورات العلمية.	24	
0.96	3.5	الإجمالي		العلم
1	3.4	توظف المنظمة خبرات عاملها في صناعة القرارات المؤثرة في مستقبلها.	25	
0.98	3.6	تدرب المنظمة العاملين على أساليب معاصرة.	26	
1	3.3	تنوع المنظمة برامج التحفيز يشبع بين العاملين مشاعر الرضا.	27	
1	3.5	تعتمد المنظمة آليات متجددة في تفحص مستويات ولاء العاملين فيها	28	
1	3.4	الأجمالي		

3- النمو:- يتضمن هذا البعد الفقرات (25-28) وقد حصل على وسط حسابي بلغ (3.4)

وبانحراف معياري بلغ (1)

وهذا يعني أن المنظمة المبحوثة تسعى إلى استخدام أساليب معاصرة من اجل الحفاظ على نمو المنظمة.

وقد حصلت الفقرة (26) على أعلى وسط حسابي بلغ (3.6) مما يشير إلى أن المنظمة تدرب أفرادها على الأساليب المعاصرة. أما على مستوى للتشتت من الإجابات فقد حصلت عليه معظم الفقرات ماعدا الفقرة (26) إذ حصلت على مستوى أقل من التشتت في إجابات المبحوثين.

ثالثاً: - علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة: سيتم من خلال هذه الفقرة التحقق من حجه الفرضيات المتعلقة بعلاقة الارتباط وذلك باستخدام الوسائل الإحصائية الحاصلة بمعامل الارتباط (سبيرمان) لتحديد نوع العلاقة بين المتغيرات. وكما موضح بالجدول (4) الآتي:-

جدول (4) قيم معاملات الارتباط بين مقدرات الإبداع الاستراتيجي والنجاح الاستراتيجي

المتغيرات	مقدرات الإبداع الاستراتيجي	التعلم التنظيمي	العمل الفرقي (فرق العمل)	تبني إستراتيجية خلق الإبداع	تبني استراتيجية البحث والتطوير
النجاح الاستراتيجي	0.734**	0.614**	0.489**	0.515**	0.629**
البقاء في ميدان المنافسة	0.739**	0.598**	0.507**	0.559**	0.640**
التكيف	0.722**	0.800**	0.491**	0.561**	0.619**
النمو	-0.710**	0.464**	0.464**	0.600**	0.594**

1- علاقة مقدرات الإبداع الاستراتيجي بإبعاد النجاح الاستراتيجي أجمالاً: بلغ معامل الارتباط (سبيرمان) كما مبين في الجدول (4) للعلاقة بين مجمل إبعاد مقدرات الإبداع الاستراتيجي بالنجاح الاستراتيجي (0.734) عند مستوى دلالة معنوية (01.0) وهو مجلة دنانير/ العدد الرابع

ارتباط قوي ودال معنوياً وإيجابياً وهذا يدل على ان توافر مقدرات الابداع الاستراتيجي (التعلم التنظيمي، فرق العمل، تبني استراتيجيات الابداع، تبني استراتيجيات البحث والتطوير) في المنظمة المبحوثة يؤدي الى تحقيق النجاح الاستراتيجي من خلال بقائها في ميدان المنافسة وقدرتها على التكيف والنمو في ظل الظروف المتغيرة المحيطة بها. وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بين المتغير مقدرات الإبداع الاستراتيجي وبعد البقاء في ميدان المنافسة (0.739) عند مستوى دلالة (0.01) وهي قيمة ارتباط عالية ودالة معنوية وإيجابية.

أما علاقته بالبعد التكيف فقد كانت قيمة معامل الارتباط (0.722) عند مستوى دلالة (0.01). أما أقل قيمة معامل ارتباط فقد كانت مع البعد النمو إذ كانت (-0.710) بالرغم من كونها علاقة إيجابية معنوية. وبشكل عام يتبين أن هناك علاقة ارتباط قوي وإيجابي بين مقدرات الإبداع الاستراتيجي والنجاح الاستراتيجي إجمالاً، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية المتعلقة بالارتباط بشكل إجمالي. وهذا بعكس العلاقة المنطقية بين المتغيرين إذ أن توافر مقدرات الإبداع الاستراتيجي تؤدي إلى تحقيق النجاح الاستراتيجي.

2- العلاقة بين إبعاد مقدرات الإبداع الاستراتيجي وأبعاد النجاح الاستراتيجي منفردة:

أ- العلاقة بين التعلم التنظيمي- النجاح الاستراتيجي:

يتبين من الجدول (4) أن معامل الارتباط بين التعلم التنظيمي وإجمالي النجاح الاستراتيجي بلغ (0.614) عند مستوى دلالة (0.01) وهو ارتباط قوي وإيجابي أما علاقته ببعد البقاء في ميدان المنافسة فقد بلغ (0.598) وهو يؤكد على وجود علاقة إيجابية بينهما، أما قيمة معامل الارتباط للتعلم التنظيمي مع بعد التكيف فقد بلغ (0.600) وهو أيضاً يؤكد وجود علاقة إيجابية ومعنوية بينهما، أما علاقته مع بعد النمو فقد بلغ معامل الارتباط (0.614) عند مستوى دلالة (0.01). مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية قوية ومعنوية. وهذا ما يشير إلى أن مقدرة المنظمة على التعلم التنظيمي تؤدي إلى بقاء المنظمة في ميدان المنافسة في ظل رياح التغيير العالية مما يساعدها على التكيف والنمو مع تلك التغييرات.

ب- العلاقة بين العمل الفرقي (فرق العمل) النجاح الاستراتيجي:

بلغت قيمة معامل ارتباط هذا البعد وإجمالي النجاح الاستراتيجي (0.489) عند مستوى دلالة (0.01). وهي قيمة ارتباط إيجابية ومعنوية أما قيمة ارتباطه مع بعد البقاء في

ميدان المنافسة فقد بلغت (0.507)، في حين بلغت (0.491) مع بعد التكيف. وحصلت العلاقة بينة وبين بعد النمو على أقل قيمة ارتباط وهي (0.464) وأن كانت إيجابية ومعنوية.

ج- العلاقة بين تبني إستراتيجية الإبداع- النجاح الاستراتيجي:

كما مبين في الجدول (4) فقد كانت قيمة معامل ارتباط هذا البعد مع إجمالي النجاح الاستراتيجي (0.575) عند مستوى معنوية (0.01) وهي تشير إلى وجود علاقة إيجابية ومعنوية.

وقد بلغت قيمة ارتباطه مع بعد البقاء في ميدان التنافس (0.559) وهي علاقة إيجابية ومعنوية أما مع بعد التكيف فقد بلغت (0.561) وهي علاقة إيجابية ومعنوية، في حين كانت قيمة الارتباك مع بعد النمو هي (0.600) وهي تشير إلى علاقة إيجابية ومعنوية قوية.

د- العلاقة بين تبني إستراتيجية البحث والتطوير- النجاح الاستراتيجي:

بلغت قيمة ارتباط بين إستراتيجية البحث والتطوير مع إجمالي النجاح الاستراتيجي (0.629) عند مستوى دلالة (0.01) وهي تدل على وجود علاقة ايجابية ومعنوية قوية. في حين كانت قيمة معامل الارتباط مع بعد البقاء في ميدان التنافس (0.640) وهي تشير إلى قوة العلاقة الايجابية والمعنوية مع هذا البعد. وقد بلغت قيمة معامل الارتباط مع بعد التكيف على (0.619) وهي علاقة ايجابية ومعنوية. وكانت قيمة ارتباطه مع بعد النمو هي (0.594) عند مستوى دلالة (0.01).

ومن خلال النتائج أعلاه يتبين لنا صحة فرضية الارتباط بين مقدرات النجاح الاستراتيجي والنجاح الاستراتيجي بشكل إجمالي ومنفرد.

رابعاً:- علاقات التأثير بين متغيرات الدراسة.

تهدف هذه الفقرة إلى اختبار الفرضية التي مفادها (هناك تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية لمقدرات الإبداع الاستراتيجي في النجاح الاستراتيجي أجمالاً ومنفرداً). ويوضح الجدول (5) التحليلات الإحصائية لاختبار الفرضية.

جدول (5) (نتائج تأثير مقدرات الإبداع الاستراتيجي بإبعاد النجاح الاستراتيجي)

تبنى إستراتيجية البحث والتطوير			تبنى إستراتيجية خلق الإبداع			العمل الفرقي (فرق العمل)			التعلم التنظيمي			إجمالي مقدرات الإبداع الإستراتيجي			مقدرات الإبداع الإستراتيجي النجاح الإستراتيجي
B	R ²	F	B	R ²	F	B	R ²	F	B	R ²	F	B	R ²	F	
0.658	0.433	36.6	0.626	0.392	30.9	0.454	0.3	20.3	0.642	0.412	33.6	0.752	0.566	62.5	إجمالي النجاح الإستراتيجي
0.672	0.452	39.6	0.614	0.377	29	0.561	0.315	22	0.635	0.397	31.6	0.755	0.57	63.5	البقاء في ميدان المنافسة
0.653	0.426	35.6	0.625	0.39	30	0.543	0.295	20	0.632	0.399	31.9	0.747	0.558	60	التكيف
0.63	0.4	31.5	0.619	0.384	29.8	0.516	0.267	17.45	0.643	0.413	33.7	0.732	0.536	55.5	النمو

من الجدول أعلاه تبين أن كافة أبعاد مقدرات الإبداع الاستراتيجي تؤثر في جميع أبعاد النجاح الاستراتيجي وينعكس هذا على مجمل مقدرات الإبداع الاستراتيجي حيث تؤثر معنوياً في مجمل النجاح الاستراتيجي إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (62.5) وهي أعلى من قيمة (F) الجدولية التي تبلغ (7.08) وتفسر ما نسبته (0.56) من مقدار الاختلافات الحاصلة في النجاح الاستراتيجي كما أن قيمة (B) قد بلغت (0.752) وهي تشير إلى أن التغير الحاصل في مقدرات الإبداع الاستراتيجي بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى تغيير في النجاح الاستراتيجي بمقدار (0.75).

أما على صعيد التفصيل فأن أقوى تأثير لمتغير مقدرات الإبداع الاستراتيجي كان على بعد البقاء في ميدان التنافس حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (63) وهي أعلى من (F)

الجدولية (7.08). في حين كانت قيمة B هي (0.75) وهي تشير إلى أن التغير الحاصل في مقدرات الإبداع الاستراتيجي بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى تغيير في البقاء في ميدان المنافسة بمقدار (0.75). في حين كان أقل تأثير لمتغير مقدرات الإبداع الاستراتيجي في بعد النمو حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (55.5) وهي أعلى من قيمة (F) الجدولية (7.08).

فيما يتعلق بتأثير أبعاد مقدرات الإبداع الاستراتيجي في النجاح الاستراتيجي كان أقوى تأثير هو ابعاد تبني إستراتيجية البحث والتطوير إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (36.6) وهي أعلى من قيمة (F) الجدولية (7.08) وكانت قيمة (B) هي (0.65) مما يعني أن التغيير في بعد تبني إستراتيجية البحث والتطوير بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى تغيير في النجاح الاستراتيجي بمقدار (0.65). أما أقل تأثير على النجاح الاستراتيجي فكان لبعد العمل الفرقي إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (20.3) وهي أعلى من قيمة (F) الجدولية (7.08) وتفسر ما نسبته (0.3) من التغيرات الحاصلة في النجاح الاستراتيجي.

ومن الجدول (5) يتبين لنا أن تأثير بعد التعلم التنظيمي كان أقوى تأثير له على بعد النمو إذ بلغت (F) المحسوبة (33.7) وهي أعلى من قيمة (F) الجدولية (7.08). أما بعد العمل الفرقي كان أقوى تأثير له على بعد التكيف إذ بلغت (F) المحسوبة (20).

أما بعد تبني إستراتيجية خلق الإبداع فأن أقوى تأثير له كان على بعد التكيف إذ بلغت (F) المحسوبة (30). وأخيراً فأن بعد تبني إستراتيجية البحث والتطوير كان أقوى تأثير له على بعد البقاء في ميدان المنافسة إذ بلغت (39.6).

ومن النتائج أعلاه يتبين لنا صحة فرضية التأثير إذ أن التحليلات الإحصائية تؤكد تأثير مقدرات الإبداع الاستراتيجي في النجاح الاستراتيجي إجمالاً وتفصيلاً.

الاستنتاجات

توصل البحث إلى جملة من الاستنتاجات.

1- وجود نسبة عالية من عينه الدراسة بلغت (82 %) قد حصلت على دورات تدريب في مجال الاختصاص وغيره مما يشير إلى اهتمام المنظمة بتطوير كفاءة عاملها والذين هم مصدر الإبداع في المنظمة.

مجلة دنانير/ العدد الرابع

- 2- وجود مستوى عالي نسبياً لمتغيرات الدراسة (مقدرات الإبداع الاستراتيجي والنجاح الاستراتيجي) في المنظمة المبحوثة وهذا يدل على أن هذين المتغيرين المهمين ضمن فلسفة وإستراتيجية المنظمة المبحوثة.
- 3- وجود علاقة ارتباط إيجابية ومعنوية قوية بين مقدرات الإبداع الاستراتيجي والنجاح الاستراتيجي، كانت أقوى علاقة ارتباط بأجمالي مقدرات الإبداع الاستراتيجي ببعد البقاء في ميدان المنافسة مما يشير إلى توجيه مقدرات الإبداع الاستراتيجي نحو مواكبة التغييرات الحاصلة في ظل البيئة التنافسية المعاصرة التي تعيشها منظمات اليوم.
- 4- تبين من خلال تحليل علاقات الارتباط أن بعد تبني إستراتيجية البحث والتطوير له علاقة قوية ببعد إلقاء في ميدان المنافسة وهذا ما يدل على أهمية الدراسات والبحوث في تحقيق مكانه للمنظمة في البيئة التنافسية المعاصرة والسعي للمحافظة على هذه المكانة.
- 5- أن متغير مقدرات الإبداع الاستراتيجي يؤثر تأثيراً كبيراً في متغير النجاح الاستراتيجي وهذا يشير إلى أن توافر مقدرات الإبداع الاستراتيجي في المنظمة المبحوثة يؤدي إلى تحقيق النجاح الاستراتيجي. وهذا يعني أن المنظمة تسعى إلى الحصول على المقدرات الإستراتيجية من خلال التعلم التنظيمي واستخدام فرق العمل وتبني إستراتيجية الإبداع والبحث والتطوير وجعل تلك الإبعاد ضمن إستراتيجية ورسالة المنظمة للوصول للنجاح الاستراتيجي.
- 6- كان أقوى تأثير لبعد تبني إستراتيجية البحث والتطوير في تحقيق النجاح الاستراتيجي وهذا يؤكد أهمية البحوث والدراسات في تحقيق النجاح الاستراتيجي.
- 7- على الرغم من أهمية فرق العمل في تحقيق النجاح الاستراتيجي إلا أن من خلال النتائج تبين قلة تأثيرها بالنجاح الاستراتيجي مقارنة بالإبعاد الأخرى. وهذا يشير إلى قلة التركيز من قبل المنظمة المبحوثة على العمل بأسلوب العمل الفرقي باعتبارها مقدرة إبداع إستراتيجية على الرغم من تواجد هذه الفرق في المنظمة المبحوثة.

التوصيات

1. زيادة الاهتمام بالمقدرات الإبداعية الإستراتيجية واستثمارها وتوجيهها نحو تحقيق النجاح الاستراتيجي في المنظمة.
2. العمل على تضمين الإبداع الاستراتيجي ضمن رؤية ورسالة المنظمة وترجمتها إلى أهداف أساسية للمنظمة. وخاصة ونحن نعيش في ظل العولمة وانعكاساتها على البيئة التنافسية للمنظمات.
3. الاهتمام بإستراتيجية البحث والتطوير وذلك للأهمية البالغة لهذه الإستراتيجية في خلق الإبداع الاستراتيجي بما ينسجم والتغييرات السريعة الحاصلة في بيئة اليوم.
4. تفعيل تشكيل فرق العمل والعمل الجماعي بما يشجع على خلق روح الإبداع لدى الأفراد المنظمين لهذه الفرق.
5. تدريب الأفراد العاملين وخاصة القيادات على اكتساب مهارات التفكير الإبداعي الاستراتيجي مما يدفع من مستويات المقدرات الإبداعية الإستراتيجية داخل المنظمة.
6. تشجيع الأفراد ذوي المقدرات الإبداعية الإستراتيجية من خلال منحهم حوافز معنوية أو مادية.
7. الاهتمام بتريسيخ مفهوم التعلم التنظيمي والمنظمة المتعلمة والتعليم المستمر لدى الأفراد العاملين لتحقيق أداء إبداعي.
8. التأكيد على أهمية التعاون مع المنظمات العالمية لمواكبة التطور في مجال عمل المنظمة وتطوير وتدريب العاملين.
9. الاهتمام باستخدام التقنيات الحديثة الإدارية والمعلوماتية بما ينسجم والتطورات الحاصلة في عالم اليوم وبما يؤدي إلى تحقيق النجاح الاستراتيجي.

المصادر

المصادر العربية

أولاً:- الكتب

- 1- العميان، 2005، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، دار وائل للنشر، عمان.
- مجلة دنانير/ العدد الرابع

2- نجم، نجم عبود، 2005، إدارة المعرفة - المفاهيم والإستراتيجيات والعمليات، الوراق للنشر، عمان.

ثانياً: - الأطاريح

1- المسعودي، محمد صبيح، 2007، العلاقة بين مقدرات الإبداع الإستراتيجي وسلوكيات القيادة التحولية وأثرها في الميزة التنافسية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد.

2- العبيدي، اروان، 2010، ثقافة المعلومات والتفكير الإستراتيجي وتأثرها في إستراتيجية الإبداع التنظيمي، اطروحة دكتوراه غير منشورة، الجامعة المستنصرية.

3- العامري، فراس، 2010، الموائمة بين عوامل النجاح الإستراتيجي وصناعة رأس المال الفكري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد.

4- الركابي، نزار، 1999، الإدارة الإستراتيجية وأثرها في نجاح المنظمات العراقية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، الجامعة المستنصرية.

ثالثاً - المجالات

1- العزاوي، سامي فياض، 2009، رأس المال المعرفي وأثره في أسباب النجاح الإستراتيجي لمنظمات الأعمال، كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، بغداد.

2- الحواجرة، كامل، 2010، المنظمة المتعلمة والاستعداد التنظيمي المدرك للتغير الإستراتيجي، مجلة العلوم انسانية، السنة السابعة. العدد 45 الأردن.

3- السريري، أحمد، آراء العاملين في القطاع الخاص في سلطنة عمان عن مهارات مدراءهم في قيادة فريق العمل، 2010، الاكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، المملكة المتحدة.

المصادر الأجنبية

A- Books

1- Daft ,R,L(2000) Management, the Dryden u press , Fort worth.

2-Jhnsn , G & Scholes ,K , (2002) ,Exploring corporate strategy ,
preutice – Hall
Financial Times.

3-Herllrieg el ,P , slocum ,(2001) Organizational Behavior south –
western College Publishing

B- Sourrals & Beriodicas

1- Frazmaud , Ali , 2004 , Innovation in Strategic human Resource
management Dublic organization , Review , A Global Journal 4:3
,Klawcr Academic Publisher , Nether lands.

2- Bravo , Edna , Sune , 2009 , Good Practices of innovation: Anex
Capabillj case Study in the brood Gasting Sector. Spain.

3- Balan , peter , Innovation Capabill Exploring the Factoring that
make up in the services sector , 2010, Australia.

4- Derieck , sorien , 2007 , Strategic innovation , www.
innovationPoint.com.

5- Bamber & kacka , 2001, Factor affecting the Successful excellent
application of the Team. Sournat Performance Management Team
7/8 , 7.

6- Agarwal , Ajay , 2008 , leaving Organization , www. hrfoks , com.

7- Sniukas , Marc , Reshaping Strategy , 2007 ,www , Sni kas.com.

8- Jaccobs , Claus and havaclaus , (2005). Answer for Question to
come: Reflective dialogues an Enabler of Strategic innovation.
Journal of organizational change management vol: 18 , No 4.

9- law m. y and Chadian , (2004) Project Based Action learning
Approach in learning or generation the theory and framework ,
team Per for mance management , vol:10 , No 7/8.

10- Thomas , C ,(2005) , creating wining Board ,vol: 21, No 3.