



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ميسان
كلية الادارة والاقتصاد
قسم ادارة الاعمال
الدراسة الصباحية

الوعي الاستراتيجي ودوره في تحقيق متطلبات التجديد الاستراتيجي
دراسة تحليلية

بحث مقدم الى مجلس قسم ادارة الاعمال في كلية الادارة والاقتصاد في جامعة ميسان كجزء من
متطلبات نيل شهادة البكالوريوس في ادارة الاعمال

مقدم من الطالبتان

(رفل زهير كاظم) (رقية رائد حسن)

بأشراف

(م.د. زهراء نعيم قاسم)

(٢٠٢٤ م)

(١٤٤٥ هـ)

المستخلص

يهدف البحث الى تحديد الوعي الاستراتيجي ودوره في تحقيق متطلبات التجديد الاستراتيجي وتم تحديد كلية الإدارة والاقتصاد في جامعة ميسان لاجراء الجانب العملي واعتمدت الباحثتان على المنهج الوصفي التحليلي وتم الاعتماد على فرضيتين رئيسيتين : الفرضية الرئيسية الاولى تتمثل بعلاقة الارتباط بين متغيرات البحث كما يلي " توجد علاقة ارتباط ذو دلالة إحصائية بين الوعي الاستراتيجي بابعادة (الوعي الاستراتيجي الداخلي ، الوعي الاستراتيجي الخارجي) والتجديد الاستراتيجي بابعادة (الاستكشاف ، زيادة الأعمال ، استغلال الفرص " اما الفرضية الرئيسية الثانية تتمثل بعلاقة الاثر بين متغيرات البحث " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الوعي الاستراتيجي بابعادة (الوعي الاستراتيجي الداخلي ، الوعي الاستراتيجي الخارجي) والتجديد الاستراتيجي بابعادة (الاستكشاف ، زيادة الأعمال ، استغلال الفرص) " . لأغراض جمع البيانات والمعلومات اعتمدت الباحثتان على استمارة استبيان التنب صممت لغرض اجراء تحليل البيانات واعتماد البرنامج التحليل الاحصائي (SPSS) لتحليل علاقة الارتباط والاثر بين متغيرات البحث . توصلت الباحثتان الى مجموعة من النتائج واهمها : وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الوعي الاستراتيجي والتجديد الاستراتيجي . واهم ما توصي به الباحثتان : ضرورة زيادة الاهتمام بالوعي الاستراتيجي لما له دور في تحقيق متطلبات التجديد الاستراتيجي وجعله جزء من ثقافتها ونشرها في مختلف مستويات الجامعة وتقديم الافكار الإبداعية والابتكارية والتي تساهم باستثمار الوعي الاستراتيجي عند القادة .

الكلمات المفتاحية : الوعي الاستراتيجي ، التجديد الاستراتيجي.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
	الآية القرآنية
أ	الإهداء
ب	الشكر والعرفان
ت	المستخلص
1	المقدمة
2	الفصل الاول – الإطار العام للبحث
2	المبحث الأول : منهجية البحث
2	مشكلة البحث
2	أهمية البحث
3	اهداف البحث
4	المخطط الفرضي للبحث
4	فرضيات البحث
4	حدود البحث
5	اساليب جمع البيانات
7-6	المبحث الثاني : الدراسات السابقة
18-8	الفصل الثاني – الإطار النظري للبحث
26-19	الفصل الثالث – الإطار العملي للبحث
27	الفصل الرابع – الاستنتاجات والتوصيات
30-28	المراجع
35-31	الملاحق

قائمة الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل
4	المخطط الفرضي للبحث
13	ابعاد المتغير المستقل
18	ابعاد المتغير التابع

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول
6	الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير المستقل
7	الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير التابع
8	مفاهيم الوعي الاستراتيجي
14	مفاهيم التجديد الاستراتيجي

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق
35-31	لاستمارة استبيان

المقدمة

في ظل التحول السريع وتداول الاسواق وتعدد الخدمات والمنتجات المقدمة مع تزايد اهتمام المنظمات بنمو وكسب العملاء مع الحفاظ عليهم فضلا عن ادراكهم الالهمية التكيف ونمو مع التحديات التي تحدث في البيئة ، وفي ضوء هذه الأحداث والتحديات التي تمر بها المنظمات قد تنشأ مفاهيم وظواهر استراتيجية جديدة ذات اهمية في المستقبل للمنظمات ، ومن ابرز الظواهر التجديد الذي يعد منهج فكري مهم لتسهيل الاعمال المنظمات والبقاء والنمو والاستمرارية في ضوء تلك التحولات المتسارعة وان بقاء المنظمة ونموها بالمدى البعيد في ظل بيئة العمل المعقدة والسريعة بالتغير وقد توقف على مستوى الوعي الاستراتيجي التي تملكها وتطور مستوى وعيها بايجاد التوازن بين البيئة الداخلية والبيئة المحيطة .

تزايد الاهتمام القائد الاستراتيجي باهمية موضوع الوعي الاستراتيجي كونه موضوع مهم في الادارة الاستراتيجية ودوره كبير في زيادة القدرة عند القائد في ادراك التغير والمؤثرات الداخلية والمحيطية وتحصل في بيئة الاعمال وتهيئ الاستعداد باستمرار وأصبحت الاستجابة هي المحرك الرئيسي الذي يتضمن من خلاله بقاء واستمرار المنظمات في الوقت الحالي تضمن البحث العلاقة بين الوعي الاستراتيجي والتجديد الاستراتيجي .

ونظراً لاهمية الوعي والتجديد الاستراتيجي بالمنظمات الاعمال جرى اختيارهما ليكونوا متغيرين رئيسيين للبحث الحالي وتحقيق لما تقدم ان هيكلية البحث يتكون من اربع فصول الاول يتمثل بالاطار العام (منهجية البحث والدراسات السابقة المتعلقة لمتغيرات البحث) أما الفصل الثاني الجانب النظري (يتناول مفاهيم المتغيرات البحث) غي حين الفصل الثالث (يتناول تحليل علاقة الارتباط والاثر بين متغيرات البحث وتحليلها) الفصل الرابع يتضمن (الاستنتاجات والتوصيات التي توصلت اليها الباحثتان)

الفصل الاول – الإطار العام

المبحث الأول – منهجية البحث

اولا : مشكلة البحث

المنظمات تواجه العديد من التطورات السريعة والمعقدة التي طرأت في عالم متمثل بالعلومة والانفتاح الاقتصادي والتجاري بين الدول والمنافسة الشديدة بين المنظمات والتطور بتكنولوجيا الاتصالات والتي فرضت عليها ان تتطلب بإدارتها التعامل والتكيف مع هذه التغيرات وبما يمكنها تعزيز قدرتها بتحمل المخاطر بنحو توفر النمو والبقاء في البيئة المحيطة .

وبناء على ذلك تتمثل المشكلة البحث بقدره المنظمات في تحقيق التجديد الاستراتيجي واعتمادها على ماتملكة من وعي استراتيجي والتي يمكن صياغتها بمشكلة البحث وكما يلي :

ما مدى توفر التجديد الاستراتيجي في المنظمة المبحوثة ؟

ما مدى توفر الوعي الاستراتيجي في المنظمة المبحوثة ؟

ماهي طبيعة العلاقة الارتباط والاثر بين الوعي الاستراتيجي والتجديد الاستراتيجي في المنظمة المبحوثة ؟

ثانيا : اهمية البحث

يكتسب البحث أهميته من جانبين :

الجانب النظري : يكتسب البحث أهميته من الجانب النظري في تشخيص موضوع البحث والذي يعد احد مواضيع الاكثر اهمية في المنظمة والبحث يجمع بين موضوعين يتسمان بالحدثة في دراستها عن الباحثين والكتاب في علم الادارة الاستراتيجية ، ولكون مفهوم الوعي والتجديد الاستراتيجي من المواضيع الحديثة التي تزيد الاهتمام بمعظم الجامعات العالمية وان البحث يشكل افناء علمي في المجال النظري من خلاصة المحاور الذي ساهمت في هذا المجال .

الجانب العملي : يكتسب البحث أهميته العملية في كونه مجال مازال نادر في الدراسات التي اجريت في هذا المجال ويكتسب البحث اهميته العملية من كونه نتائج يمكن ان تفيد المنظمة المبحوثة والمنظمات

العامه وترشيد ادارتها الى الافضل السبيل بتعزيز الوعي الاستراتيجي وتوفير التجديد الاستراتيجي وبما فيه ينعكس إيجابيا في الاداء للمنظمة المبحوثة وقدرتها بالتكيف في العمل .

ثالثا : اهداف البحث

يتمثل الهدف الرئيسي للبحث في محاولة معرفة دور الوعي الاستراتيجي في تحقيق التجديد الاستراتيجي وسعيها بتحقيق الأهداف التالية :

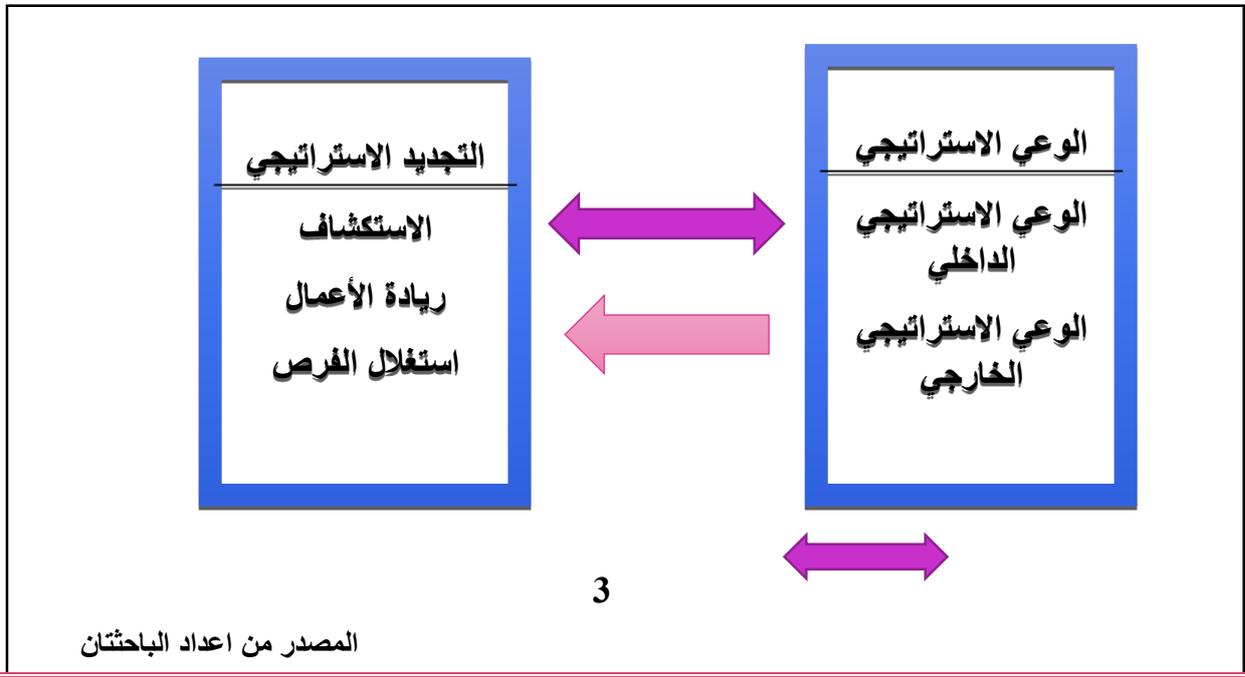
1. التعرف على مستوى توفر الوعي الاستراتيجي والتجديد الاستراتيجي في المنظمة المبحوثة .
2. تشخيص قدرة المنظمة المبحوثة بتحقيق التجديد الاستراتيجي من خلال الاعتماد على الوعي الاستراتيجي .
3. اختبار علاقة الارتباط والاثر بين الوعي الاستراتيجي والتجديد الاستراتيجي في المنظمة المبحوثة .
4. بلورة الاطار النظري من مفهوم الوعي والتجديد الاستراتيجي وذلك من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات التي تناولت هذه المفاهيم ولتقديم مفاهيمي وبناء انموذج وبما يتناسب مع بيئة المنظمة المبحوثة .
5. تقديم مجموعة استنتاجات وتوصيات للمنظمة المبحوثة حول كيفية تحريكها مستقبلاً وتحسين مستوى الوعي الاستراتيجي وبما يتناسب في تحقيق التجديد الاستراتيجي .

ثالثا : النموذج الفرضي للبحث

قسم نموذج البحث الى قسمين :

القسم الاول المتغير المستقل : الوعي الاستراتيجي : ويتمثل بالأبعاد التالية (الوعي الاستراتيجي الداخلي والخارجي)

القسم الثاني : المتغير التابع : التجديد الاستراتيجي : ويتمثل بالأبعاد التالية (الاستكشاف ، قيادة الأعمال ، استغلال الفرص)



علاقة ارتباط



الاثـر

الشكل (١) النموذج الفرضي للبحث

خامسا // فرضيات البحث

تماشي مع اهمية واهداف البحث تم وضع الفرضيات الرئيسية والتي سيتم عرضها على النحو الآتي ::

الفرضية الرئيسية الاولى :- توجد علاقة ارتباط ذو دلالة إحصائية بين الوعي الاستراتيجي بابعادة (الوعي الاستراتيجي الداخلي ، الوعي الاستراتيجي الخارجي) والتجديد الاستراتيجي بابعادة (الاستكشاف ، ريادة الأعمال ، استغلال الفرص)

الفرضية الرئيسية الثانية :- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الوعي الاستراتيجي بابعادة (الوعي الاستراتيجي الداخلي ، الوعي الاستراتيجي الخارجي) والتجديد الاستراتيجي بابعادة (الاستكشاف ، ريادة الأعمال ، استغلال الفرص)

سادساً // حدود البحث

الحدود البشرية : الموظفين والمسؤولين في كلية الإدارة والاقتصاد

الحدود الزمانية : تتمثل الحدود الزمانية من ٢٠٢٣ الى ٢٠٢٤ .

الحدود المكانية : جامعة ميسان كلية الإدارة والاقتصاد

الحدود الموضوعية : انحصر البحث الحالي بموضوع (الوعي الاستراتيجي ودوره في تحقيق متطلبات التجديد الاستراتيجي)

سابعاً // مجتمع وعينه البحث

مجتمع البحث : كلية الإدارة والاقتصاد – جامعة ميسان

عينة البحث. : الموظفين والمسؤولين في كلية الإدارة والاقتصاد

ثامناً // اساليب جمع البيانات

الجانب النظري :: اعتمدت الباحثتان في الجانب النظري على ماهو معروض من دراسات ومراجع عربية وأجنبية وبحوث علمية والرسائل الجامعية والاطاريح والتي تم الحصول عليها من الانترنت .

الجانب العملي :: تم اعتماد استمارة الاستبيان وتشخيص متغيرات البحث وتم طرح مجموعة اسئلة من خلالها وتكون متعلقة ببيئة العمل من داخل المنظمة المبحوثة .

المبحث الثاني – الدراسات السابقة

اولا : الدراسة المتعلقة بالمتغير المستقل " الوعي الاستراتيجي"

الجدول (١) الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير المستقل

حسين ، ٢٠٢٣	الدراسة الاولى
العلاقة بين الوعي الاستراتيجي والاستجابة الاستراتيجية وتأثيرها في ريادة الأعمال الرقمية : دراسة تطبيقية في وزارة الاتصالات – الشركة العامة للاتصالات والمعلوماتية	عنوان البحث
التعرف على مدى تبني الشركة المبحوثة لمفهوم متغيرات البحث وترتيب اهمية المتغيرات الفرعية وتحديد علاقة الاثر والارتباط بين متغيرات البحث .	هدف البحث
ان الوعي بالمستوى الكلي يرتفع ويعود سبب الارتفاع في مستوى الوعي للشركة لامتلاك المدراء القدرة العالية بتقديم الخدمات المتطورة للمجتمع وبما يدعم الوعي الاستراتيجي الداخلي وعلى مستوى الابعاد الاخرى .	نتائج البحث
Al-Badayneh, 2021	الدراسة الثانية
The Impact of Strategic Awareness on Enhancing Organizational Immunity System: An Applied Study on Jordanian Food Manufacturing Companies.	عنوان البحث

هدف البحث	التعرف على الاثر الوعي الاستراتيجي في تعزيز نظم المناعة التنظيمي.
نتائج البحث	أن تصورات أفراد عينة الدراسة للوعي الاستراتيجي في الشركات المبحوثة ذات مستوى عالي ، وذلك نتيجة للجهود التنموية التي تبذلها شركات تصنيع الاغذية الاردنية في ادراك أهمية تطبيق الوعي الاستراتيجي بكل ابعادها وتأثيرها في تعزيز المناعة التطبيقية للشركات.

ثانيا : الدراسة المتعلقة بالمتغير التابع " التجديد الاستراتيجي "

الجدول (٢) الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير التابع

الدراسة الاولى	العبودي ، ٢٠٢٠
عنوان البحث	دور البنى التحتية لإدارة المعرفة في التجديد الاستراتيجي عبر القابليات المميزة - دراسة تحليلية لشركة فيض القسيم
هدف البحث	التعرف على مستوى التجديد الذي تحتاجه الشركة ، وتحديد قابليات التميز التي تمتلكها الشركة .
نتائج البحث	وجود علاقة اثر ذات دلالة معنوية وموجب. لبنى التحتية لادارة المعرفة بالتجديد الاستراتيجي وكما يوجد علاقة ذات دلالة معنوية وموجبة لأبعاد البنى التحتية بادارة المعرفة في التجديد استراتيجي وما عدا بعد الثقافة حيث رفض العلاقة مع التجديد
الدراسة الثانية	Pedersen & et al (2020)
عنوان البحث	Cognition as a driver and barrier of strategic renewal: Case of the Finnish Broadcasting Company
هدف البحث	الهدف هو التحليل لكيفية تطور التجديد الاستراتيجي في المنظمة بمرور الوقت.

يساهم هذا البحث بثلاث طرق مهمة أولاً ، أن المنظور الاستراتيجية القائم على المشروع يختلف عن المناهج الراسخة لتحليل عمليات تشكيل الاستراتيجية وأنه يوفر طريقة مثمرة لدراسة التجديد الاستراتيجي. ثانياً ، تقوم بتطوير مصفوفة تميز بين أنواع المشاريع المختلفة الموجودة في حافظة مشروعات المنظمة. ثالثاً ، توضح أن المشاريع تعمل كوسائل " لجهود التجديد الاستراتيجي الملموسة وأنها قد تدفع المؤسسات نحو ساحات تنافسية جديدة .

الفصل الثاني – الإطار النظري

المبحث الأول – الوعي الاستراتيجي

الزيادة الحاصلة بالتطور المعرفي في ظل الكم الكبير والواسع مع تطور تكنولوجيا ونتيجة الانتشار والضغط الكبيرة التي دفعت بالكثير من الباحثين بمجال علم النفس الإداري والبحث عن جميع العوامل التي تساعد بتطور الافراد ذهنياً بمهارات وفاعلية تساعد بالتركيز والتواصل مع الآخرين بشكل جيد ومن العوامل التي حظيت بالاهتمام هو الوعي الاستراتيجي حيث ازداد اهتمام بالدراسات التي تركز في تطوير الوعي والانتباه لدى العاملين لكونه يضمن الكثير من القدرات التي تمكن العاملين من تعلمها وتحسين الادراك والانتباه .

اولاً : مفهوم الوعي الاستراتيجي

ظهور مفهوم الوعي الاستراتيجي هي الثمانينات من هذا القرن وتطور تعريفه من قبل الادارة العليا وبالتركيز على جميع الاعضاء في المنظمة الى جانب مراعاة اهمية العوامل المحيطة والعوامل الداخلية وتم تعريف الوعي الاستراتيجي انه البناء على المستوى الفردي ويشير الى تملك الافراد الرئيسيون الوعي بالأولويات الاستراتيجية وانه يشير الى القدرة العقلية للمنظمة التي تعمل على تجمع واعادة تنشيط الوظائف العقلية وطرق تحويل الرؤية الحقيقية لتناسب مع ماتملكة المنظمة من قدرات (Al-Khati. , 2018 : 17) .

لم يحدد مفهوم موحد للوعي الاستراتيجي بسبب اختلاف وجهات النظر حول المفهوم ومن هذه وجهات النظر مايلي ومما موضح بالجدول (٣) :

الجدول (٣) مفاهيم الوعي الاستراتيجي لعدد من الباحثين والكتاب

المفهوم	الباحث والسنة
هو عملية تخطيط بطرق منظمة مع الادارة العليا المناسبة والذي تضمن تحديد القضايا التخطيط الرئيسي واهداف التخطيط وتنظيم فرق التخطيط وحصول على التزام من الادارة العليا وتحليل البيئة الحالية .	Hoque et al , 2016 : 310
هو القدرة بملاحظة الجودة القيم وتمكين من اتخاذ الخيار الحكيم من خلال السماح بإبراز المهارة السياقية في الحياه المهنية وخاصة لصالح الاشخاص المسؤولين والمجتمع بشكل عام .	Young , 2019 : 3
هي عملية دمج الادراك بالاستراتيجيات ودمج المعرفة في الصناعة والاتجاه العالمي والعقد المستقبلي المحتمل ودمج المعرفة الداخلية بعملية اتخاذ القرار الاستراتيجي .	الحكيم واخرون ٢٠١٩ : ٢٣٦
هو القدرة بتحديد وتشخيص التغير في البيئة الداخلية والبيئة المحيطة مع تقييم لوضع الشركة والاستيعاب لمتطلبات المراحل الحالية والمستقبلية من اجل وضع الخطط الاستراتيجية وتوفير آلية تنفيذ والاستجابة بما يحقق الهدف الاستراتيجي بفاعلية وكفاءة .	يونس ، ٢٠٢٠ : ١٠١
فهم وادراك بما يملكه متخذ القرار في المنظمة والذي يعتمد على التنفيذ الفاعل للتخطيط الاستراتيجي ويتم افتراضها بشكل مسبق وتحول هذه الافكار والخطط الى مشاريع واعمال تنحز بادارة الشركة بالوقت الحالي والمستقبل .	فيصل ، ٢٠٢١ ٣٧ :
هي عملية دمج بين الوعي الاستراتيجي الداخلي مع الوعي الاستراتيجي الخارجي والذي يمكن للشركة تحقيق الضمان والتحكم في الوقت الحاضر وتبصر المستقبل بتحقيق لتجديد الاستراتيجي .	كوللي وسندي ، ٢٠٢١ : ٤٠٥
هو مفهوم يشمل جميع عناصر الشركة من الأقسام وصولاً إلى الأهداف وانها تمثل القدرة بما يملكه صناع القرار من داخل الشركة ان يكونوا مدركين لكل ما يتعلق بالمنظمة وما يحدث في البيئة المحيطة لتجنب المخاطر والعمل باغتنام الفرص والوعي بالبيئة من حيث المعرفة وفهم الموارد الحالية .	Al- Badayneh , 2021 : 49

ويمكن توضيح مفهوم الوعي الاستراتيجي من وجهة نظر الباحثان : هو التيقظ ودراك وفهم والنقاط الاشارات بما يملكه القائد الاستراتيجي في المنظمة وبما يساهم بتحديد مختلف التغيرات سواء في البيئة الخارجية او البيئة الداخلية والمستقبلية المتوقع حدوثها ووضع خطط تفعل الاستجابة بشكل ذهني واستحضار سيناريوا والتنبؤ الذي يساعد باتخاذ القرارات وتحقيق ألا اهداف .

ثانيا : اهمية الوعي الاستراتيجي

يرى (فيصل ، ٢٠٢١ : ٤٠) ان للوعي الاستراتيجي اهمية تكمن بوعي الفرد باهمية التفكير في الاخرين وتحليل مستوى الاداء والافكار عبر مقياس قصير والثقة بالقدرة المعرفية واكتشاف معتقد من حيث المقدرة والحددي المعرفي لديهم والذي يعدها اساسي في عملية التفكير وتفسر سلوك الافراد كون ان الفرد ذو قدرة معرفية مرتفعة . وقد تبرز اهمية الوعي الاستراتيجي من خلال النقاط التالية (الجبوري ، ٢٠٢١ : ٣٩) :

1. تعمل برفع المستوى لأدراك المدير بكل ما يحيط به من متغيرات في البيئة الداخلية والبيئة المحيطة واستغلال الفرص التي تنشأ هذه المتغيرات وحدد التهديد وتجنبها .
2. يساعد المدراء بتقييم الجودة ونوعيتها وما تملكه الشركات من موارد تساعدهم بتنفيذ الاستراتيجية بفاعلية وكفاءة .
3. تساهم في ترشيد القرار وتعمل على تزويد متخذ القرار بكافة المعلومات التي تساهم في اتخاذ القرارات العقلانية والسليمة وتحقيق الأهداف .
4. تعمل كحلقة وصل عندما تحدث ببعض من الفجوات التي تخدم الاستراتيجية وما ينتج عنها لصانع القرار بتحقيق الاتساق وصحة القرارات الاستراتيجية وبما يلائم الاهداف طويلة المدى .
5. توفر المعلومات حول تحريك الاستراتيجية الذي يتعلق بالمنافسين واستراتيجية المستقبلية .
6. يساهم في بناء النظم الرقابية بما يساعد في المحافظة على المورد والاستفادة منها بافضل الأشكال وبما يحقق الاهداف .

ثالثا : خصائص الوعي الاستراتيجي

الشركات تعمل في بيئة تنافسية معقدة وسريعة التغير وتطلب ان تصف عدد من الخصائص لمواجهة التحديات والتميز عن بقية منافسيها حيث اشار (فيصل ، ٢٠٢١ : ٤٠) على عدد من الخصائص التي تقوم بإبراز الوعي الاستراتيجي والذي يمكن للشركة ان تبني على اساسها الوعي الاستراتيجي والذي يتسم بالنجاح في مهامها ومنتجاتها وهي كما يلي :

1. الاداء : يتمثل بالفاعلية والكفاءة في سياق الاعمال الفاعلة وهي الامتثال لمتطلبات العملاء واما الكفاءة هي استخدام الموارد لتحقيق ووصول المستوى الرضا لدى العملاء .
2. المنافسة الاستراتيجية : ان وضع الاستراتيجية امر ضروري لازدهار العمل والتي تعمل في الاسواق التنافسية وتوسع الشركة بالحصول على توجه استراتيجي يساهم بتحسين قدرتها التنافسية .
3. الوعي بالعلامة التجارية : يعد وعي العملاء باداء العمل التي تعمل الشركة من خلالها في تأثير على مواقف المستهلكين باتجاه العلامة التجارية من خلال انشاء الرابط والايمان بالجمهور المستهدفين باتجاه منتج معين .

4. **جودة الخدمة** : ان مصطلح الجودة يلتبس من خلالها الزبون ان كل المواصفات التي يريدها ويرغب بها تتطابق مع ما هو موجود في مواصفات الخدمة والتي تؤدي الغرض الرئيسي الذي يستهدفه الزبون بحيث يكون راضي عنها .

رابعاً : مراحل الوعي الاستراتيجي

يشير الباحث (Aytar , 2019 : 34) ان بناء الوعي يتم خلال ثلاث نقاط وكما يلي :

- ادراك الادارة العليا جميع المعنيين باتخاذ القرارات المنافسين والمنظمات ينتجون وينفذون استراتيجية مختلفة .
- كيف تطور الاستراتيجية لمواكبة المنافسين الداخليين الجدد .
- التفكير بالفرص والتهديدات بالبيئة ومحاولة الاستفادة منها .

وقد اضاف (Young , 2016 : 60) ان الوعي الاستراتيجي يتم بأربع مراحل تتمثل بتحديد المعنى للوعي الاستراتيجي :

1. **مرحلة الاسترجاع** : يقوم الافراد في هذه المرحلة بتتبع الاحكام السابقة التي تتلائم مع القرار السائد الاسترداد المخزون الذاكرة والعودة الى ما هو في الوقت الحاضر .
2. **مرحلة البصيرة** : تساعد برؤية الحاضر بدون تكيف مع امكانية الرؤية الحاضر باعين جديدة .
3. **مرحلة مستقبلية** : يكون فيها الفرد قادر في بناء عملية محاكاة ماهرة يمكنها توجه بأعمال وتعزيز قدرتهم في التنبؤ العاطفي بزيادة الاحتمال الى تطلعاتهم وبما يتوافق مع الواقع .

خامساً : ابعاد الوعي الاستراتيجي

يتم الاعتماد على الابعاد التي تناسب البحث الحالي والبيئة المستهدفة والمتمثلة (الوعي الاستراتيجي الداخلي ، الوعي الاستراتيجي الخارجي) والتي تعطي تصور واضح للابعاد الحالية والمستقبلية لرواد الأعمال بفهم الوضع الحالي الذي يشغل في الاسواق وبما يواجهه المستقبل وبما يمكنهم مواجهته وماهي طريق الوصول حيث حظيت هذه الاهداف بالاتفاق من الباحثين (الفتلاوي واخرون ، ٢٠٢٠ : ٢٩) و (فيصل ، ٢٠٢١ : ٥١) و (الجبوري ، ٢٠٢١ : ٤٥) :

البعد الاول : الوعي الاستراتيجي الداخلي :

ويتمثل بوعي الموارد التي تملكها المنظمة والتي تشمل جميع الموجودات والقدرات والعمليات المسيطرة عليها ، من قبل المنظمة وتتيح التنفيذ لاستراتيجيتها وتعزيز كفاءتها وفعاليتها وتكون مورد مهم لتحقيق الميزة التنافسية ،

وتكون مورد ملموس ومورد غير ملموس ويمكن ان تكون مورد. ملموس بشكل راس المال والموارد البشرية اما المورد الغير ملموس تتمثل بالثقافة والسمعة للمنتوج والموارد المعرفة والعلامة التجارية (Yasa et al , 2020 : 1690) .

تتمثل الخبرات بالمهارات والكفاءة التي تكون مترابطة من كفاءة ادارية ومهارة وخبرة وادارة فعالة ومعرفة التقنية والتدريب المناسب للعاملين وأساليب التشغيل ومستويات التعليم لريادة الأعمال وقدرة الموارد البشرية بادارة المعرفة بشكل صحيح وهذه الخبرة تساعد رجال الاعمال بتحقيق النجاح (Staniewski , 2016 : 5) .
تؤدي القدرات الى الاستخدام الامثل للموارد مما تصيح عليه موارد المنظمة قيمة ولايمكن تقليدها وتثبت قدرتها بتوليد المصادر التنافسية ، وان الهدف الأساسي من التحليل للوضع الداخلي هو تحديد القدرة بالتميز بشكل نقاط قوة وبما تملكه المنظمة بشكل متقدم وتتميز بها على المنافس وغالبا ما تكون قدرة نادرة وتكلف الاخرين في حالة محاولة التقليد تتسم بالديمومة والاستمرارية (Ferreira & Fernandes , 2017 : 120)

البعد الثاني : الوعي الاستراتيجي الخارجي :

يتمثل بالطريقة التي تقوم بها الشركة من خلال اتباع الإجراءات المعتمدة لقادتها واصحاب العمل واهميتها في عدد من المجالات المختلفة ومنها الادارة والعلاقة العامة للتسويق وتقنية الاتصال (Bellou , 2014 : 582) .
تجد الباحثان ان الوعي يجب ان ينمو مع البيئة الخارجية وبتجاه الاستجابة لدور البيئة الخارجية وبيئة الصناعية لأهميتها لدى منظمات الاعمال وان الوعي الاستراتيجي يتجلى عبر فهم وادراك وتحليل كل البيئتين :

• **تحليل البيئة الخارجية :** هي بيئة الشركة الخاصة متكاملة ومطورة وتضمن مجموعة معقدة من عوامل قانونية وسياسية واقتصادية واجتماعية خارج عن السيطرة وتفرض قيود على انشطة الشركة وتعد معيار لنجاحها وبقائها (Kuznetsova et al , 2017 : 311) .

حيث تضمن البيئة الخارجية مجموعة من العوامل وكما بينها (Rothaermel , 2017 : 72) .

1. **العوامل التكنولوجية :** التطورات السريعة والمستمرة تلزم على الشركة متابعة التغير في البيئة الخارجية وبالأخص التغيرات التي تحدث في التطور التكنولوجي والتي ترتبط بشركة الأعمال .
2. **العوامل القانونية والسياسية :** تتمثل بالنتائج الرسمية لعمليات السياسية وتتجلى في القوانين واللوائح وحماية البيئة ومكافحة الاحتكار .. الخ .
3. **العوامل الاقتصادية :** تعتبر من العوامل البيئية الخارجية المؤثرة بأعمال الشركات وتتمثل باتجاه النتائج المحلية والاجمالية ، ومعدلات التضخم وتوافر الطاقة واسواق العملات وسعر الصرف .

4. **العوامل الاجتماعية** : تعتبر عوامل ثقافة من اعراف وقيم مجتمعية لان العوامل الثقافة والاجتماعية ليس فقط تغير مستمر ولاكنها تختلف بين المجموعات وتحتاج الى التغير بنمط الحياة والتوقع المهني ونشاط المستهلك ومعدلات الولادة وعدد السكان ... الخ .

• **تحليل بيئة صناعية** : هنالك مجموعة طرق تستخدم بتحليل البيئة الصناعية وتحدد عبر تفاعل خمس عوامل تنافسية ومنها ماييلي (رشيد وجلاب ، ٢٠١٥ : ١٢٨) :

1. **التنافس الصناعي** : يأخذ بين المنافسين عدد من الاشكال وبما فيها تخفيض الاسعار وتقديم منتج جديد وحملات اعلانية مع التحسين بخدمة المنافسة والتي تحد من ربحية الصناعة .
2. **تهديد البديل** : يؤدي المنتج الوظيفة نفسها الذي يؤديه المنتج الأساسي بوسائل مختلفة ويكون خطر عند الاستبدال مرتفع وتضرر ربحيه الصناعية لان تمثل التهديد الذي يمكن ان يصنع سقفا للأسعار .
3. **قوة المشتري** : العملاء الاقوياء هم وجه اخر للموردين الاقوياء ويمكن الحصول على مزيد من القيم عن طريق اجبار المورد الصناعي في التنافس بقوة مع بعضهم واعادة مايكون على حساب الربحية .
4. **قوة المورد** : هنالك عدد محدد من الموردين وعدد كبير من العملاء مع وجود القليل من البدائل وان قوة المورد تكون اكبر ويمكن للمورد الحصول على قيمة نفسها .
5. **تهديد الوافدين الجدد** : ان الوافدين الجدد الى الصناعة يجلبون القدرة الجديدة ورغبة في حصول على حصة السوق وبما يضغط على التكاليف والاسعار ومعدلات الاستثمار اللازم للمنافسة واذ ما بقيت حوافز الدخول العالية .



الشكل (٢) ابعاد الوعي الاستراتيجي

المبحث الثاني – التجديد الاستراتيجي

التجديد الاستراتيجي هو تغير لمسار الاستراتيجي للمنظمة ومواردها بشكل كبير لتحسين ادائها بمجموعة أنشطة التي تقوم بها ويطلق هذه المنظور تجديد باعتباره تحول تنظيميا للتأكد من التأثيرات المنتشرة في هذه العملية وهيكل وانظمة الثقافة اذ يدفع الاضطرابات البيئية للتدهور والتزايد الوضع التنافسي الى البدا بعملية التجديد في بحث عن مزج اكثر ملائمة مع القدرات والموارد الحالية وتعزيز سلوكها الاستباقي على المستوى المنظمة ويصل التجديد الى احدث تحول في الصناعة نفسها .

اولا : مفهوم التجديد الاستراتيجي

ان التجديد الاستراتيجي هو احدى الاعتبارات الأساسية في المنظمات التي تساعد بفهم البقاء والازدهار في المدى الطويل ويعد التجديد الاستراتيجي موضوع بارز في الادبيات لادارة الاستراتيجية وانه في الاغلب يتحدد بشكل واضح ويعاني الادب الاستراتيجي عدم وجود تعريف دقيق بوجود خطر المتزايد في استخدام التجديد الاستراتيجي كمصطلح شامل (2 : Sievinen et al , 2020) .

حاول الباحثون عبر بحوثهم تحديد مفهوم التجديد الاستراتيجي في الوقوف على مايتوافق مع توجيهاتهم حيث اختلفت وجهات النظر حول تحديد المفهوم ومن هذه الجهات النظر مايلي كما في الجدول (٤) :

الجدول (٤) مفاهيم التجديد الاستراتيجي لعدد من الباحثين والكتاب

المفهوم	الباحث والسنة
هي عملية تطوير متكررة ومستمرة لاستبدال السمات التي تأثر بالأفق المستقبلي للمنظمات وتهدد البقاء .	الحدراوي ، ٢٠١٥ : ٨١
هي عملية استبدال وتعديل نماذج الاعمال الحالية للمنظمة ومعالجة الفرص الناشئة والمخاطرة للبقاء في المدى البعيد .	Schmitt et al , 2015 : 2
هي مجموعة قرارات واجراءات تتخذها المنظمة بتحقيق الاستمرارية للعمل على الامد البعيد .	Amankwah-Amoah et al , 2017 : 5
هي فلسفة ادارية تهدف الى التجديد بسمات المنظمة بالشكل الذي يضمن تحول الاداء بشكل مستمر وفعال نحو الابداع .	الشريفي ، ٢٠١٧ : ٦١
هو مجموعة ممارسات توجه القائد إلى العصر الجديد من الابداع .	Burgos , 2018 : 10
هو ظاهرة ريادية تسعى من خلالها المنظمة الى اعادة تعريف علاقة الاسواق ومنافسيها في الصناعة من خلال تغير الطرق بالتنافس .	Alhimyarie et al , 2019 : 82
هو عملية تسمح المنظمات بتغير الاعتماد الكبير على مسار محدد بتغير توجيهاتها وقدرتها الى مسار مميز ويتصف بانماط عمل اساسي .	Rossato , 2020 : 11
القدرة في تطور امكانياتها وموردها بطرق عملها وسلوكها لكي تلائم التغيرات الحاصلة في البيئة لتحقيق الموقع التنافسي .	العبودي ، ٢٠٢٠ : ٧٩

ويمكن توضيح مفهوم التجديد الاستراتيجي من وجهة نظر الباحثان : هو عملية تغيير مسار المنظمات بتغير انشطتها وعملياتها التي تتبعها بإعادة تعريف العلاقة بأسواقها وبالمنافسين بطرق تطويرات بالهيكل واستراتيجية ومقدرتها بشكل يساعد بالتكيف مع التغير الحاصل في البيئة .

ثانيا : أهمية التجديد الاستراتيجي

يمكن ان يكون التجديد فرصة للمنظمة بتحقق التفوق وتحديا لها في الوقت ذاته لذلك أصبحت الحاجة للتجديد ضرورة ملحة لمواجهة تغيرات البيئة ومتطلبات العمل ومواجهة المنافسين ورغبات العملاء المتطورة والمتغيرة

باستمرار لذا يتوجب على المنظمات ان تتمتع بقدرة في تحسين توافقها مع الطلب الداخلي والخارجي بشكل مستمر ويجب ان تكون فاعلة بمتابعة التجديد الذي يكون نتيجة لمرونة المنظمات بتحقيق الميزة التنافسية (Ali , 2020 : 11) .

في حين (Phetphonghan et al , 2017 : 29) ان التجديد الاستراتيجي يركز بنقاط ثلاثة وهي :

1. التجديد الاستراتيجي يغير القدرات والنوايا الاستراتيجية المتصلة بالمنظمات الى قدرة ذات سمات وخصائص تنافسية في الاسواق .
2. التجديد الاستراتيجي له قدرة بالتأثير بشكل كبير في سمات المنظمة في مستويات مختلفة .
3. التجديد الاستراتيجي يساعد المنظمة في الخروج من تبعيات مسار واحد وتحول من استغلال المعرفة الى اكتشاف المعرفة مما يضمن ديمومة الاعمال لفترات اطول .

ثالثا : اهداف التجديد الاستراتيجي

التجديد يشكل تحدي للمنظمات الصناعية التي تقوم على الابداع ويهدف إلى التغيير بمعايير الاسواق بشكل سريع ، وان للتجديد الاستراتيجي اهداف تتحدد بالنقاط التالية (Mielcarek , 2018 : 29) و (Perez et al , 2019 : 3) و (Xiao et al , 2018 : 6) وكما يلي :

- يهدف التجديد للاستفادة من الفرص التي تعتمدها المنظمة في مسارها والتفوق على المنافسين من خلال المنتج المتميز وتشكيل اسواق لتعظيم الاستفادة من ريادتها الصناعية .
- يهدف التجديد للتنسيق بأنواع المعرفة وتحدد الاكثر صلة لتمكين المنظمة من التركيز وتحديد الاولويات باستثمارها .
- ان التجديد يهدف الى ملاحظة الظروف واعادة تنظيم البيئة وربطها بالمنظمة وهيكلتها والعمليات والمنتجات وتعديل الارتباط بمرور الوقت .
- يهدف الى احداث تغيير بنمط الموارد للمنظمة بمسار استراتيجي بشكل كبير وتحسين الاداء التنظيمي والمالي والبحث لمزيج الاكثر ملائمة مع القدرات الحالية والموارد .

رابعا : خصائص التجديد الاستراتيجي

المنظمات تواجه عدد من التحديات والصعوبات تحد من عملها وتعمل اغلب المنظمات في البيئة شديدة المنافسة وتسعى الى التجديد وانها تأثر بشكل اساسي في افاق المنظمات في المدى البعيد وتحقق التميز في الاداء وتكون استباقية في استغلال الفرص والتفرد بالابداع وللتجديد الاستراتيجي خصائص تتمثل بالنقاط التالية (Pedersen , 2020 : 5) :

1. **التأثير** : هو عملية تجديد للمنظمة ولها القدرة بالتأثر بشكل اكبر في افاق طويلة الاجل وضمان نجاح ونمو المنظمات .
2. **امكانية قياس** : يمكن للمنظمات قياس الأداء بالسياق الذي يشير إلى تفاعلها بين المنظمة والبيئة وتميز بين ما كانت الاحراء الاستراتيجية وتستند الى مورد داخلي وخارجي .
3. **الانتعاش والاستبدال** : تضمن المنظمة تجديد جزئي او كلي او استبدال سمات الاستراتيجية للمنظمة وبقصد توفير النمو وتحقق التطور المستقبلي للمنظمات والتخلص من بعض الخصائص التي تقف عائق امام تحقق الاهداف .
4. **تنشيط النمو** : يشير الى مواصلة زخم اعادة النمو ومواصلة بعد الانقطاع وان المنظمات تتميز بمراحل من النمو وتواجه التغير بالبيئة الداخلية والخارجية اثناء الانتقال من مرحلة الى مرحلة اخرى .
5. **التكيف** : وتتسم عملية التجديد بالملائمة والتراسف والانسجام بين المنظمات وبيئتها .
6. **اعادة التشكيل** : وهو التركيز بالقدرات والفجوات في العمل وعلى اغلاق هذه الفجوات باعادة تشكيل قدرتها وتحليل عملية اعادة التشكيل للقدرات .

خامسا : ابعاد التجديد الاستراتيجي

تناولت الادبيات ابعاد التجديد الاستراتيجي بشكل اوسع وفق وجهات نظر مختلفة وفي البحث الحالي سيتم الاعتماد على الابعاد الآتية (الاستكشاف ، ريادة الأعمال ، استغلال الفرص) بحسب ما اشار اليها (الهماوندي ، ٢٠٢٠) كونها الاحداث دراسة بالتجديد الاستراتيجي وبما يلي شرح الابعاد بالتفصيل :

البعد الاول : استغلال الفرص :

يتمحور حول كيف تحدد توظيف العمليات والمهارات والقابليات الموجودة بإدخال تحسينات على المنتج واستثمار الفرص وتحسين قدرتها وان المنظمة تفضل التخاطب في الانشطة الاستثمارية في المدى القصير وان العائد والربح استغلال الفرص باعادة تكوين قريب المنال والمؤكد ويتم مقارنتها مع عائد الاستكشاف وان الاستغلال للفرص في السابق في مجال المعرفي يجعل الاستغلال في مجال نفسة الاكثر كفاءة ومرونة في مستقبلها وان المنظمات تميل إلى التفضيل بالقدرة والاستقرار على التنبؤ وتضع الاسبقية لتأسيس الابداع والاعمال ذات المخاطر المنخفضة (2 : Degeryd and Graffner , 2014).

ان استغلال الفرص هو تمثيل المخاطر من قبل المنظمات ينبغي أن تكون مستعدة باعادة التشكيل والتفكير في نظم العمل والتخلص من الثبات والنمطية والتعامل مع الاوضاع والرؤية الجديدة في المهارات والقابليات

والامكانيات المنظمات في الاستثمار للفرص التي تحقق تفاعل وتواصل مع البيئة التي تمثل شكل من اشكال التجديد . (الشريفي ، ٢٠١٧ : ٨٧) . التجديد هو استغلال يركز بالكفاءة والمعارف القائمة للمنظمات وهو عملية تطويرية تهدف الى الحفاظ على ما تمتلكه المنظمات من مركزها التنافسي والسوقي والمنظمات خلال التجديد استغلالي قادرة في تحقق الارباح وقيمة في المدى القريب لتحسين وتطور الانشطة وضمان مركزها التنافسي والبقاء وتحقيق الاهداف المستقبلية (الزبيدي والغالي ، ٢٠١٨ : ١٧١) .

البعد الثاني : الاستكشاف :

يتمحور حول السعي بالتغير والبحث عن الفرص الجديدة والغير مسبقة والتي تعمل بها المنظمات وتجرب حل جديد او نموذج اعمال جديدة في ضوء هذه الفرص ، ويشير الاستكشاف الى تغيير الغير مألوف كونه القدرة باكتشاف شي افضل من رغبة والاستعداد لتحمل مخاطر او تجارب واكتشاف تباين مختلف وطرق مبتكرة لعمل شيء كما يشير الى تعلم وكتساب الفرص بعمليات منسقة من التجريب والتباين المناورة والمخطط ، وان الاستكشاف هو جوهره تميل باتجاه الابتعاد عن الروتين وماهو موجود والغاء ماهو معتاد واستبداله بما هو جديد ويتم انشائه بطرق مختلفة ومبتكرة (رشاد ولفته ، ٢٠١٥ : ٦٨) .

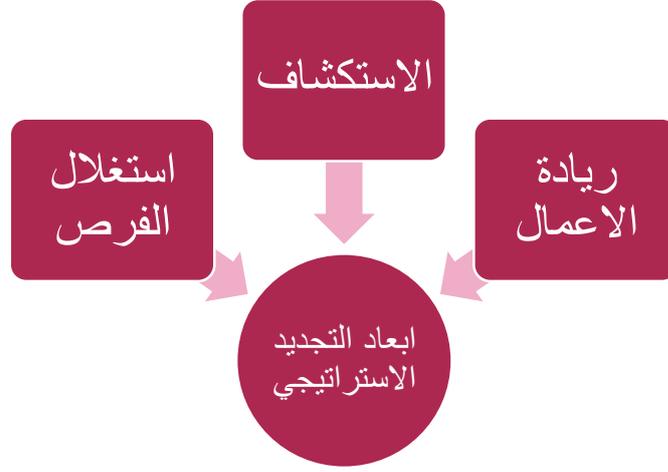
وان الاستكشاف هو المنهج الذي يؤدي بالقيام المنظمة بتغيير القاعدة في العمل الموجود والمعتاد كما يعتمد عليه جهود الاستغلال لتجربه المنتج الجديد والأسواق الجديدة واكتشاف الامر الذي يتطلب المهارات والقدرات عالية وتحتاج الى القدرات بادراك الوعي حول المخاطر العالية والكامنة (Glaser et al , 2015 : 308) .

البعد الثالث : ريادة الأعمال :

تعتبر ريادة الأعمال مفتاح لنجاح المنظمات وكيفية تأثيرها في تعلم جميع القطاعات ومجال الأعمال ومواجهة التحديات السريعة والمنظمة بحاجة إلى عقلية تنظيمية تمتلك ميل الريادي وروح مبادرة في تطبيق ريادة الاعمال والريادة هي دافع قوي في عمليات المنظمة التنافسية وسلاح تنافسي لصياغة استراتيجية الاعمال وترتبط بقوة مع الابداع الاحداث وتغير في نظم التنافسي التي تحتاج إلى شبكة من التبادلات والعلاقات والتواصل الاجتماعي للمشاركة بجميع الانشطة والاستراتيجيات (Rotharmel , Frank , 2015 : 202) .

ان عناصر ريادة الأعمال تمثل الاستراتيجي الفعال لرد على مشاكل عدم اليقين من خلال التركيز بالمرونة والقدرة بالتكيف وتحقيق الابداع وتساهم بانشاء فرص وتحفز وتطور السلوك الإبداعي لتجنب التهديدات والمخاطر المنافسة (Fourne et al , 2015 : 54) . ان الميل باتجاه الريادة من اهم مظاهر التجديد للتعامل مع جهات فاعلة في مختلف المستويات وهي تقدم الادوار المتميزة بتحسين الاداء للمنظمة وبناء القدرة الإبداعية وظهرت ريادة الأعمال في المنظمة الصغيرة واصبحت خاصية من خصائص المنظمة الكبيرة ووظيفه تدفع الى انتهاج الرغبة والمبادرة بالدخول للأسواق الجديدة وتحديث الحل الجديد والتركيز بنمط واحد واعتبارها مستوى

تصل اليه المنظمات وتعظم قيمتها ومكانتها من خلال سلوك الريادة واستغلال الرؤى والمساهمة الجديدة والمبدعة لكسب وتحقيق أهداف (الطائي واخرون ، ٢٠٧ ، ٦٥) .



الشكل (٣) ابعاد التجديد الاستراتيجي

المصدر : اعداد الباحثان

الفصل الثالث: الجانب العملي

المبحث الأول: مجتمع وعينه البحث

يتضمن هذا المبحث تحليل الخصائص الديموغرافية او المعلومات التعريفية لافراد عينة البحث حيث تم توزيع عدد 30 استبانة على افراد العنيه لمعرفة ارائهم حول الوعي الاستراتيجي ودوره في تحقيق متطلبات التجديد الاستراتيجي في جامعة ميسان كلية الإدارة والاقتصاد اختيرت جامعة ميسان كمجتمع للدراسة يأتي من أجل استكشاف دور الوعي الاستراتيجي في تحقيق متطلبات التجديد الاستراتيجي في بيئة جامعية متميزة مثلها كجامعة ميسان. بوجود كلية الإدارة والاقتصاد كجزء أساسي من الجامعة، يعتبر استهداف الموظفين في هذه الكلية فرصة مثالية لفهم كيفية تطبيق مبادئ الوعي الاستراتيجي على مستوى الإدارة الأكاديمية وتأثيرها على تحقيق التميز والتجديد في مجال التعليم والبحث العلمي.

جدول (١) توزيع افراد العينه

التسلسل	العدد الموزع من الاستثمارات	المسترجع من الاستثمارات	المستبعد من الاستثمارات	غير المسترجع من الاستثمارات	الصالح من الاستثمارات	نسبة الاسترجاع
1	30	30	0	0	30	%100

اعداد الباحثان بالاعتماد على الجانب الميداني

جدول (٢) الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة

الجنس		
النسبة	العدد	الجنس
%67	20	ذكر
%33	10	انثى
%100	30	المجموع
الفئة العمرية		
النسبة	العدد	الفئات العمرية
%46	14	20-29 سنة
%40	12	30 – 37 سنة
%7	2	38-43 سنة
%7	2	44-50 سنة
0	0	51 سنة فأكثر
%100	30	المجموع
التحصيل الدراسي		
النسبة	العدد	المؤهل العلمي

0	0	اعدادية
%7	2	دبلوم
%50	15	بكالوريوس
%30	9	ماجستير
%13	4	دكتوراه
%100	30	المجموع
عدد سنوات الخدمة		
النسبة	العدد	سنوات الخدمة
%47	14	5-1 سنوات
%21	6	10 سنوات
%16	5	15-11 سنة
%16	5	16 سنة فأكثر
%100	30	المجموع

اعداد الباحثان بالاعتماد على الجانب الميداني

المبحث الثاني: الوصف الاحصائي لمتغيرات البحث

استخدمت الباحثان برنامج الحزمة الإحصائية SPSS لتحليل البيانات. وقد تم استخدام هذا البرنامج لاستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الاستبيان المختلفة. وذلك بهدف توفير وصف شامل لدرجة موافقة عينة البحث. ويمكن الاطلاع على قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

أولاً: المتغير المستقل (الوعي الاستراتيجي): هو إدراك ومعرفة ما تملكه الجامعة وما يوجد تحت سيطرتها من مهارات وموارد وقدرات وخبرات تساعد بتحديد نقاط القوة واستدلال نقاط الضعف.

جدول (٣) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمتغير المستقل (الوعي الاستراتيجي)

اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

المتغير المستقل (الوعي الاستراتيجي)			
ت	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أولاً: الوعي الاستراتيجي الداخلي			
1	قدرة الجامعة بتقديم الخدمة المطورة للمجتمع	4.3333	0.75810
2	القدرة في مواكبة التقنية الحديثة واستثمار اسوه بالمنافسين	4.4000	0.72397
3	قدرة الجامعة بتلبية متطلبات الزبائن من خلال تقديم قيمة تفوق توقعهم	4.4667	0.57135
4	الخبرة التشغيلية تجعلها قادرة على جعل الأداء الجامعة بشكل أفضل	4.3333	0.66089
5	الخبرة الإدارية القادرة على جعل الجامعة تنجز الأعمال بكفاءة	4.4333	0.62606
ثانياً: الوعي الاستراتيجي الخارجي			
6	مراعاة التغير بالظروف في المجتمع ومحاولة التكيف معها	4.3333	0.66089
7	متابعة التغير المفاجئ والسريع بشكل استباقي للمنافسة في السوق	4.2000	0.66436
8	تطوير ومراجعة الأنشطة والخدمات باستمرار	4.4000	0.77013
9	إتباع تعليمات الصادرة من الوزارة وتوجه الأقسام التنفيذية	4.4667	0.68145
10	إن تكون ذات خصائص والمواصفات في خدماتها تضاهي الخدمات المنافسين	4.4000	0.72397
	نتيجة المتغير المستقل (الوعي الاستراتيجي)	4.37666	0.061112

يتبين من خلال مخرجات برنامج SPSS ان عينة الدراسة تمتلك الوعي الاستراتيجي وبشكل ممتاز جدا حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لاجمالي فقرات المتغير المستقل (الوعي الاستراتيجي) تساوي (4.3766) وبانحراف معياري (0.06111). وكانت الفقرة (9) اعلى فقرات المتغير المستقل والتي وضحت ("إتباع تعليمات الصادرة

من الوزارة وتوجه الأقسام التنفيذية.") حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي للفقرة (4.4667) وبانحراف معياري بقيمة (0.6814). فيما كانت الفقرة (7) هي اقل الفقرات اسهاما في الوعي الاستراتيجي حيث نصت على ("متابعة التغير المفاجئ والسريع بشكل استباقي للمنافسة في السوق.") بمتوسط حسابي يساوي (4.2000) وانحراف معياري (0.6643).

ثانيا: المتغير التابع (التجديد الاستراتيجي): هي قدرة الجامعة على الاستبدال والإنعاش الصفات الذي يؤثر بشكل كبير في توقع المستقبلي وتوجه الإدارة باتجاه هذا الظاهرة الجوهرية.

جدول (٤) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمتغير التابع (التجديد الاستراتيجي)

المتغير التابع (التجديد الاستراتيجي)				
ت	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النتيجة
أولاً: الاستكشاف				
1	يهدف الاستكشاف في الجامعة إلى الابتكار للمنتجات والأسواق الجديدة بتحقيق الأسبقية على المنافسين	4.4333	0.69149	اتفق تماماً
2	يؤدي الاستكشاف في الجامعة إلى التكيف مع البيئة المحيطة	4.4333	0.65126	اتفق تماماً
3	تهتم الجامعة بتحقيق التوازن بين الاستكشاف للقدرات الجديدة وبين الاستثمار للقدرة الحالية	4.3667	0.64772	اتفق تماماً
4	تسعى الجامعة بتحقيق التفاعل بين الشركاء للوصول إلى التوقع المستقبلي	4.6333	0.68145	اتفق تماماً
5	يساعد الاستكشاف بتطور المهارات الإبداعية الإستراتيجية لدى العاملين	4.4667	0.65126	اتفق تماماً
ثانياً: ريادة الاعمال				
6	تتعاون الجامعة مع الزبائن بتنفيذ الأنشطة لريادة الاعمال وتحقيق الميزة التنافسية	4.2667	0.71840	اتفق تماماً
7	تشجع الجامعة المبادرات الريادية لاحداث التغير في الوضع التنافسي	4.3000	0.73030	اتفق تماماً
8	تساهم ريادة الاعمال في الجامعة بتحقيق زيادة الحصة السوقية	4.1667	0.59209	اتفق تماماً
9	تركز الجامعة على الابداع كأساس للتغلب على التحديات التنافسية	4.4667	0.48423	اتفق تماماً

10	تتحمل الجامعة عدد من المخاطر في عملها بأثناء تنفيذ المشاريع الريادية	4.3000	0.57235	اتفق تماما
ثالثا: استغلال الفرص				
11	يساهم استغلال الفرص بإعادة التفكير في التموضع الاستراتيجي للجامعة	4.3667	0.56832	اتفق تماما
12	تستجيب الجامعة بسرعة لاحتياجات المنافسة في الأسواق الناشئة	4.2000	0.67891	اتفق
13	تحرص الجامعة على استغلال للفرص الحالية قبل المنافسين وتعزيز السيادة الإستراتيجية	4.1667	0.71840	اتفق
14	يهدف استغلال الفرص بالجامعة على تحقيق الأرباح الإضافية وزيادة النمو	4.1333	0.55605	اتفق
15	يعزز الاستغلال للفرص الموقع الاستراتيجي للجامعة وبما يقلل من حدة التهديدات التنافسية	4.5000	0.62881	اتفق تماما
نتيجة المتغير التابع (التجديد الاستراتيجي)				
		4.3467	0.070726	اتفق تماما

اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

توضح مخرجات برنامج SPSS ان افراد عينة البحث يشعرون بالرضا عن أنشطة وعمليات التجديد الاستراتيجي داخل جامعة ميسان حيث بلغ المتوسط الحسابي لاجمالي فقرات المتغير التابع (4.3467) وانحراف معياري (0.070726). وكانت اعلى فقرة في هذا المتغير هي الفقرة (4) والتي توضح ("تسعى الجامعة بتحقيق التفاعل بين الشركاء للوصول إلى التوقع المستقبلي.") بمتوسط حسابي بلغ (4.6333) وانحراف معياري (0.6814). فيما حصلت الفقرة (14) على اقل اهتمام من بين اجمالي فقرات التجديد الاستراتيجي حيث نصت على ("يهدف استغلال الفرص بالجامعة على تحقيق الأرباح الإضافية وزيادة النمو.") بمتوسط حسابي يساوي (4.1333) وانحراف معياري (0.556).

المبحث الثالث: اختبار فرضيات الارتباط والتأثير

في هذا القسم سوف نتعرف على درجة الارتباط بين المتغير المستقل (الوعي الاستراتيجي) والمتغير التابع (التجديد الاستراتيجي) وكذلك معرفة قوة علاقة تأثير الوعي الاستراتيجي في التجديد الاستراتيجي من خلال فرضيات البحث.

أولاً: اختبار علاقة الارتباط بين الوعي الاستراتيجي والتجديد الاستراتيجي

الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ارتباط ذو دلالة إحصائية بين الوعي الاستراتيجي بإعادة (الوعي الاستراتيجي الداخلي، الوعي الاستراتيجي الخارجي) والتجديد الاستراتيجي بإعادة (الاستكشاف، ريادة الأعمال، استغلال الفرص).

جدول (٥) نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

Correlations			
		الوعي الاستراتيجي	التجديد الاستراتيجي
الوعي الاستراتيجي	Pearson Correlation	1	.559**
	Sig. (2-tailed)		.002
	N	30	30
التجديد الاستراتيجي	Pearson Correlation	.559**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	
	N	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تشير نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى الى وجود علاقة ارتباط قوية بين الوعي الاستراتيجي والتجديد الاستراتيجي حيث بلغ معامل الارتباط قيمة (*0.559). وتفسر نتائج الجدول على ان العلاقة طردية بين المتغيرين أي ان كل ما تحسنت فاعلية الوعي الاستراتيجي كلما زاد نجاح التجديد الاستراتيجي داخل جامعة ميسان. وتتميز العلاقة بمستوى دلالة إحصائية بلغ (0.002). ومن خلال مخرجات برنامج SPSS توضح تحقق الفرضية الرئيسية الأولى.

ثانياً: اختبار علاقة تأثير الوعي الاستراتيجي في التجديد الاستراتيجي

الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بين الوعي الاستراتيجي بابعادة (الوعي الاستراتيجي الداخلي، الوعي الاستراتيجي الخارجي) والتجديد الاستراتيجي بابعادة (الاستكشاف، زيادة الأعمال، استغلال الفرص).

جدول (٦) اختبار علاقة تأثير الوعي الاستراتيجي في التجديد الاستراتيجي

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.556 ^a	.313	.273	.26889

a. Predictors: (Constant), الوعي الاستراتيجي

جدول (٧) اختبار علاقة تأثير الوعي الاستراتيجي في التجديد الاستراتيجي

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.859	1	.859	11.894	.002 ^b
	Residual	2.025	28	.072		
	Total	2.884	29			
a. Dependent Variable: التجديد الاستراتيجي						
b. Predictors: (Constant), الوعي الاستراتيجي						

اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

جدول (٨) اختبار علاقة تأثير الوعي الاستراتيجي في التجديد الاستراتيجي

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.757	.753		2.348	.027
	الوعي الاستراتيجي	.597	.172	.552	3.447	.002
a. Dependent Variable: التجديد الاستراتيجي						

جدول (٩) نتائج اختبار علاقة تأثير الوعي الاستراتيجي في التجديد الاستراتيجي

F		T		R ²	الوعي الاستراتيجي		المتغير المستقل
الجدولية	المحسوبة	الجدولية	المحسوبة		B1	B0	المتغير التابع
4.170	11.894	1.697	2.348	0.313	0.597	0.552	التجديد الاستراتيجي

*P ≤ 0.05 d.f: (1,28) N= 30

اعداد الباحثان

يتبين من خلال مخرجات برنامج SPSS للجدول السابقة وجود علاقة تأثير للمتغير المستقل الوعي الاستراتيجي بابعاده في المتغير التابع التجديد الاستراتيجي بابعاده حيث كانت قيمة R² معامل التحديد تساوي (0.313) حيث تفسر ان معظم التغيرات التي تحصل على المتغير التابع التجديد الاستراتيجي سببها يعود الى تأثيرات المتغير المستقل الوعي الاستراتيجي وابعاده فيها. وتفسر قيمة F المحسوبة (11.894) وكانت اعلى من F الجدولية (4.170) ان هناك دلالة إحصائية على ان الوعي الاستراتيجي وابعاده يؤثر في التجديد الاستراتيجي وابعاده. فيما بلغت قيمة T المحسوبة (2.348) وهي اكبر من قيمتها الجدولية (1.697) تفسر على تحقق الفرضية الرئيسية الثانية.

الفصل الرابع – الاستنتاجات والتوصيات

المبحث الأول : الاستنتاجات

1. تبين من التحليل الاحصائي لفقرات المستجيبين ان الأغلبية الافراد من فئات الذكور وقد يكون السبب تأثير الثقافة السائدة في المجتمع وعدم قدرة الاناث من تحمل الأزمات والصعوبات الادارية .
2. تبين نتائج البحث ان اجابات الافراد للمبوهين كانت متفقة على توفير ابعاد الوعي الاستراتيجي وينسب عالية في الجامعة المبحوثة .

3. تبين نتائج البحث وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الوعي الاستراتيجي والتجديد الاستراتيجي في الجامعة المبحوثة وهذا يدل على ان اي زيادة او نقصان في التجديد الاستراتيجي يرتبط بزيادة ونقصان توفير الوعي الاستراتيجي في الجامعة المبحوثة .
4. تبين نتائج البحث وجود تأثير ذات دلالة معنوية بين ابعاد الوعي الاستراتيجي مجتمعة في التجديد الاستراتيجي في الجامعة المبحوثة وهذا يدل على ان اذا ما ارادت الجامعة تحقق التجديد الاستراتيجي عليها توفير ابعاد الوعي الاستراتيجي جميعها والمحافظة عليها .
5. يستنتج من اجابة العينة المبحوثة على ان تتوفر في الجامعة نسب عالية من متطلبات المشاركة القائد وهذا نتيجة المؤشر في مساهمة تطوير الأنشطة الخاصة بالتجديد الاستراتيجي ووجود مشاركة فعالة من قبل العاملين في تنفيذ عمليات التجديد الاستراتيجي .

المبحث الثاني : التوصيات

1. ضرورة زيادة الاهتمام بالوعي الاستراتيجي لما له من دور بتحقيق متطلبات التجديد الاستراتيجي وجعله جزء من ثقافتها ونشرها في جميع مستويات الجامعة .
2. من الضروري المحافظة على الاهتمام العالي بأبعاد الوعي الاستراتيجي لما له من دور واضح في توفير معلومات ضرورية لمساعدة ادارتها باتخاذ القرارات لمواجهة التغير الذي يحصل في البيئة المضطربة ولما له تأثير بتحقيق متطلبات التجديد الاستراتيجي .
3. ضرورة تكيف الجامعة المبحوثة مع البيئة المحيطة كون ظاهرة التجديد الاستراتيجي تظهر نتيجة التغير البيئي من خلال المقارنة بين البيئة الخارجية والداخلية .
4. على الجامعة المبحوثة زيادة الاهتمام بتنمية السلوك الريادي لدى الافراد لما له دور بارز في تحقيق المبادرات الريادية عند قيام بالتجديد الاستراتيجي .
5. على الجامعة المبحوثة العمل بشكل اكبر على ادراك التغيرات الغير متوقعة في البيئة الخارجية والذي سيكون له دور في نجاح التجديد الاستراتيجي .

المصادر // العربية

1. الفتلاوي ، ميثاق هاتف ، القطان مناف عبد الكاظم، عبد الله حسين علي (2020) تأثير الوعي الاستراتيجي على السيادة الاستراتيجية عبر الدور الوسيط للتعلم الاستراتيجي – دراسة اختبارية لاراء عينة من تدريسي الجامعات الأهلية في محافظة البصرة / العراق مجلة الادارة والاقتصاد العدد (126)
2. الجبوري مهران محمود خطاب حمد (2021) الوعي الاستراتيجي وأثره في التوجهات الاستباقية في منظمات الاعمال " رسالة ماجستير ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة تكريت.
3. الحدراوي، رافد حميد الذبحاوي، عامر عبد الكريم الزبيدي، حيدر حمودي (2020)، دور الوعي الاستراتيجي في تحقيق الاستدامة التنظيمية دراسة استطلاعية في معمل سمنت النجف الاشرف كلية إدارة والاقتصاد – جامعة كوفة.

4. الحدراوي، رافد حميد عباس (2015) ، دور القيادة الحقيقية في التجديد الاستراتيجي من خلال المهارات السياسية دراسة تحليلية في عينة من الجامعات العراقية اطروحة دكتوراه غير منشوره ، قسم ادارة الاعمال، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الكوفة العراق
5. الحكيم ليلى محسن القرغولي ، حسين علي عبد الله ، حسن، منتظر زهير الشمري ، احمد عبد الله امانة (2019)، أثر الادراك الاستراتيجي في المكانة الاستراتيجية للمنظمات عبر الوسيط للتجديد الاستراتيجي – بحث تحليلي استطلاعي لآراء عينة من القيادات الادارية والعلمية في جامعة بابل، المجلة العراقية للعلوم الادارية جامعة كربلاء ، كلية الادارة والاقتصاد قسم المحاسبة ، كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة ، فرع العلوم النظرية ، قسم ادارة الاعمال، المجلد (15) ، العدد (62) ،
6. رشيد صالح عبد الرضا و جلاب احسان دهش (2015) الادارة الاستراتيجية وتحديات الألفية الثالثة ، الطبعة الأولى دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن.
7. رشيد صالح عبد الرضا، لفته علي عبد الرزاق (2015)، التجديد الاستراتيجي لمؤسسات التعليم العالي من منظور التعلم التنظيمي دراسة تحل كلية في كليات جامعة المثنى – المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد (11)، العدد (45)
8. الزبيدي، حيدر حمودي علي ، الغالبي، طاهر محسن منصور، (2018)، دور التجديد الاستراتيجي في تجنب الأزمة المالية: دراسة تحليلية في قطاع المصارف التجارية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية، المجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (14)، العدد (3).
9. الشريفي، علي كاظم حسين محل (2017)، التجديد الاستراتيجي وانعكاساته في تعزيز السيادة الاستراتيجية من خلال الدعم المنظمي : دراسة تحليلية الآراء المديرين في الشركة العامة لصناعة الاسمنت كلية الادارة والاقتصاد جامعة كربلاء.
10. الشريفي، علي كاظم حسين محل ، (2017) ، التجديد الاستراتيجي وانعكاساته في تعزيز السيادة الاستراتيجية من خلال الدعم المنظمي " دراسة تحليلية لآراء المديرين في الشركة العامة لصناعة الاسمنت الجنوبية، اطروحة دكتوراه (منشوره) ، قسم ادارة الاعمال ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة كربلاء ، العراق
11. الطائي، يوسف حجيم ، الذبحاوي، عامر عبد الكريم العلي، علي حميد هندي (2017)، التجديد الاستراتيجي ودوره في المنظمات البارعة: بحث تطبيقي الآراء عينة من القيادات الجامعية في جامعة الكوفة مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد (18) ، العدد (3).
12. العبودي، رضا كريم صاحب ، (2020)، دور البيني التحتية لإدارة المعرفة في التجديد الاستراتيجي عبر القابليات المميزة " دراسة تحليلية لشركة فيض القسيم رسالة ماجستير غير منشوره قسم ادارة الاعمال كلية الادارة والاقتصاد جامعة الكوفة العراق
13. فيصل محمود زاحم، 2021، التسويق الريادي في ظل الوعي الاستراتيجي رسالة ماجستير ، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
14. كوللي ميهفان شريف يوسف وسندي مهابات محسن طاهر ، (2021) ، الوعي الاستراتيجي ودوره في تحقيق متطلبات التجديد الاستراتيجي " مجلة العلوم الانسانية لجامعة زاخو، مجلد : 9 ، العدد 3
15. هماوندي، وردة عبد الخالق عبد الرحمان (2020) الفشل التنظيمي والحد منه من خلال التجديد الاستراتيجي دراسة استطلاعية الآراء عينة من القيادات الادارية في محافظة بغداد مجلة الإدارة والاقتصاد – جامعة مستنصرية (و) المجلد (9)، العدد ٣٥ .
16. يونس ، ابتسامة رعد ابراهيم (2020) ، دور الحوكمة التشاركية والوعي الاستراتيجي في الحد من حواجز تحقيق الاهداف الاستراتيجية اطروحة كلية الادارة والاقتصاد جامعة بغداد.

الأجنبية

1. . Al-Badayneh, G. (2021). The Impact of Strategic Awareness on Enhancing Organizational System: An Applied Study on Jordanian Food Manufacturing Companies. International Review of Management and Marketing, 11(2), 47-58

2. .Perez-Perez,M. , Lopez-Fernandez, M. C. , & Obeso, M.(2019) ,” Knowledge , Renewal and Flexibility: Exploratory Research in Family Firms” Administrative Sciences, Vol.9, No.4 , PP. 2-18 .
3. .Hoque, M. R., Hossin, M. E., & Khan, W. (2016). Strategic information systems planning (SISP) Practices in health care sectors of Bangladesh. *European Scientific Journal*, 12(6).
4. Ali, R. K. S., & Yasir, M. H. (2020). Knowledge management infrastructure and their Impact on strategic Renewal”. *Journal of Critical Reviews*, Vol.7, No.11,PP.1180-1191.
5. Al-Khatib, M. M. (2018). Strategic Awareness and its Impact on Strategic Risks The Moderating role of Open Book Management Practices (OBMp) A Field Study on the Fuel Distributer Companies in Jordan (Doctoral dissertation, Middle East University).
6. Amankwah-Amoah, J., Ottosson, J., & Sjogren, H , (2017) , "United We Stand, Divided We Fall: Historical Trajectory Of Strategic Renewal Activities At The Scandinavian Airlines System, 1946–2012 " , *Business History* , Vol. 59, No.4 , PP. 572-606.
7. Aytar, O. (2019). “KOBİ Yöneticilerinin Stratejik Bilinç ve Stratejik Yönetim Algıları Üzerine Bir İçerik Analizi”, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (4): 3483-3499
8. Burgos, Laura M. (2018) “The Road to Strategic Renewal: Navigating the Distance Between Mission, Strategy, and Impact at the Center for Educational Leadership”Doctor of Education Leadership (Ed.L.D.) , Capstone m , Harvard Graduate School of Education
9. Degeryd, Klas Johan and Graffner, Per Erik, (2014), Barriers to Exploratory Innovation Projects Managing: the exploitation bias in large Established firms, Master of Science Thesis, Department of Technology Management and Economics, Division of Innovation, Engineering And Management, Chalmers University of Technology-SE-412 96, Goteborg- Sweden.
10. Ferreira, J., & Fernandes, C.)2017(. Resources and capabilities“ effects on firm performance:What are they?. *Journal of Knowledge Management*.
- 11.Fourne.L., Glaser, L., Sebastian. P., and Tom Elfring, (2015), Achieving strategic renewal: the multi –Level in fluencies of top and middle managers , Boundary-spanning " , *Small Bus Econ* , Vol.45.
- 12.Fourne.L., Glaser, L., Sebastian. P., and Tom Elfring ,(2015), Achieving strategic renewal: the multi –Level in fluencies of top and middle managers , Boundary-spanning " , *Small Bus Econ* , Vol.45.
- 13.Kuznetsova, N. V., Rahimova, L. M., Gafurova, V. M., Simakov, D. B., Zinovyeva, E. G., & Ivanova, L. A. (2017). External environment as a factor of ensuring the competitiveness of Organizations in the regional market of medical services

14. Paweł Mielcarek , (2018) , " The Strategic Renewal Process –The Challenge Of Creating And Capturing Value " , Management Sciences , Vol.23, No.4, PP. 28-34 .
15. Pedersen, C. L., Ritter, T., & Andersen, T. J. (2020). A Project-based Perspective on Strategic Renewal. Strategic Management Review., Copenhagen Business School
16. Rossato, Gabrielle & Amal, Mohamed , (2020) , “Permanence abroad and strategic Renewal of a digital born global from an emerging market: a case study” , Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos, Vol.17, No.1, PP. 2–38
17. Rothaermel, Frank T. (2017). "Strategic Management". Third Edition, McGraw-Hill Education .
18. Schmitt, A. , Raisch, S. , & Volberda, H. W. , (2016) , ” Strategic Renewal: Past Research, Theoretical Tensions and Future Challenges” , International Journal of Management Reviews Vol. 20, No.1, PP. 81–98
19. Sievinen, H. M. , Ikaheimonen, T. , & Pihkala, T , (2020) , “Strategic renewal in a Mature family-owned company – A resource role of the owners” sciencedirect , Vol.53 , No.2 , PP.1-19 .
20. Staniewski, M. W. (2016). The contribution of business experience and knowledge to successful Entrepreneurship. Journal of Business Research, 69(11), 5147-5152.
21. Xiao, Jinghua, Yao Wu , Kang Xie , And Qing Hu ,(2018) , "Managing The E-Commerce Disruption With It-Based Innovations: Insights From Strategic Renewal Perspectives " , Information & Management Journal , Vol.56, No.1, PP. 122-139.
22. Yasa, N. N. K., Setini, M., Asih, D., Rahmayanti, P. L. D., Luh, N., Telagawathi, W. S., & Adi, I. N. R. (2020). Innovation Capability towards Business Performance through Company Resources Industry Creatif Handycraft in Bali. Int. J Sup. Chain. Mgt Vol, 9(5).
23. Young, J. H. (2016). Mindfulness-based strategic consciousness Training: A complete program for leaders and individuals. John Wiley & Sons.



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ميسان

كلية الإدارة والاقتصاد

قسم إدارة الأعمال

(استمارة استبانة)

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تحية طيبة وبعد

نضع بين يديكم الاستبانة التي اعدت جزء من متطلبات نيل شهادة البكالوريوس في علوم الادارة الأعمال المرسومة (**الوعي الاستراتيجي ودورة في تحقيق متطلبات التجديد الاستراتيجي**) ونظر لما تتمتعون به من معرفة واسعة وخبرات في ميدان عملكم ويرجى الإجابة على الاستبيان بدقة وتملوني بالثقة بان تحظى الفقرات باهتمام وحرص منكم عند الإجابة على فقرات لضمان الدقة التحليل في نتائج البحث وعلى أمل إن يخرج البحث بنتائج تخدم البحث العلمي وتعزيز الإطار المعرفي والفلسفي والتطبيقي بفضل ماتقدمونة من الإجابة الدقيقة والموضوعية مع فائق الشكر والتقدير على حسن تعاونكم.

((ملاحظة: يرجى وضع علامة (√) إمام العبارة التي تمثل وجهة نظرك))

الباحثان

المشرف

رفل زهير كاظم

م.د زهراء نعيم قاسم

رقية راند حسن

أولاً: بيانات عامة - يرجى وضع علامة (√) في المربع المناسب

أولاً// الجنس:

	انثى		ذكر
--	------	--	-----

ثانياً// الفئة العمرية:

51 سنة فأكثر	50-44 سنة	43-38 سنة	37-30 سنة	29-20 سنة

ثالثاً// التحصيل الدراسي:

دكتوراه	ماجستير	بكالوريوس	دبلوم	إعدادية

رابعاً// عدد سنوات الخدمة الوظيفية:

16 سنة فأكثر	15-10 سنة	10 سنوات	5-1 سنوات

الفقرات الخاصة بالمتغير المستقل (الوعي الاستراتيجي) : هو الانتباه والتيقظ لالتقاط الإشارة والفهم والإدراك الذي يمتلكه القائد الاستراتيجي في الجامعة وبما يساهم بتشخيص وتحديد التغيرات في البيئة الخارجية والمحيطية والمستقبلية المتوقع حدوثها

1 – الوعي الاستراتيجي الداخلي : هو إدراك ومعرفة ماتملكة الجامعة وما يوجد تحت سيطرتها من مهارات وموارد وقدرات وخبرات تساعد بتحديد نقاط القوة واستدلال نقاط الضعف

ت	الفقرات	اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما
1	قدرة الجامعة بتقديم الخدمة المطورة للمجتمع					
2	القدرة في مواكبة التقنية الحديثة واستثمار اسوه بالمنافسين					
3	قدرة الجامعة بتلبية متطلبات الزبائن من خلال تقديم قيمة تفوق توقعهم					
٤	الخبرة التشغيلية تجعلها قادرة على جعل الأداء الجامعة بشكل أفضل					
٥	الخبرة الإدارية القادرة على جعل الجامعة تنجز الأعمال بكفاءة					

2- الوعي الاستراتيجي الخارجي : إدراك ومعرفة الجامعة وما يحيط بها في بيئة العمل الخارجي وما يضمن من

تغير خارجي وقوى منافسة وتأثير في سير الأعمال نحو تحقيق الأهداف

ت	الفقرات	اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما
١	مراعاة التغير بالظروف في المجتمع ومحاولة التكيف معها					
٢	متابعة التغير المفاجأة والسريع بشكل استباقي للمنافسة في السوق					
٣	تطوير ومراجعة الأنشطة والخدمات باستمرار					

					إتباع تعليمات الصادرة من الوزارة وتوجه الأقسام التنفيذية	٤
					إن تكون ذات خصائص والمواصفات في خدمتها تضاهي الخدمات المنافسين	٥

الفقرات الخاصة بالمتغير التابع (التجديد الاستراتيجي) : هي قدرة الجامعة على الاستبدال والإنعاش الصفات الذي يؤثر بشكل كبير في توقع المستقبلي وتوجه الإدارة باتجاه هذا الظاهرة الجوهرية

1 – الاستكشاف : هو تجريب سوق أو منتج جديد الأمر الذي يطلب قدرات ومهارات جديدة

ت	الفقرات	اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما
١	يهدف الاستكشاف في الجامعة إلى الابتكار للمنتجات والأسواق الجديدة بتحقيق الأسبقية على المنافسين					
٢	يؤدي الاستكشاف في الجامعة إلى التكيف مع البيئة المحيطة					
٣	تهتم الجامعة بتحقيق التوازن بين الاستكشاف للقدرات الجديدة وبين الاستثمار للقدرة الحالية					
٤	تسعى الجامعة بتحقيق التفاعل بين الشركاء للوصول إلى التوقع المستقبلي					
٥	يساعد الاستكشاف بتطور المهارات الإبداعية الإستراتيجية لدى العاملين					

2- ريادة الأعمال : هو القوة الدافعية بتطور الاقتصادي وسلاح تنافسي بصياغة إستراتيجية للأعمال ويرتبط ارتباطاً قوياً مع الإبداع والتغيير بالمجال التنافسي

ت	الفقرات	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماماً
١	تتعاون الجامعة مع الزبائن بتنفيذ الأنشطة لزيادة الأعمال وتحقيق الميزة التنافسية					
٢	تشجع الجامعة المبادرات الريادية لأحداث التغيير في الوضع التنافسي					
٣	تساهم ريادة الأعمال في الجامعة بتحقيق زيادة الحصة السوقية					
٤	تركز الجامعة على الإبداع كأساس للتغلب على التحديات التنافسية					
٥	تتحمل الجامعة عدد من المخاطر في عملها بإثناء تنفيذ المشاريع الريادية					

3- استغلال الفرص : هو عملية البحث عن سبل الجديدة بإعادة التفكير في ممارسة المنظمة التحرك التجديد الاستراتيجي

ت	الفقرات	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماماً
١	يساهم استغلال الفرص بإعادة التفكير في التموضع الاستراتيجي للجامعة					
٢	تستجيب الجامعة بسرعة لاحتياجات المنافسة في الأسواق الناشئة					
٣	تحرص الجامعة على استغلال الفرص الحالية قبل المنافسين وتعزيز السيادة الإستراتيجية					
٤	يهدف استغلال الفرص بالجامعة على تحقيق الأرباح الإضافية وزيادة النمو					
٥	يعزز الاستغلال للفرص الموقع الاستراتيجي للجامعة وبما يقلل من حدة التهديدات التنافسية					