

دور الوعي الاستراتيجي في تحقيق الريادة الاستراتيجية

دراسة تحليلية لآراء أعضاء مجالس الكليات في عينة من الجامعات الخاصة في مدينة أربيل-إقليم كوردستان العراق

أحلام إبراهيم ولி¹، كلثوم صلاح عبد²

قسم ادارة الاعمال، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة صلاح الدين، أربيل، العراق

Email: ahlam.wali@su.edu.krd¹, kalthoomabed@gmail.com²

الملخص:

يهدف البحث إلى تحليل علاقة وتأثير متغير الوعي الاستراتيجي في الجامعات الخاصة والمتمثلة بأبعاده: (الوعي الاستراتيجي الداخلي، والوعي الاستراتيجي الخارجي)، في أبعاد الريادة الاستراتيجية والمتمثلة بـ(الابداع، والميزة التنافسية، وتحمل المخاطرة).

ويتمثل الإطار العام للبحث بمشكلة الدراسة والتي حدثت بتأثير تساولات عدة حول طبيعة العلاقة والتاثير بين المتغير المستقل (الوعي الاستراتيجي) والمتغير المعتمد (الريادة الاستراتيجية)، ولأجل ذلك تم تصميم مخطط فرضي عبر عن مجموعة من الفرضيات الرئيسية، ولأجل التأكيد من صحة الفرضيات خضعت جميعها لاختبارات متعددة وقد تم استخدام استمرارة الاستبانة كأداة رئيسية للحصول على البيانات.

انتهت البحث المنهج الوصفي التحليلي، إذ تم وصف المتغيرات الرئيسية والفرعية، وكذلك تم تحليل العلاقات والتاثير بين المتغيرات، تمثل مجتمع البحث بكافة الجامعات الخاصة في مدينة أربيل إقليم كوردستان العراق والبالغة عددهم (9) جامعات. فيما تمثلت العينة بـ(7) جامعات، أما الأفراد المستجيبين فبلغ عددهم (85) عضواً من أعضاء مجالس الكليات في العينة المختارة من الجامعات. تم اختبار الفرضيات من خلال مجموعة من الاختبارات الإحصائية بواسطة البرنامج الحاسوبي (SPSS V.23).

توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها: وجود علاقات ارتباط عالية وتأثيرات قوية بين المتغيرات الرئيسية والفرعية، على المستوى الكلي والجزئي، وكان الارتباط عالياً بين الوعي الخارجي والإبداع، في حين كان التاثير قوياً للوعي الخارجي في الريادة الاستراتيجية. واقتصر البحث مجموعة من المقترنات في ضوء الاستنتاجات ومنها: ضرورة تسخير العلاقات القوية بين المتغيرين وتوجها نحو خدمة الجامعات المبحوثة مع ضرورة توثيق العلاقة بين الوعي الداخلي وتحمل المخاطرة والsusي الجاد في دعم العلاقات الضعيفة.

الكلمات المفتاحية: الوعي الاستراتيجي، الريادة الاستراتيجية، الجامعات الخاصة، مدينة أربيل.

پوخته:

ئامانجى توېزىنەوەكە بىرىتىيە لە شىكىرنەوە پەيپەندى و بلاوكىرنەوە گۈرانى ھۆشىارىي دەركەمەتن لە زانكۆ تايىەتمەكاندا كە بەرەھەنەكەنەي (ھۆشىارىي چىنە ناوهكى، ھۆشىارىي چىنە دەركەمەكەنە)، لە رەھەنەكەنەي سەرەكىرىدەتىي دەركەمەتوى (داھىنەن، مەتەپلىي پېشىركى، تەھەمەلى مەترىسى) چوارچىوە گىشتى توېزىنەوەكە بە كىشەي توېزىنەوەكە نىشان دەدرىت كە چەند پەرسىارىي كى تايىەت بەسروشى پەيپەندى و فەرەندى گۈرانە سەرەبەخۆكەن (ھۆشىارىي ستراتېتى) و گۈرانە پەسەندىكراوەكە (رىپۇنېتى) و بۇ ئەم كارەش كەپلىتىكى گەرمەنەي سەرەكەيەتى دەرەپەرىت و بۇ دەنلىبابون.

توېزىنەوەكە بە شىكىرنەوە مەنھەجى وەسفىي دىارىكراوە، ھەرۋەك بە گۈرانكارىيە سەرەكى و لاوەكەمەكان وەسف كراوە و ھەرۋەها شىكارى پەيپەندى و كەلۋەلى نىوان گۈرانىيېزان و نوېنەرايەتىي كۆمەلگەي توېزىنەوە سەرچەمە زانكۆ ئەھلىيەكەنە شارى ئەربىل كوردستانى عىراق دەكات كە ژمارەيان 9 زانكۆيە لەكاتىكدا نۇمنەكە لەلايمەن (7 V. تېف سى پى ئىل).

توېزىنەوەكە گەيشتە كۆمەلگى ئەنھام كە گۈنگەنەنەن ھەبۇنۇ پەيپەندى بەھىز و كەلۋەلى بەھىز بۇ لەنپەن سەرەكى و لاوەكى دۆزىنەمەكان لە ئاستى ماڭرۇ و بەشىدا و پەيپەندىمەكە لە نىوان ھۆشىارى دەركى و داھىنەندا بەرۇ كە كەلۋەلى بەھىز بۇ بۇ ھۆشىارى دەركى لە سەرەكە ستراتېتىي توېزىنەوەكە كۆمەلگى پېشىنەي لە رۇشانىي ئەنچامەكەن پېشىنەي كە بىرىتى بۇون لە پېۋىستى پەنمەكەنەي بەھىز بەنەنەي نىوان گۈرانخوازەكەن و ئاراستەكەنەن بەرەو خزمەتى

کلیه و شهکان: هوشیاری استراتیجی، تیرادهی استراتیجی، زانکو ئەھلییەکان پەیوەندیه لەواز مکان زانکۆکانی تویزینەوە پەیویستی پەمۆکردنی پەیوەندی نیوان هوشیاری ناوخۆیی و تەھمەمولکردنی مەھترسی و بەداچوونی جددی بۆ پشتویانی.

Abstract:

The aim of the research is to analyze the relationship and impact of the strategic awareness variable in private universities, represented by its dimensions (internal strategic awareness, external strategic awareness), in the dimensions of strategic leadership represented by (creativity, competitive advantage, and risk tolerance).

The general framework of the research is represented by the problem of the study, which identified by raising several questions about the nature of the relationship and influence between the independent variable (strategic awareness) and the dependent variable (strategic leadership). Multiple questionnaires were used as the main tool for data acquisition.

The research followed the descriptive analytical approach, as the main and sub-variables were described, as well as the analysis of relationships and influence between the variables, representing the research community in all the private universities in the city of Erbil, the Kurdistan Region of Iraq, which numbered (9) universities. The sample was represented by (7) universities, and the respondents were (85) members of the college councils in the selected sample of universities. The hypotheses were tested through a set of statistical tests using the computer program (SPSS V.23).

The research reached a set of conclusions, the most important of which is the existence of high correlations and strong influences between the main and sub-variables, at the macro and micro levels, and the correlation was high between external awareness and creativity, while the influence of external awareness was strong in strategic leadership. The research suggested a set of proposals in the light of the conclusions, including the necessity of harnessing the strong relations between the two variables and their orientation towards serving the researched universities with the need to strengthen the relationship between internal awareness and risk tolerance and serious endeavor to support weak relations.

Key words strategic awareness, strategic leadership, private universities.

المقدمة:

أصبح مفهوم الوعي الاستراتيجي ذا أهمية حاسمة في الإدارة الناجحة. فالوعي الاستراتيجي هو فهم الإدارة العليا لاستراتيجية المنظمات، أو ما هو يجب أن تكون عليه المنظمات ومدى مستوى توافق المديرين حول إستراتيجية المنظمات وأهدافها وكيفية أدائها، فالوعي الاستراتيجي يعبر عن القدرة على إجراء تقييم التأثير الكلي لأي تطور مثل: (التغيير في العمل وتداعياته على المدى الطويل، والقدرة على توقع عواقب الإجراءات الحالية في المستقبل، والأهم من ذلك القدرة على إدراك الفوائد التي سيجلبها التوجه الاستراتيجي للمنظمة). فالوعي الاستراتيجي هو قدرة فردية وتنظيمية مصممة وفقاً لاحتياجات السياقية وحالات الطوارئ والتي تصف عمليات تحديد الأحداث والتأثيرات وفهمها وتفسيرها والعمل بها، أو هو وعي المنظمة بكيفية تفسير الرسائل وقيمهم وردود فعلهم على التوافر وفهم ما يفكرون فيه بشأن النوايا والدافع الفعلية لهم.

ويحقق الوعي الاستراتيجي أهدافاً متعددة تتمثل في تشخيص القصد الاستراتيجي المتمثل في تحقيق الريادة الاستراتيجية من خلال التبؤ والتوقع الاستراتيجي للظواهر الداخلية والخارجية وتساهم في توجيه عملية صنع القرار لضمان نتائج متوازنة وتصبح المنظمة قادرة على تحقيق تطلعاتها بشأن تحقيق رياضتها الاستراتيجية في عالم الأعمال.

ومن جانب آخر فإن الريادة الاستراتيجية تعد أسلوباً تطويرياً أثبت نجاحه، وخاصة في تطوير مؤسسات التعليم العالي وهو ما أكدته العديد من الدراسات، حيث أكدت على الأخذ بمدخل الريادة الاستراتيجية؛ لكونه من أنساب المداخل في إدارة هذه المنظمات، حيث إن المؤسسة التعليمية التي تطبق مدخل الريادة الاستراتيجية تتتفوق وتتميز على مثيلاتها، ويكون لديها قدرة على تصميم وإنتاج وتسويق خدمات تعليمية ذات جودة عالية، وهذا الأمر سيعطيها ميزة تنافسية تمكنها من أداء الأعمال بشكل أفضل.

في ضوء مasicج جاء البحث الحالي لدراسة هذا الدور من خلال أربعة محاور: استعراض الأول الإطار العام ومنهج البحث، فيما يخص المحور الثاني للإطار النظري، أما المحور الثالث فتناول الجانب التطبيقي. واختتم البحث بمحوره الرابع الذي تناول أهم ما توصل إليه البحث من استنتاجات ومقررات.

المحور الأول: الإطار العام للبحث ومنهجيته

أولاًً مشكلة البحث

إن أحد الشروط الأساسية لنجاح أية منظمة مقتربة من نجاح إدارتها العليا الذي يقتضي بأن تكون ذات وعي ودرأة بمتغيرات البيئة الداخلية والخارجية لكي تستطيع تحقيق أهدافها المتعلقة بالريادة في مجال أعمالها. وفي الآونة الأخيرة، وبعد أن تجسّد فكرة تصنيف الجامعات من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، أصبح الإزام على الجامعات الحكومية عموماً والجامعات الخاصة خصوصاً التوجه نحو تحقيق المراكز الأولى، وبالتالي تصبح منظمة رياضية تتمكن من تحقيق أهدافها الاستراتيجية. ولكي تتمكن هذه الجامعات الخاصة المبحوثة في مدينة أربيل بإقليم كوردستان من تحقيق الريادة والإبداع والبقاء في المراكز المتقدمة، لابد وأن يكون لديهم الوعي الاستراتيجي والذي بدوره له أهمية كبيرة في تحقيق أهدافها الاستراتيجية. وبهذا نستطيع تحديد مشكلة البحث الرئيسية من خلال التساؤل الآتي: (هل يمتلك أعضاء مجالس الكليات في الجامعات الخاصة في مدينة أربيل بإقليم كوردستان رؤية متكاملة عن مفهوم وأهمية الوعي الاستراتيجي ومدى انعكاس ذلك على الريادة الاستراتيجية؟).

وفي ضوء المشكلة تم إثارة التساؤلات البحثية الآتية:

1. هل لدى الجامعات قيد الدراسة إطلاع بمفهوم الوعي الاستراتيجي والريادة الاستراتيجية؟.
2. هل تعتمد الجامعات قيد الدراسة على أسلوب منهجي علمي يساعدها في تبني أبعاد الوعي الاستراتيجي يكون قادراً على تحقيق رياضة استراتيجية لها؟.
3. ما هي طبيعة العلاقة بين الوعي الاستراتيجي والريادة الاستراتيجية في الجامعات قيد الدراسة؟.
4. ما هو تأثير الوعي الاستراتيجي في تحقيق الريادة الاستراتيجية في الجامعات قيد الدراسة؟.

ثانياً/ أهداف البحث

يهدف البحث بالدرجة الأولى إلى الإجابة عن الأسئلة التي تم طرحها في مشكلة البحث، كما تسعى إلى تحقيق هدف أساس يتمثل بمحاولة التعرف على دور الوعي الاستراتيجي في تحقيق الريادة الاستراتيجية.

ومن هذا المنطلق فإن البحث يهدف إلى تحقيق ما يأتي:

1. إجراء تحليل للأدبيات الإدارية لمتغيرات البحث الرئيسية والمتمثلة بالوعي الاستراتيجي والريادة الاستراتيجية بهدف بلورة مفاهيم جديدة وتقديم طروحات معاصرة وبالشكل الذي يخلق تراكماً معرفياً حولها.
2. دراسة وتحليل طبيعة العلاقة المتداخلة بين متغيرات البحث في المنظمة المدروسة والإفادة من نتائج هذه العلاقة لغرض الاعتماد عليها، والخروج باستنتاجات عملية، ورفع توصيات تخدم القطاع المدروس.
3. التتحقق من استعداد الجامعات المبحوثة لتفعيل أبعاد الوعي الاستراتيجي على تحقيق الريادة الاستراتيجية.
4. تصميم مخطط فرضي للدراسة والسعى نحو اختبار الفرضيات المنبثقة منها وتعزيز نتائجها على القطاع التعليمي في إقليم كوردستان العراق.

ثالثاً/ أهمية البحث

تتجلى أهمية البحث في مستويين وعلى النحو الآتي:

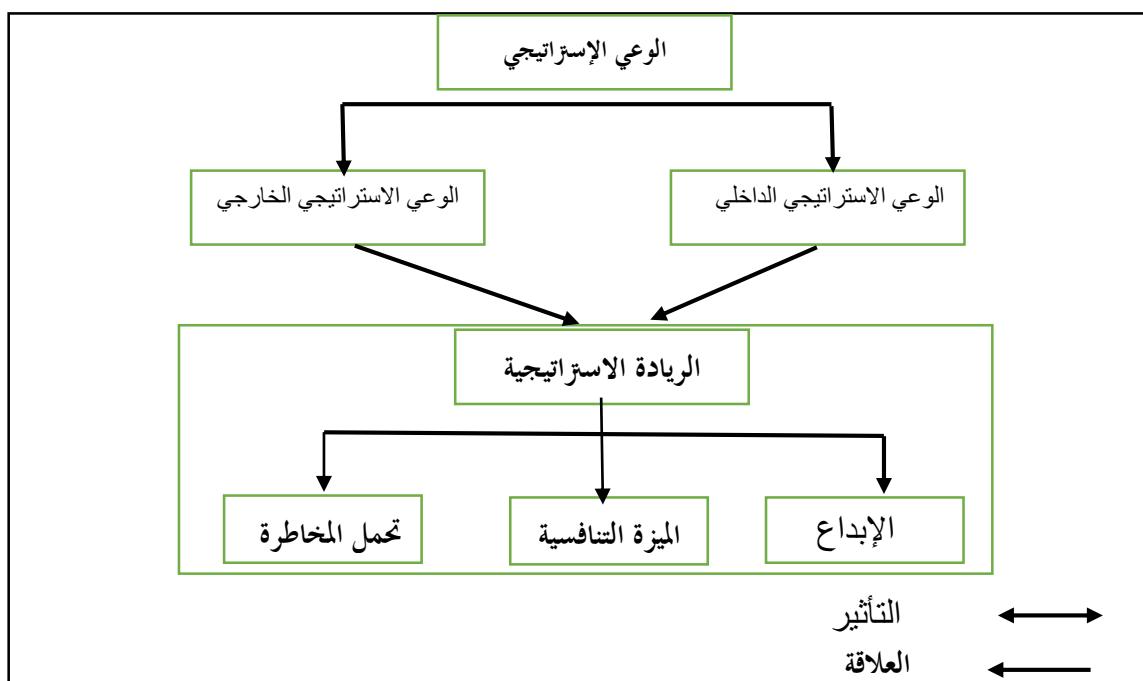
1. الأهمية الأكاديمية: تتجسد الأهمية الأكاديمية في النقاط الآتية:

1. دراسة حديثة تحاول أن تغطي موضوعات في مجال الإدارة الاستراتيجية وبالشكل الذي يقدم إغناءً معرفياً وفكرياً في محاولة بسيطة من الباحثين لنقدم مفاهيم ونتائج جديدة حول إمكانية تحقيق الريادة الاستراتيجية لمنظمات الأعمال.
2. تعد هذه الدراسة مساهمة متواضعة في إغناء المكتبة المحلية خصوصاً والعرافية عموماً، وذلك من خلال التواصل مع الجهود البحثية السابقة للكتاب والباحثين لزيادة الإثراء الفكري والترابط المعرفي في مجال متغيرات الدراسة.
3. تمثل أولى المحاولات في البيئة المحلية التي تقدم سيناريوهات استراتيجية للوعي الاستراتيجي ممكنة التطبيق في القطاع (التعليمي)، الأمر الذي يكون منطلقاً للباحثين الآخرين لتناول أبعاده كل على حده بشيء من التفصيل والتعميق وفي مجالات أخرى أيضاً.
4. يقدم البحث توضيحاً لأهم أبعاد الوعي الاستراتيجي، والتي ستسهم في توضيح العلاقة بينها وبين الريادة الاستراتيجية كأسلوب يحقق الأهداف الاستراتيجية للجامعات المدرسة.

ب. الأهمية الميدانية: ينعكس أهمية البحث الميدانية من خلال المؤشرات الآتية:

1. إثارة إهتمام القطاع المدروس (التعليمي) لتناول مثل هذه الموضوعات الحديثة والحيوية بالدراسة والتحليل بهدف الإستفادة منها في تحقيق الريادة الاستراتيجية.
2. أهمية الوعي الاستراتيجي وما يمكن أن يؤديه من دور إيجابي في حياة الجامعات المدرسة.
3. التوسيع في دراسة عناصر الريادة الاستراتيجية وعدم تقوية الفرص على الجامعات في الإفاده منها في مواجهة التحديات المحيطة بها مما يؤهلها للوصول إلى مكانة إستراتيجية مرموقة.
4. تقديم التوصيات لأصحاب القرار بما يتعلق بمعرفة أبعاد الوعي الاستراتيجي على تحقيق الريادة الاستراتيجية.
5. تحديد أثر العلاقة بين المتغير المستقل وهي الوعي الاستراتيجي والمتغير التابع وهو الريادة الاستراتيجية.
6. دراسة إمكانية تحقيق الريادة الاستراتيجية في القطاع المدروس عند تطبيقها لأنموذج الدراسة بصيغته النهائية.

رابعاً/ نموذج البحث وفرضيات



شكل (1) المخطط الفرضي للبحث

المصدر: من إعداد الباحثين

في ضوء مشكلة البحث واهدافه وبيان العلاقات بين متغيراتها تم تصميم مخطط فرصي للبحث والشكل (1) يوضح ذلك
الفرضية الرئيسية الأولى: تختلف آراء أفراد المستجيبين في الجامعات الخاصة تجاه وصف متغيرات البحث.

الفرضية الرئيسية الثانية: توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الوعي الاستراتيجي والريادة الاستراتيجية منفردة ومجتمعية.

الفرضية الرئيسية الثالثة: يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للوعي الاستراتيجي في الريادة الاستراتيجية منفردة ومجتمعية.

خامساً: منهجية البحث

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، إذ تكمن أهمية المنهج الوصفي والتحليلي في الإدارة من خلال تشخيص وتقدير الظواهر القائمة، والتنبؤ بنتائجها في المستقبل، وفي معالجة سلبياتها من خلال تقديم الحلول الممكنة للمشكلات التي تعانيها المنظمات. والدراسة الوصفية هي دراسة أولية لمشكلة غير مألوفة لا يعرف عنها الباحثون إلا القليل، وتبدأ بطرح التساؤلات ومن ثم الوصول إلى تصورات أخرى جديدة إزائها.

المotor الثاني: الجانب النظري

أولاً: الوعي الاستراتيجي

1. المفهوم

يعد مصطلح الوعي الاستراتيجي من المصطلحات الذي يكتنفها الغموض وعدم الوضوح، ويعزى ذلك إلى حداثة المصطلح نسبياً في العلوم الإدارية، حيث إن الجذور التاريخية للمصطلح يعود إلى علم الفلسفة والاجتماع وإلى ارتباطها بالقدرات العقلية والذهنية والمعرفية للأشخاص ومدى إمكاناتهم لتسخير العقل واستثماره.

حيث تم تعريف الوعي الاستراتيجي على أنه شعور فردي ويشير إلى مدى امتلاك الأفراد المحورين وعيًّا بأولويات استراتيجية فريق الإدارة العليا (Enlesy and pearce 2001)، في حين أكد كل من (fehr and Huck) على أن الوعي الاستراتيجي يدور حول القصد والشعور بهدف التحكم بالطريقة التي تبدأ بها المنظمات من حيث التخطيط والأهداف والغايات، ويتعلق ذلك باستخدام الوعي للوقت والموارد وكيف تستخدم رحلتها المعرفية حتى الآن لإبراز مستقبلها كما يتعلّق الوعي الاستراتيجي بنقاط القوة والضعف والشعور بالفرص والتهديدات وفهم شامل لكيفية التعلم (Fehr and Huck,2014 : 15) في حين أشار (Bouman , 2017 : 1) إلى الوعي الاستراتيجي على أنه عملية دمج الوعي بالاستراتيجية، ودمج المعرفة الداخلية في عملية صنع القرار الاستراتيجي وله دور واضح في نجاح التخطيط الاستراتيجي، واعتبر الاستراتيجية والوعي ضروريين لتحقيق الأداء.

وفي نفس الاتجاه يرکز (Young : 3 : 2017) على ان الوعي الاستراتيجي تمثل القدرة على الملاحظة بجودة تقديرية مميزة تتيح خيارات حكيمة ، وينظر إليه على أنه إدارة التعلم وبانها التقنية الذاتية الكامنة والأساسية لدى المنظمة وتحتاج إلى النمو وإتاحة الوقت الكافي للممارسة لجعل التعلم التحويلي أكثر استدامة ، وبدون الوعي الاستراتيجي لن يكون لدى المنظمات مهارة التقييم اللازم لإجراء أي تغييرات او قرارات بشأن الأعمال الموكّلة إليها وسيظل فاقدة للطريق كون الوعي الاستراتيجي يسعى بشكل مباشر إلى التشجيع ، نظراً لأنه يعمل عن طريق إثارة الفهم والإدراك الداخلي ويسعى إلى التغيير من خلال استخدام الطاقات التنظيمية الوعائية . ويشير (صالح والخطيب ، 2019 : 99) إلى أن الوعي الاستراتيجي هو مرحلة متقدمة من عملية ماوراء التفكير ناتجة من توليف مستوى العمليات العقلية المتقدمة مع مضمون التفكير الاستراتيجي للارتفاع بالقدرة الترتكيبية والتحليلية لاستبatement واستخلاص المعلومات والمعرفة الفاعلة والمفيدة التي تساهم في خفض عدم التأكيد البيئي ومن ثم اتخاذ القرارات الاستراتيجية الرشيدة واستشراف المستقبل في حين نظر (الحدراوي والزبيدي ، 2020 : 507) إلى الوعي الاستراتيجي على أنه قدرة الفرد في النظر أبعد من الحدود المادية للأشياء من خلال التصور والإدراك والتفكير في المتغيرات والقضايا الداخلية والخارجية التي يمكن أن تقع مسبقاً وتؤثر على عمل المنظمة. ويمثل الوعي الاستراتيجي قدرة المنظمات على الفهم والإدراك وتحديد الشبكات والديناميكيات والمؤثرات على الموقف الاستراتيجي والنجاح النسبي للمنظمة، ومعرفة كيفية القيام بها، وكيفية مقارنتها مع منافسيها، وتقدير طبيعة البيئة الخارجية إلى أي مدى تحتاج إلى تغيير الأشياء (Dhir and Dahir , 2020 : 4)

وفي اتجاه معاير عرفه كل من (كوللي و سندى ، 2021 : 34) على أنه عملية الدمج بين عناصر الوعي الاستراتيجي الداخلي مع عناصر الوعي الاستراتيجي الخارجي التي تمكن المنظمات من خلالها من تحقيق التحكم والضمان في الوقت الحاضر، والتبصر

بالمستقبل، وعلى نحو يتحقق لها متطلبات التجديد الاستراتيجي. تأسيساً على ما سبق نورد تعريفاً إجرائياً للوعي الاستراتيجي على أنه إدراك القادة الاستراتيجيون وقدرتهم في تحقيق التوازن والموازنة بين القدرات والإمكانيات المتاحة لتنفيذ استراتيجية المنظمة وبين العوامل البيئية المحيطة بقصد تنمية وتعزيز التوجه الاستراتيجي وبالتالي تحقيق الريادة الاستراتيجية.

2. الأهمية

يحقق الوعي الاستراتيجي جملة من الفوائد على المستوى المنظمي والفردي. حيث أشار (كوللي وسندى، 2021: 35) إلى أن الوعي الاستراتيجي يؤثر على أداء المنظمة بشكل إيجابي، وذلك عن طريق استنتاج النهج السليم والمتوزن في بيئة المنظمة، ويسعى إلى توافر القرارات الضرورية للقيام بالتنبؤات والتوقعات المستقبلية مع إمكانية صنع القرارات وصياغة الاستراتيجيات المتکففة مع مسار المنظمة لكسب المواقف التنافسية في ظل محدودية مواردها. وأشارت دراسة (Alkhatib, 2018: 18) من خلال استنتاجاتهما أن المنظمات التي تمتلك الوعي الاستراتيجي قد نجحت في تحقيق التحول المنظمي فضلاً عن تسهيل عملية تحديد الأهداف الاستراتيجية.

وأشار (Pencarelli and Speldiani, 2009: 83) إلى أنه يمكن إبراز أهمية الوعي الاستراتيجي للمنظمة من خلال مساندة الوعي الاستراتيجي الداخلي على تعزيز نقاط القوة وتحويلها إلى الكفاءات المتميزة وتحويل نقاط الضعف إلى نقاط القوة وتكوين القوة التنظيمية المتباينة لمواجهة التحديات والتغيرات في البيئة المحيطة. أما الوعي الاستراتيجي الخارجي يساعد المنظمة على تشخيص الفرص وتجنب التهديدات، كونها يعمل كحلقة وصل بين الرؤية والحدس في صناعة القرار ويساعد الوعي الاستراتيجي المنظمة في عملية التخطيط الاستراتيجي والذي يسمح لصانع القرار التحقق من التسبيق وصلاحية القرار الانتقائي. ومن جانب آخر يدعم يساعد الوعي الاستراتيجي المنظمة في تسهيل عملية تحديد الأهداف تحديد الأهداف الاستراتيجية.

ويوضح (Bouman, 2017: 2) أن المنظمات الوعية استراتيجية تتمكن من وضع الاستراتيجية الفعالة والتعامل مع البيئة والمخارط الناشئة والفرص المحتملة. أما فيما يخص أهمية الوعي الاستراتيجي على مستوى الأفراد فإنه يمنهم نظرة كاملة حول كيفية تأثير بيئة الأعمال الداخلية والخارجية على المنظمة والاتجاه الذي تتغير فيه الاحتياجات والتوقعات (Dyczkowski and Dyczkowska, 2015: 11).

وكذلك يساعد الوعي الاستراتيجي الأفراد لتنفيذ التخطيط الاستراتيجي بشكل فعال، كونها أحد العوامل الجوهرية في النمو المعرفي لدى الأفراد، إذ يقوم بالجمع بين قدراتهم الشخصية مع المؤشرات الموجودة في المحيط الخارجي في عملية ذهنية تحليلية ومتواصلة مع حقائق الواقع، وبإمكان الأفراد الذين يتواجدون عندم الوعي الاستراتيجي القدرة على التوازن والتناسق بين جميع الموظفين والمشاركة الفعلية في كافة المستويات الإدارية في المنظمة، وأن يكونوا على دراية بخطوات التخطيط وكيفية معالجة الفجوة بين التخطيط والتنفيذ، وأن يلاحظوا كيف ينتقلون من مستوى معرفي إلى آخر، وكيفية تقسيم إشارات البيئة الخارجية وربطها بإمكانات البيئة الداخلية للمنظمة، وبالتالي تحقيق الأهداف الاستراتيجية.

2. الأبعاد

تناول الكتاب والباحثون مثل: (Albadayneh, 2012: 15) و (Davis and Allen, 2012: 20) و (Savelli and Pencarelli, 2009: 50) و (2021: 85) تناول الكتاب والباحثون مثل: (Alkhatib, 2018: 20) و (Pencarelli et al, 2009: 37).

أبعاد الوعي الاستراتيجي بشكل ضيق ومحدود وعلى وفق وجهات نظر مختلفة، فالبعض منهم ركزوا على البيئة الداخلية (الوعي الاستراتيجي الداخلي)، والبعض الآخر ركزوا على البيئة الخارجية (الوعي الاستراتيجي الخارجي)، وهناك من ركز على الوضع الحالي والمستقبل للمنظمة (الوعي الاستراتيجي الخارجي)، وهناك من جمع بين البيئة الداخلية والخارجية والوضع الحالي والمستقبل ضمن المنظور السياسي والزماني. إلا أن الدراسة الحالية سترتكز على البيئة الداخلية والخارجية - الوعي الاستراتيجي الداخلي والوعي الاستراتيجي الخارجي. كون هذان البعدين هما أكثر انسجاماً مع بيئة الدراسة الحالية.

وفيما يأتي شرح مفصل لهذين البعدين:

1. الوعي الاستراتيجي الداخلي

يعبر الوعي الاستراتيجي الداخلي عن جميع الموارد والخبرات والمعرفة الداخلية التي تمتلكها المنظمة والقدرة (الميل والملاعنة) التي تمتلكها المنظمة للترجمة إلى مزايا تنافسية على المنافسين. (Pencarelli et al, 2009: 37).

فالوعي الاستراتيجي الداخلي يعطي لغة مشتركة للمناقشات التي تراهن على الأوضاع الحالية والمستقبلية ودعم المنظمات فيما يتعلق بالتحسينات في الأداء، والإلمام التام بالمسائل التنظيمية كالتفويض ودافعية الموظفين وكيفية توجيهها لصالح الكل، ويعمل لتحديد التأثير الخارجي وكيفية إحداث التغييرات حسب الأوضاع، إذ تمتلك جميع المنظمات نقاط القوة ونقاط الضعف في المجالات الوظيفية للأعمال، ونقاط القوة والضعف الداخلي مقرونة بالفرص والتهديدات الخارجية، ومرتبطة بالرؤية الواضحة وبيانات المهمة، وهما من أساسيات تحديد الأهداف والاستراتيجيات، إذ يعمل الوعي الاستراتيجي الداخلي على وضع الأهداف والاستراتيجيات بقصد الاستفادة من نقاط القوة الداخلية والتغلب على نقاط الضعف، وبالتالي فإنه يعمل على تحويل نقاط الضعف إلى نقاط القوة، وذلك من خلال الوعي بالخبرة والمعرفة المملوكة، إذ يعمل الوعي الاستراتيجي الداخلي على تحديد المهام وترتيبها حسب الأولوية، نقاط القوة التي يتذرع على المنافسين مطابقتها أو تقليدتها بسهولة الكفاءات المميزة. وهنا تبرز أهمية الوعي الاستراتيجي الداخلي في كيفية تحسين نقاط ضعف المنظمة وتحويلها إلى نقاط القوة، وبالتالي تحويلها إلى الكفاءات المميزة وبناء المزايا التنافسية والاستفادة من الكفاءات المميزة والتي تسمى (Dyczkowska and Dyczkowski, 2015 : 29).

يشمل الوعي الاستراتيجي الداخلي جميع الموارد والمقدرات الداخلية للمنظمة، وفي الواقع إن قدرة الوعي الاستراتيجي الداخلي هو ما يساعد المنظمة على استغلال الفرص وتحديد التهديدات وتحليلها للحالات الناشئة، ومن الصعب استخدام جميع الموارد في عملية التخطيط الاستراتيجي إن لم يكن هناك الوعي الاستراتيجي الداخلي، كون الوعي الاستراتيجي الداخلي توفر نظرة متعلقة حول جميع القدرات الداخلية مع الدراية الكاملة بما يتضمنه المنظمة من نقاط القوة والضعف ، إذ يستلزم التخطيط الاستراتيجي وعياماً لكيفية عمل المنظمة في جميع المجالات الداخلية.

ويعمل الوعي الاستراتيجي الداخلي على جمع الأجزاء في عملية داخلية مستمرة حول كيفية استخدام القدرات التنظيمية الداخلية، والاستفادة من الفرص المتاحة وتجنب التهديدات في البيئة الخارجية (David and David2017 : 181).

2. الوعي الاستراتيجي الخارجي

أوضح (83 : 2009 : Pencarelli et al) أن الوعي الاستراتيجي الخارجي هو القدرة على الإدراك والتنبؤ والتي يقوم بتحديد وتقدير عوامل البيئة الخارجية التي تؤثر على المنظمة بطريقة سلبية أو إيجابية ويتضمن جميع عناصر البيئة الخارجية: (الاجتماعية، والثقافية، والسياسية، والاقتصادية، والقانونية، والتطورات التكنولوجية، والموردين، والمستهلكين، والمنافسين، وعوامل السلوكية النفسية، والمناخية، والمادية) والتي يمكن أن تكون فرصة ليتم استغلالها أو تهديداً ليتم تجنبها.

وعبر (471-500 : 2010 : Thompson and Martin) أن الوعي الاستراتيجي الخارجي يوفر الغطاء الخلفي العام للقيود والفرص المفتوحة بشكل عام ومعرفة كيفية التعبير بحسب الأحوال، إذ توفر الفوائد والمحفزات الرئيسية للتغير.

وفي الواقع فإن الوعي الاستراتيجي الخارجي تجبر المنظمات على إعادة النظر في التبعية التقليدية في استراتيجية المنظمة، وليس من الممكن أن تحدد المنظمة تماماً ما يجب أن تعمل في البيئة المهمة كأساس للتحليل إن لم تكن مستيقظة ومستشرعة من خلال الوعي الاستراتيجي الخارجي من حيث توفير المعلومات الدقيقة ليتم تفسيرها في عملية ربط الخارج مع الداخل، واستنتاج ما يجب أن تضيف في التخطيط الاستراتيجي وما يجب إلغائه في عملية مستمرة مع مراعاة الزمن بعين الاعتبار. ويشير (330 : 2012 : Davis) إلى الوعي الاستراتيجي الخارجي بأنه القدرة التي تستخدمها المنظمة لمعرفة تأثيرات عوامل البيئة الخارجية بعرض اكتشاف الفرص والتهديدات في البيئة الخارجية ليتم مقارنتها مع إمكانيات المنظمة الداخلية واتخاذ القرار المناسب بشأنها.

ثانياً: الريادة الاستراتيجية

1. المفهوم

تؤلف الريادة الاستراتيجية أحد الحقول الفكرية التي تتناولها المدارس المعاصرة للأعمال بالدراسة والتحليل، وهي تمثل أوجهها عن منظور الريادة والريادة المنظمية (العيساوي وأخرون ، 2012 : 761).

ومع تطور حقل الريادة والاستراتيجية بشكل مستقل خلال العقود الأخيرة، حصلت العديد من التطورات في مفهوم الريادة الاستراتيجية، ويوضح الجدول رقم (1) بعض المفاهيم التي أوردها الباحثون.

الجدول (1) بعض مفاهيم الريادة الاستراتيجية وفقاً لآراء عدد من الكتاب والباحثين

المفهوم	اسم الباحث والسنة	ت
التكامل بين الريادة (أعمال السعي إلى الفرصة) والاستراتيجية (أعمال السعي للميزة) ووجهات النظر لتصميم وتطبيق الريادة التي تولد الثروة.	(Hitt et al, 2001: 479)	1
الاستراتيجيات التي تساعد على تحقيق الرؤيا للشركات وهي مفتاح لتحقيق قيمة وربحية عالية ومطلوبة على المدى الطويل للأعمال.	Hitt et al, 2002: 112))	2
تمييز الفرص والاستعداد لاستغلالها وتقبل المخاطرة وإدارتها وتنظيم وتنسيق الموارد لتوليد الميزة التنافسية لتبني استغلال الفرص.	(Feldman, 2005:71)	3
تدل على أنشطة الريادة بواسطة تطبيق السياق الاستراتيجي للأعمال التي تطور الخبرة نتيجة ثمرة الموارد والمهارات والموارد لمنتجات وخدمات جديدة.	Mathebule, 2011: 125))	4
تأهيل المهارات لتكريسها في المشاريع وتكون قادرة على التطوير تحت ظروف غير مؤاتية وتوفير الموارد الكافية لإنجاح مشاريع جديدة.	Dess et al., 2012: 29))	5
ال усили إلى الابتكار باستخدام الأدوات والمفاهيم المتاحة في الاستراتيجية.	Rothaemel, 2013: 181))	6
الجمع بين أنشطة البحث عن المزايا والبحث عن الفرص وتحقيق التوازن بينهما من خلال تخصيص الموارد بين أنشطة البحث عن المزايا والبحث عن الفرص بطريقة يتم فيها استغلال المزايا التنافسية الحالية واستكشاف فرص عمل جديدة في نفس الوقت.	Michael , et al ,2021 : 75	7

المصدر: من إعداد الباحثين بالأعتماد على المصادر أعلاه.

تأسيساً على ما سبق نورد تعريفاً إجرائياً للاريادة الاستراتيجية على أنها استراتيجية الإدراة العليا والتي تمكنها من تحقيق الموارنة بين استكشاف واستثمار الفرص التي تقود إلى التميز من خلال تسخير آليات الوعي الاستراتيجي.

2. الأهمية

هناك فوائد عديدة للاريادة الاستراتيجية وض亥ها (أبو ردن، 2012: 535-536) بالآتي:

- 1 . اكتشاف حاجات الزبائن غير المشبعة والأسواق غير المخدومة، أو التي تتعامل معها الشركة، وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية.
- 2 . تحقيق عوائد استثمارية عالية إذا كانت المشاريع الجديدة ناجحة.
- 3 . تطوير الخدمات والمنتجات الجديدة، وإضافة قيمة جديدة لقسم البحث والتطوير في الشركة.
- 4 . تطوير الكفاءة والفاعلية لإدارة سلاسل القيمة (Value Chains)، وعلى الأخص سلسلة الدعم وعلاقات الزبائن.
- 5 . تطوير علاقات الأعمال الجديدة مع شركات أخرى في بيئه العمل سواء أكانت محلية أو دولية من خلال إقامة التحالفات معها.
- 6 . تهيئة المرشحين المحتملين من الشركات الأخرى لتحالفات الأعمال الاستراتيجية أو الاستحواذ.
- 7 . تخفيض درجة المخاطر بفضل وجود التطورات التكنولوجية الجديدة.
- 8 . تحفيز الموهبة الداخلية على البقاء في الشركة والاستمرار في العمل فيها، وعدم ترك العمل في المشاريع القائمة.

3. أبعاد الريادة الاستراتيجية

لم يتفق الباحثون على تحديد أبعاد محددة ودقيقة للاريادة الاستراتيجية، ويعزى ذاك إلى أن كل منهم حدد الأبعاد حسب وجهه نظره وبما ينسجم مع دراسته، وهنا نوجز الأبعاد التي تناولها البعض منهم، حيث أشار كل من (Miller)، (Mintzberg) على اعتبار أن أبعاد الريادة الاستراتيجية تشمل: (أخذ المخاطرة، والمبادرة، والإبداع). (Covin & Slevin, 1991: 7-25) في حين أشار (Lumpkin & dess, 1996) إلى ستة أبعاد للاريادة الاستراتيجية وهي: (المخاطرة، والمبادرة، والإبداع، والاستقلالية، والغامرة، والميزة التنافسية). وتناولت دراسة (Dumitru,2008) الأبعاد الآتية: (الفرص، والإبداع، والتعلم

التنظيمي، والتقييم، والنمو، والتأكد وتبني المخاطرة، والمرؤنة، والشبكات). وأشار (حميد, 2014: 69-70). إلى كل من الثقافة الريادية والعقل الريادي والقيادة الريادية كأبعاد للريادة الاستراتيجية، ونتيجة لتنوع آراء الباحثين واختلافهم في تحديد أبعاد القيادة الاستراتيجية فقد اعتمدت الباحثان الأبعاد التالية لكونها من أكثر الأبعاد المتفق عليها من قبل الباحثين، وملاءمتها مع طبيعة القطاع المبحوث (القطاع التعليمي).

١- الإبداع

يرى البعض أن الإبداع يتمثل في التوصل إلى حل مبتكر لمشكلة ما أو فكرة جديدة، في حين أن الابتكار هو التطبيق المبتكر أو الملائم لها. وبهذا يظهر الإبداع في أية سلعة أو خدمة أو فكرة يتم إدراكتها وفهمها من أي فرد على أنها جديدة (Kottler, 2000: 355)، أو هو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة، في حين أن الإبتكار هو الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ، أو التحويل من الفكرة إلى المنتج (نجم, 2003: 17-18). وقد أوضح الجنابي بأن: للإبداع خصوصية تميزه، فهو يمتلك دورة حياة تبدأ بابتكار وتنتهي مع ظهور ابتكار لاحق له في الاتجاه نفسه (فاضل, 2007: 48).

أما الإبداع في الإدارة فهو القدرة على ابتكار أساليب ووسائل وأفكار مفيدة للعمل، بحيث تلقى هذه الأفكار والأساليب التجاوب الأمثل من قبل العاملين وتحفيز ما لديهم من قدرات وموهاب لتحقيق الأداء الأفضل، وهذا يعني أن الإبداع ليس مجرد فكرة أو قرار، وإنما هو عملية تتضمن ثلاثة عناصر متداخلة ومتتشابكة إلى أقصى درجة وهي (السكارته, 2011: 48):

العنصر الأول: يتمثل في الفكرة القيادية والرؤية المتميزة للإداري.

العنصر الثاني: يتمثل في تحريك وإنكاء موهاب ومهارات الأفراد والفريق.

العنصر الثالث: يتمثل في استثمار نتائج هذه التركيبة وتحويلها إلى القواعد الاتجاهية الصحيحة.

٢- الميزة التنافسية

تصاعد الاهتمام بالميزة التنافسية في شركات الأعمال على اختلاف أنواعها لمواجهة سرعة التغيرات ولمواكبة المستجدات المتتسعة في هذا العالم، فلكي تكون الشركة ناجحة في المدى البعيد يجب أن تمتلك عدداً من المزايا نسبية إلى منافسيها، وتنشأ الميزة التنافسية من قدرة الشركة على أداء أنشطتها بكلفة أقل أو فاعلية أكبر من منافسيها، كما أن الميزة التنافسية تأتي اليوم من خلال ما تمتلكه الشركات من موارد بشرية تصل إلى درجة عالية من المهارات والموهاب وتصبح كفاءات أساسية لا تستطيع الشركة الاستمرار في المنافسة دون امتلاكها (محمد وآخرون, 2012: 651).

وأشار (عبد الرؤوف, 2007: 3) إلى المراحل الزمنية لظهور الميزة التنافسية:

المرحلة الأولى: ينسب ظهورها إلى Chamberlin سنة 1939، لكن يمكن إرجاعه إلى Selznick سنة 1959، الذي ربط الميزة التنافسية بالمقدرة أي التركيز على حدود الشركة وقدرتها.

المرحلة الثانية: ويمتد من نهاية السبعينيات وحتى منتصف الثمانينيات حينما وصف Hofe و Schendel الميزة التنافسية بأنها الموضع الفريد الذي تطوره المؤسسة مقابل منافسيها عن طريق نمط نشر الموارد.

المرحلة الثالثة: وبعد ذلك Day سنة 1984، ثم Porter سنة 1985، فوضعا الجيل التالي من الصياغة المفاهيمية للميزة التنافسية، حيث اعتبرا الميزة التنافسية كهدف استراتيجي إنطلاقاً من ارتباطها بالأداء المتميز.

٣- تحمل المخاطر

يعني إمكانية التعرض للخسارة، لذا تسعى منظمات الأعمال إلى تقليل مخاطرها إلى الحد الأدنى، في حين يشير (Robert & Meier, 2001) إلى أن تحمل المخاطرة هو الاحتمالية في الحصول على مكافأة أو تحقيق عوائد مجزية في حال نجاح المشروع، ويرى أنه لا يوجد حدود معينة وإطار محدد لسلوك أخذ المخاطرة بين الشركات والأشخاص على حد سواء (أبو ردن, 2012: 537). حيث يعد الخطير أحد العناصر الجوهرية للريادة الاستراتيجية، إذ لا يمكن الانطلاق بالأعمال والمشاريع الحرة من دون أن يتحمل الريادي وصاحب المشروع الصغير والشركة قدرًا معيناً من الخطير وتأثيراته الحالية والمستقبلية (عبد الله وآخرون, 2012: 780). وأشار (جود، 2011: 93) إلى أن تحمل المخاطرة يشير بالقدرة على حساب المخاطر الممكن حدوثها والمواجهة النفسية والاقتصادية ومن ثم إتخاذ القرار الملائم.



المحور الثالث : الجانب الميداني

أولاً: وصف مجتمع البحث ومسوغات اختيارها

يعد تحديد مجتمع الدراسة من المحاور المهمة التي تسهم إسهاماً مباشراً في نجاح أو فشل الدراسة، باعتباره المصدر الأساسي للحصول على البيانات الخاصة بالدراسة، ويتمثل مجتمع الدراسة الحالية في جميع أعضاء مجالس الكليات في الجامعات الخاصة في مدينة أربيل، والبالغ عددهم (91) عضواً في (7) جامعات خاصة في مدينة أربيل. واختبرت الدراسة فرضياتها عليها، وتعود أسباب اختيار هذا الميدان مجالاً للدراسة للمسوغات الآتية:

1. يوصف الجامعات الخاصة بالمنظمات التعليمية في الإقليم من حيث عدد الكفاءات العلمية، ويشهد نمواً متزايداً في قبول أعداد الطلبة في السنوات الأخيرة، وتحتضن هذه الجامعات كليات ب مختلف الاختصاصات.
2. الدور الذي تلعبه هذه الجامعات في تقديم الخدمات للمجتمع على الرغم من وجود منافسة شديدة من قبل الجامعات المبحوثة.
3. إمكانية اختبار فرضيات الدراسة في الجامعات الخاصة بشكل جيد.
4. الحصول على المعلومات التي تحتاجها الدراسة الحالية.
5. الدور الذي تؤديه الجامعة في بناء الأفراد ذو قدرة ومعرفة.
6. زيادة شدة المنافسة بين الجامعات في نفس القطاع نتيجة لزيادتها من الجانب الكمي والنوعي مما يتطلب تحديد توجهاتها الإستراتيجية كمرشد لها لتجديد نشاطاتها وتحركاتها.
7. ملائمة متغيرات الدراسة مع طبيعة عمل أعضاء مجالس الكليات في الجامعات الأهلية من حيث تعاملها مع متغيرات الدراسة.
8. تنامي أهمية قطاع التعليم العالي في إقليم كورستان نتيجة لكثره جيل الشباب وزيادة طلب الجامعات على ذوي الشهادات الجامعية.

ثانياً: وصف عينة البحث

تمثلت عينة الدراسة بجميع أعضاء مجالس الكليات في (7) جامعات خاصة من أصل (9) جامعات والذي تمثل بمجتمع الدراسة، وتمثل المستجيبين بعدد من أعضاء مجالس الكليات في الجامعات الخاصة في مدينة أربيل، حيث قامت الباحثتان بتوزيع (91) استمارة استبيان على جميع أعضاء مجالس الكليات في الجامعات الخاصة في مدينة أربيل. وتمت إعادة (85) استمارة وكانت صالحة للتحليل، أي أن نسبة الإستجابة بلغت (92.30%).

ثالثاً: وصف خصائص الأفراد المستجيبين

نستعرض في هذه الفقرة الخصائص الشخصية للمستجيبين من حيث الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، والتحصيل الدراسي، وعدد السنوات الخدمة الإجمالية، وعدد سنوات الخدمة كعضو في مجلس الكلية، وعلى النحو الآتي:

توزيع الأفراد المستجيبين على وفق الجنس

يشير الجدول (2) إلى أن نسبة الذكور في الجامعات المبحوثة هي (81.2%)، أما نسبة الإناث فهي (18.8%)، مما يشير إلى أن معظم أعضاء مجالس الكليات في الجامعات الخاصة هم من الذكور. مما يدل على عدم تشغيل الإناث في شغل المناصب الإدارية بسبب التزاماتهم العائلية وطول فترة الدوام الرسمي في هذه الجامعات.

الجدول (2) توزيع الأفراد المستجيبين على وفق الجنس

الفئة	العدد	النسبة %
ذكور	69	81.2
إناث	16	18.8
المجموع	85	100

المصدر: إعداد الباحثتين على وفق نتائج التحليل الاحصائي

توزيع الأفراد المستجيبين على وفق العمر

يوضح الجدول (3) توزيع المستجيبين على وفق سمة العمر، إذ تبين أن أعلى نسبة من الأفراد كانت من بين الفئة العمرية (31 – 40 سنة) والتي بلغت نسبتهم (39.3%)، وتلتها نسبة (35.7%) للفئة العمرية (51 سنة فأكثر)، ثم جاءت الفئة العمرية (41 – 50 سنة) بالمرتبة الثالثة بالنسبة (21.4%)، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفئة العمرية (30 سنة فأقل)، وبنسبة بلغت (3.6%). مما يدل على أن غالبية المستجيبين في الجامعات المبحوثة هم من الفئة العمرية الناضجة والتي لا زالت تمتلك القدرات الذهنية والجسمانية المؤهلة للعمل وبمستويات عالية.

الجدول (3) توزيع الأفراد المستجيبين على وفق العمر

الفئة	العدد	النسبة %
30 سنة فأقل	4	3.6
31 – 40 سنة	33	39.3
41 – 50 سنة	18	21.4
51 سنة فأكثر	30	35.7
المجموع	85	100

المصدر: إعداد الباحثتين على وفق نتائج التحليل الاحصائي

توزيع الأفراد المستجيبين على وفق المؤهل العلمي

يتبيّن من المعلومات في الجدول (4) أن توزيع المستجيبين حسب سمة المؤهل العلمي أن غالبية الأفراد المستجيبين هم من الذين يمتلكون مؤهلات أكاديمية ومن حملة شهادة الدكتوراه، والتي بلغت (59.5%)، في حين كانت نسبة الحاصلين على شهادة الماجستير (40.5%). مما يدل على التطبيقات الصحيحة للتعليمات الجامعية على أن يحمل أعضاء مجالس الكليات الشهادات العالية من الدكتوراه والماجستير.

الجدول (4) توزيع الأفراد المستجيبين على وفق المؤهل العلمي

الفئة	العدد	النسبة %
ماجستير	35	40.5
دكتوراه	50	59.5
المجموع	85	100

المصدر: إعداد الباحثتين على وفق نتائج التحليل الاحصائي

توزيع الأفراد المستجيبين على وفق اللقب العلمي

يتبيّن من المعلومات في الجدول (5) أن توزيع الأفراد المستجيبين حسب سمة اللقب العلمي أن غالبية الأفراد المستجيبين هم من الذين يمتلكون لقب (مدرس)، والتي بلغت (31%)، تلتها بالنسبة (29.8%) من الذين يمتلكون لقب (مدرس مساعد)، في حين كانت نسبة الحاصلين على لقب (أستاذ مساعد) قد بلغت (25%)، وجاء بالمرتبة الأخيرة حاملوا لقب (أستاذ)، إذ بلغت (12%). مما يشير إلى أن أكثرية أعضاء مجالس الكليات هم من الألقاب العلمية وملائمة ذلك مع فئاتهم العمرية الناضجة لتحملهم المسؤوليات الإدارية.

الجدول (5) توزيع الأفراد المستجيبين على وفق اللقب العلمي

الفئة	العدد	النسبة %
مدرس مساعد	25	29.7
مدرس	27	31
أستاذ مساعد	21	25
أستاذ	12	14.3
المجموع	85	100

المصدر: إعداد الباحثتين على وفق نتائج التحليل الاحصائي

توزيع الأفراد المستجيبين على وفق مدة الخدمة الإجمالية

يوضح الجدول (6) أن النسبة الكبرى من الأفراد المستجيبين لديهم خدمة إجمالية في العمل الوظيفي تقع بين (10 سنة فأقل)، والتي شكلت نسبتهم (40.5%)، ثم تلتها فئة (11 – 20 سنة)، حيث بلغت نسبة (29.8%)، ثم جاء الأفراد الذين لهم خدمة (31 سنة فأكثر)، إذ بلغت (23.8%)، ومن ثمًّ الأفراد الذين لهم خدمة (21 – 30 سنة)، فجاءوا بالمرتبة الأخيرة، حيث بلغت نسبتهم (6%). مما يدل على تراكم الخبرات الوظيفية لدى أكثرية أعضاء مجالس الكليات.

الجدول (6) توزيع الأفراد المستجيبين على وفق مدة الخدمة الإجمالية

الفئة	العدد	النسبة %
10 سنوات فما دون	34	40.4
20 – 11 سنة	25	29.8
30 – 21 سنة	5	6
31 سنة فأكثر	21	23.8
المجموع	85	100

المصدر: إعداد الباحثتين على وفق نتائج التحليل الاحصائي.

رابعاً: وصف متغيرات البحث

أولاً: وصف متغير الوعي الاستراتيجي

1- وصف بعد الوعي الاستراتيجي الداخلي

تشير معطيات الجدول (7) إلى التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابات تجاه العبارات (X1-X10)، والخاصة بوصف آراء عينة الدراسة تجاه بُعد الوعي الاستراتيجي الداخلي، والتي تميل إلى الاتفاق وبمستويات جيدة، إذ تشير النسب وبحسب المؤشر الكلي إلى أن (55.10%) من الأفراد المستجيبين متتفقون على مضمون هذه العبارات، مقابل نسبة (10.20%) غير متتفقين مع ذلك، وبلغت نسبة الاتفاق (70 %)، وجاء هذا بوسط حسابي (3.50)، وانحراف معياري (0.847). مما يعطي دلالة أولية على توافر الوعي الاستراتيجي الداخلي لدى الجامعات المبحوثة وبمستويات جيدة.

الجدول (7) وصف بعد الوعي الاستراتيجي الداخلي

نسبة الاتقا ق (%)	الانحر اف المعيار ي	الوسط الحس ابي	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		أتفق		أتفق بشدة		أبعا د الم تغى ر العب ارا ت	
			1		2		3		4		5			
			%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	%	Freq.		
73. 81	0.878	3.69	0.0 0	0	11. 90	10	22. 62	19	50. 00	42	15. 48	13	X1	
72. 38	0.790	3.62	1.1 9	1	8.3 3	7	25. 00	21	58. 33	49	7.1 4	6	X2	
70. 48	0.857	3.52	1.1 9	1	10. 71	9	32. 14	27	46. 43	39	9.5 2	8	X3	
68. 57	0.733	3.43	0.0 0	0	10. 71	9	39. 29	33	46. 43	39	3.5 7	3	X4	
70. 00	0.885	3.50	0.0 0	0	11. 90	10	40. 48	34	33. 33	28	14. 29	12	X5	
63. 33	0.946	3.17	1.1 9	1	4.7 6	4	34. 52	29	35. 71	30	11. 90	10	X6	
72. 14	0.970	3.61	2.3 8	2	13. 10	11	20. 24	17	50. 00	42	14. 29	12	X7	
65. 71	0.886	3.29	3.5 7	3	14. 29	12	35. 71	30	42. 86	36	3.5 7	3	X8	
71. 67	0.853	3.58	3.5 7	3	2.3 8	2	36. 90	31	46. 43	39	10. 71	9	X8	
71. 43	0.840	3.57	0.0 0	0	9.5 2	8	36. 90	31	40. 48	34	13. 10	11	X1 0	
70. 00	0.847	3.50	0.51		9.69		32.99		44.39		10.71		المعدل	
					10.20						55.10			

N=85

المصدر: إعداد الباحثتين على وفق نتائج التحليل الاحصائي

وكانت أعلى نسبة اتفاق على مستوى عبارات هذا البعد هي للعبارة (X1)، والتي بلغت (73.81%)، وبمتوسط حسابي بلغ (3.69). في حين أن أقل نسبة اتفاق على مستوى عبارات بعد الوعي الاستراتيجي الداخلي كانت للعبارة ، (X6) والتي بلغت (63.33%)، وبمتوسط حسابي بلغ (3.17).

2- وصف بعد الوعي الاستراتيجي الخارجي

تشير معطيات الجدول (8) إلى التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابات تجاه العبارات (X20) - (X11) ، والخاصة بوصف آراء المستجيبين تجاه بعد الوعي الاستراتيجي الخارجي، والتي تمثل إلى الاتفاق وبمستويات جيدة، إذ تشير النسب وبحسب المؤشر الكلي إلى أن (68.37%) من المستجيبين متافقون على مضمون هذه العبارات مقابل نسبة (8.50%) غير متلقين مع مضمون عبارات هذا البعد، وبلغت نسبة الاتفاق (75.44%)، وجاء ذلك بمتوسط حسابي (3.77)، وانحراف معياري (0.902). وهذا يمثل نتيجة أولية على توافر مؤشرات وصف بعد الوعي الاستراتيجي الخارجي لدى الجامعات المحوسبة وبمستويات جيدة.

الجدول (8) وصف بعد الوعي الإستراتيجي الخارجي

نسبة الأداء (%)	الانحراف المعياري	الوسط الحسبي	العبارات	أبعاد المتغير									
				لا اتفاق بشدة		لا اتفاق		محايد		اتفاق		اتفاق بشدة	
				1	Fre q.	2	Fre q.	3	Fre q.	4	Fre q.	5	Fre q.
72.86	0.831	3.64	1.19	1	8.33	7	19	22	53.57	45	71	10.9	X11
75.71	0.995	3.79	4.76	4	3.57	3	62	19	43	39	62	22.19	X12
79.76	0.857	3.99	1.19	1	3.57	3	05	16	62	40	57	28.24	X13
82.86	0.852	4.14	2.38	2	2.38	2	3	7	38	44	52	34.29	X14
68.81	0.910	3.44	4.76	4	5.95	5	10	32	86	36	3	8.37	X15
70.24	1.081	3.51	2.38	2	05	16	62	19	90	31	05	19.16	X16
64.52	1.022	3.23	5.95	5	16.67	14	52	29	52	29	3	8.37	X17
66.19	1.097	3.31	8.33	7	29	12	00	21	86	36	2	9.58	X18
76.43	0.894	3.82	2.38	2	4.76	4	43	18	19	43	24	20.17	X19
71.67	0.972	3.58	2.38	2	11.90	10	19	22	44.05	37	48	15.13	X20
75.44	0.902	3.77	2.72		5.78		23.13		48.30		20.07		المعدل
									8.50		68.37		

N=85

المصدر: إعداد الباحثتين على وفق نتائج التحليل الاحصائي

وكانت أعلى نسبة اتفاق على مستوى عبارات هذا البعد هي للعبارة (X14)، والتي بلغت (82.86%)، وبوسط حسابي بلغ (4.14). في حين أن أقل نسبة اتفاق على مستوى عبارات تقييم الأداء الأخضر فهي للعبارة (X17)، والتي بلغت (64.52)، وبوسط حسابي بلغ (3.23).

ثانياً: وصف متغير الريادة الاستراتيجية

وصف بعد الإبداع

تشير إجابات المستجيبين في الجدول (9) إلى التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابات الخاصة بضمون العبارات (Y1 - Y8)، والخاصة بوصف آراء المستجيبين تجاه وصف بعد الإبداع، والتي تمثل إلى الاتفاق وبمستويات جيدة، إذ تشير النسب وبحسب المؤشر الكلي إلى أن (54.59%) من الأفراد المستجيبين متتفقون على مضمون هذه العبارات مقابل نسبة (15.82%) غير متتفقين مع هذا البعد، وبلغت نسبة الاتفاق (69.73%)، وجاء ذلك بوسط حسابي (3.49) وانحراف معياري (0.950). وهذا يعطي مؤشراً على اتفاق العينة على توافر بعد الإبداع لدى الجامعات المبحوثة وبمستويات جيدة.

الجدول (9) وصف بعد الإبداع

نسبة الاتقا ق (%)	الانحراف المعيار ي	الوسط الحسابي	الاتقا ق (%)	لا اتفق بشدة	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق بشدة	العبارات	أبعاد المتغير
				1	2	3	4	5		
				%	Fre q.	%	Fre q.	%	Fre q.	
66. 19	0.969	3.31	2.3 8	20. 24	29. 17	29. 76	39. 25	8.3 29	33 3	7 Y1
63. 81	1.081	3.19	5.9 5	22. 62	27. 19	34. 38	39. 23	9.5 52	29 2	8 Y2
65. 48	1.034	3.27	5.9 5	16. 67	29. 14	39. 76	39. 25	8.3 29	33 3	7 Y3
71. 19	0.766	3.56	1.1 9	3.5 1	42. 7	42. 3	42. 36	9.5 86	36 86	8 Y4
75. 48	0.812	3.77	1.1 9	2.3 8	32. 2	46. 14	46. 27	17. 43	39 39	15 Y5
73. 57	1.008	3.68	3.5 7	9.5 3	21. 8	46. 43	19. 18	19. 43	05 39	16 Y6
72. 38	0.981	3.62	1.1 9	14. 29	23. 12	42. 81	17. 20	17. 86	36 86	15 Y7
68. 81	1.134	3.44	5.9 5	15. 48	25. 13	35. 00	17. 21	17. 71	12.93 30	15 Y8
69. 73	0.950	3.49	3.06	12.76	29.59	41.67	12.93	54.59	المعدل	
				15.82						

N=85

المصدر: إعداد الباحثتين على وفق نتائج التحليل الاحصائي

وكانت أعلى نسبة اتفاق على مستوى عبارات هذا البعد هي للعبارة (Y5)، وبالنسبة (75.48%)، وبمتوسط حسابي بلغ (3.77)، في حين أن أقل نسبة اتفاق على مستوى عبارات هذا البعد هي للمؤشر (Y2)، والتي بلغت (63.81%)، وبمتوسط حسابي بلغ (3.19).

وصف بعد الميزة التنافسية

تشير معطيات الجدول (10) إلى التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابات الخاصة بمضمون العبارات (Y9 – Y16)، والخاصة بوصف آراء المستجيبين تجاه وصف بعد الميزة التنافسية، والتي تميل إلى الاتفاق وبمستويات جيدة، إذ تشير النسب وبحسب المؤشر الكلي إلى أن (71.26%) من الأفراد المستجيبين متلقون على مضمون هذه العبارات مقابل نسبة (10.03%) غير متلقين مع مضمون عبارات هذا البعد، وبلغت نسبة الاتفاق (77.52%)، وجاء ذلك بمتوسط حسابي (3.88)، وانحراف معياري (0.965). وهذا يشير إلى أن الجامعات المبحوثة تميل إلى التركيز على بعد الميزة التنافسية وبمستويات جيدة.

الجدول (10) وصف بعد الميزة التنافسية

نسبة الإنقا ق (%)	الانحراف المعيار ي	الوسط الحسبي	لا أتفق بشدة 1	لا أتفق		محايد		أتفق		أتفق بشدة 5		العبارات ت	أبعاد المتغير غير	
				Fre q. %										
80. 48	0.850	4.02	0.0 0	7.1 4	13. 6	50. 11	29. 00	29. 42	29. 76	29. 25	29. Y9			
79. 29	0.963	3.96	1.1 9	8.3 1	15. 7	42. 13	32. 86	32. 36	32. 14	32. 27	32. Y10			
78. 10	1.001	3.90	1.1 9	10. 1	15. 71	41. 48	30. 13	30. 67	30. 35	30. 95	30. 26	30. Y11		
74. 29	1.036	3.71	4.7 6	4.7 4	28. 4	38. 57	23. 24	23. 10	23. 32	23. 81	23. 20	23. Y12		
78. 81	0.869	3.94	1.1 9	5.9 1	15. 5	52. 48	25. 13	25. 38	25. 44	25. 00	25. 21	25. Y13		
77. 38	0.991	3.87	0.0 0	11. 90	20. 10	36. 24	30. 17	30. 90	30. 31	30. 95	30. 26	30. Y14		
74. 29	1.048	3.71	3.5 7	9.5 3	22. 2	40. 62	23. 19	23. 48	23. 34	23. 81	23. 20	23. Y15		
68. 57	1.009	3.43	3.5 7	14. 29	30. 12	38. 95	13. 26	13. 10	13. 32	13. 10	13. 11	13. Y16		
77. 52	0.965	3.88	1.70		8.33		18.71		43.20		28.06		المعدل	
					10.03						71.26			

N=85

المصدر: إعداد الباحثتين على وفق نتائج التحليل الاحصائي

وكانَت أعلى نسبة اتفاق على مستوى عبارات هذا البعد هي للعبارة ، (Y9)، والتي بلغت (80.48)، وبمتوسط حسابي (4.02). في حين أن أقل نسبة اتفاق على مستوى عبارات هذا البعد هي لعبارة (Y16)، والتي بلغت (68.57)، وبمتوسط حسابي بلغت (3.43)، وبانحراف معياري (0.91).

وصف بعد تحمل المخاطرة

تشير معطيات الجدول (11) إلى التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والنحرافات المعيارية للإجابات الخاصة بمضمون العبارات (Y17-Y24)، والخاصة بوصف آراء المستجيبين تجاه وصف بعد تحمل المخاطرة، والتي تمثل إلى الاتفاق وبمستويات جيدة، إذ تشير النسب وبحسب المؤشر الكلي إلى أن (75%) من الأفراد المستجيبين متتفقون على مضمون هذه العبارات مقابل نسبة غير متتفقين مع مضمون عبارات هذا البعد، وبلغت نسبة الاتفاق (78.30)، وجاء ذلك بمتوسط حسابي (3.91) وانحراف معياري (0.848). وهذا يدل على أن الجامعات المبحوثة تمثل إلى تحمل المخاطرة وبمستويات جيدة.

الجدول (11) وصف بعد تحمل المخاطرة

نسبة الانقا ق (%)	الانحراف المعيار ي	الوسط الحسبي	1	لا أتفق بشدة		محابي		تفق		أتفق بشدة		العبارات	أبعاد المتغير
				لا أتفق	Fre q.	2	Fre q.	3	Fre q.	4	5		
				%	%	%	%	%	%	%	%		
79.05	0.917	3.95	1.19	7.14	6	15.48	13	47.62	40	28.57	24	Y17	
79.52	0.806	3.98	0.00	4.76	4	19.05	16	50.00	42	26.19	22	Y18	
76.90	0.938	3.85	2.38	7.14	6	16.67	14	51.19	43	22.62	19	Y19	
77.38	0.757	3.87	0.00	3.57	3	25.00	21	52.38	44	19.05	16	Y20	
79.52	0.776	3.98	0.00	5.95	5	13.10	11	58.33	49	22.62	19	Y21	
79.29	0.768	3.96	0.00	3.57	3	20.24	17	52.38	44	23.81	20	Y22	
76.43	0.971	3.82	1.19	10.71	9	17.86	15	45.24	38	25.00	21	Y23	
77.62	0.827	3.88	0.00	5.95	5	22.62	19	48.81	41	22.62	19	Y24	
78.30	0.848	3.91	0.68		6.12		18.20		51.02		23.98	المعدل	
					6.80						75.00		

N=85

المصدر: إعداد الباحثتين على وفق نتائج التحليل الاحصائي

وكانت أعلى نسبة اتفاق على مستوى عبارات هذا البعد هي للعبارة (Y18-Y21)، والتي بلغت (79.52%)، وبوسط حسابي بلغ (3.98)، وبانحراف معياري (0.806)، على التوالي، في حين أن أقل نسبة اتفاق على مستوى عبارات هذا البعد هي للمؤشر ، (Y23) والتي بلغت (76.43%)، وبوسط حسابي بلغ (3.82).

بناءً على المعطيات الإحصائية الواردة في جدول (11،10،9،8،7)، تم التوصل إلى قبول الفرضية الرئيسية الأولى، والتي تنص على أنه: ((تختلف آراء الأفراد المستجيبين في الجامعات الخاصة تجاه وصف متغيرات الدراسة)).

خامساً: اختبار أنموذج الدراسة وفرضياتها

1: اختبار فرضية العلاقات

نحاول في هذه الفقرة اختبار الفرضية الرئيسية الثانية والمتعلقة بفرضية العلاقات والتي تتضمن على أنه: ((توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الوعي الاستراتيجي منفردة ومجتمعه وبين أبعاد الريادة الاستراتيجية منفردة ومجتمعه)). إذ تم استخدام معامل الارتباط البسيط والمتعدد بطريقة (Pearson) باعتباره الأداة الإحصائية المناسبة للتعرف على الارتباط بين متغيرات الدراسة ذات البيانات الوصفية، وسيتم التحقق من مدى صحة تلك الفرضية وذلك كما يأتي:

العلاقة حسب المؤشر الكلي

بيّنت نتائج تحليل الارتباط بين متغيري الدراسة وحسب المؤشر الكلي الموضحة في الجدول (12) وجود علاقة ارتباط معنوية ومحبطة بين تلك المتغيرات وعلى مستوى المؤشر وبمستويات عالية، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بين متغير الوعي الاستراتيجي ومتغير الريادة الاستراتيجية قيمة (0.605**)، وعند مستوى معنوية (0.01)، إذ تؤكد هذه النتيجة أن هناك تلازمًا بين المتغيرين مما يمكن معه الاستنتاج بأن زيادة اعتماد الجامعات الم垢وطة على ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء يؤدي إلى تحسين تطبيق عملية الريادة الاستراتيجية لديها.

وبناءً على هذه النتيجة يمكن للباحثين الاستنتاج بأن هنالك مستويات معنوية عالية من التلازم بين متغيري الدراسة لدى الجامعات المبحوثة، مما يشير إلى أنه كلما زاد استخدام الجامعات المبحوثة للوعي الاستراتيجي أدى ذلك إلى تحسين أسلوبها في تطبيق عملية الريادة الاستراتيجية.

العلاقة حسب المؤشر الجزئي

من أجل فهم أوسع لعلاقة الارتباط بين متغيرات الدراسة وعلى مستوى أبعاد كل منها منفردة و مجتمعة وبحسب المؤشر الجزئي فإن النتائج في الجدول (12) تشير إلى وجود علاقات ارتباط معنوية ومحبطة بين أبعاد الوعي الاستراتيجي وأبعاد متغير الريادة الاستراتيجية منفردة و مجتمعة، إذ كانت أقوى علاقة ارتباط منفردة بين بعد الوعي الاستراتيجي الداخلي وبعد الإبداع والتي بلغت قيمة المعامل لهذه العلاقة (0.686 **)، وبمستوى معنوي (0.01)، في حين أن أقل علاقة ارتباط معنوية منفردة كانت بين بعد الوعي الاستراتيجي الخارجي وبقيمة بلغت (0.428 **)، وبمستوى معنوية (0.01). وبذلك فإن هذه النتائج تدعم تحليل الارتباط حسب المؤشرين الكلي والعام، وإنه كلما زاد توجه الجامعات المبحوثة على استخدام أبعاد الوعي الاستراتيجي أدى ذلك إلى تحسين تطبيق تلك الجامعات في عمليات الريادة الاستراتيجية.

الجدول (12) علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة منفردة و مجتمعة

المؤشر الكلي	الريادة الاستراتيجية (Y)				المتغير المعتمد المتغير المستقل
	تحمل المخاطرة	الميزة التنافسية	الإبداع		
0.859 **	0.432**	0.555 **	0.686 **	الوعي الاستراتيجي الداخلي	الوعي الاستراتيجي (X)
0.918 **	0.428**	0.482 **	0.598 **	الوعي الاستراتيجي الخارجي	
0.605 **	0.873**	0.889 **	0.915 **		المؤشر الكلي

** معنوية عالية عندما تكون القيمة الاحتمالية ($Sig. \leq 0.01$)

N= 85

* معنوي عندما تكون القيمة الاحتمالية ($Sig. \leq 0.05$)

المصدر: إعداد الباحثين على وفق نتائج التحليل

وبذلك فإن نتائج تحليل العلاقات على المستوى الجزئي تدعم وبقوة نتائج تحليل العلاقات بين متغيرات الدراسة الرئيسية على المستوى الكلي والعام، وعليه يتم قبول الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص على أنه: ((توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الوعي الاستراتيجي منفردة و مجتمعة وبين الريادة الاستراتيجية منفردة و مجتمعة)).

2: تحليل التأثير بين متغيري الدراسة

تحليل الإنحدار البسيط

تم استخدام تحليل الإنحدار البسيط للتعرف على تأثير المتغير المستقل (الوعي الاستراتيجي) في المتغير المعتمد (الريادة الاستراتيجية) وعلى المستوى الكلي لذاك المتغيرات حيث تشير نتائج التحليل الموضحة في الجدول (13) كالتالي:

أ. وجود تأثير معنوي للمتغير المستقل (الوعي الاستراتيجي) في المتغير المستجيب أو المعتمد (الريادة الاستراتيجية) وعلى مستوى المؤشر الكلي، إذ بلغت قيمة مستوى المعنوية (P-Value) المحسوبة (0.000)، وهي أقل بكثير من قيمة مستوى المعنوية الافتراضي والذي اعتمدته الدراسة، ويدعم ذلك أن قيمة (F) المحسوبة والبالغة (46.587) كانت أكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (3.957)، وبدرجات حرية (1، 82)، مما يشير إلى معنوية التأثير عند مستوى (0.05). واستناداً إلى هذه النتيجة يمكن الإستنتاج بوجود العلاقة التأثيرية لمتغير الوعي الاستراتيجي في متغير الريادة الاستراتيجية، والذي يشير إلى أن اعتماد الجامعات المبحوثة على

الوعي الاستراتيجي يؤثر في تطبيق مستويات عالية من الريادة الاستراتيجية لديهم. كما وتشير نتائج التحليل على المستوى الكلي كالتالي:

في ضوء معادلة الانحدار تبين أن قيمة الثابت (B0) والبالغة (1.523) أن هناك ظهوراً للريادة الاستراتيجية من خلال أبعادها وبمقدارها (1.523)، وذلك عندما تكون قيمة الوعي الاستراتيجي ومن خلال أبعادها مساوية للصفر. وعليه يمكن تفسير هذه النتيجة بأن الريادة الاستراتيجية تستند خصائصها وبمستويات عالية من أبعد الوعي الاستراتيجي التي تستخدمها الجامعات المبحوثة.

أما قيمة الميل الحدي (B1) فقد بلغت (0.639)، وهي دلالة على أن تغيراً مقداره واحد (1) في متغير الوعي الاستراتيجي يؤدي إلى تغير مقداره (0.639) في الريادة الاستراتيجية، وهو تغير كبير يمكن الاستناد عليه في تفسير العلاقة التأثيرية للمتغير المستقل (الوعي الاستراتيجي) في المتغير المعتمد (الريادة الاستراتيجية).

أما قيمة (R2) فقد بلغت (0.362) والتي تشير إلى أن ما نسبته (36.2%) من التغير الذي يحدث في الريادة الاستراتيجية يعود إلى أبعد الوعي الإستراتيجي، أي أن القيمة التفسيرية للمتغير المستقل فيما يحدث للمتغير المستجيب بلغت (36.2%)، كما تشير هذه النتيجة إلى أن النسبة التأثيرية المتبقية والبالغة (63.8%) تعود لعوامل تأثيرية أخرى غير مضمونة في الأنماذج الافتراضي الذي اعتمد في الدراسة الحالية.

الجدول (13) تأثير الوعي الاستراتيجي في الريادة الاستراتيجية على المستوى الكلي

الريادة الاستراتيجية				المتغير المستقل
R2	F	B1	الثابت- B0	
%36.2	46.587 Sig.(0.000)**	0.639 t(6.825) Sig.(0.000)**	1.523 t(4.459) Sig.(0.000)**	الوعي الاستراتيجي

** معنوية عالية عندما تكون القيمة الاحتمالية ($Sig. \leq 0.05$)

المصدر: إعداد الباحثين على وفق نتائج التحليل الاحصائي

تحليل الإنحدار على المستوى الجزئي

بهدف التعرف على مستويات التأثير لأبعد الوعي الاستراتيجي في المتغير المعتمد والمتمثل بالريادة الاستراتيجية فقد تم اللجوء إلى تحليل الانحدار المتعدد، إذ أفصحت نتائج التحليل عن وجود عدة نماذج للانحدار (التأثير) الموضحة في الجدول (14) وكالتالي:

1- الوعي الاستراتيجي الداخلي

تشير معطيات الجدول (14) إلى أن هناك تأثيراً معنواً للوعي الاستراتيجي الداخلي في الريادة الاستراتيجية، ويدعمه قيمة (F) المحسوبة (47.946)، وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وقد فسر معامل التحديد (R2) ما نسبته (36.9%) من التباين الحاصل في الريادة الاستراتيجية، أما النسبة المتبقية والبالغة (63.1%) فتعود إلى متغيرات أخرى، كما أن قيمة (β_1) قد بلغت (0.685)، وهي تشير إلى أن التغير الحاصل في الوعي الاستراتيجي الداخلي بوحدة واحدة يؤدي إلى تغير في الريادة الاستراتيجية بمقدار (0.685)، ويستدل من قيمة (t) المحسوبة (3.374) بأنها قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وتشير قيمة الثابت (C) إلى وجود الريادة الاستراتيجية بمقدار (1.262) حتى لو كانت قيمة الوعي الاستراتيجي الداخلي صفرأً.

2- الوعي الاستراتيجي الخارجي

تشير معطيات الجدول (14) إلى أن هناك تأثيراً معنواً للوعي الاستراتيجي الخارجي في الريادة الاستراتيجية، ويدعمه قيمة (F) المحسوبة (41.118)، وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وقد فسر معامل التحديد (R2) ما نسبته (33.4%) من التباين الحاصل في الريادة الاستراتيجية، أما النسبة المتبقية والبالغة (66.6%) فتعود إلى متغيرات أخرى، كما أن قيمة (β_1) قد بلغت (0.435)، وهي تشير إلى أن التغير الحاصل في الوعي الاستراتيجي الخارجي بوحدة واحدة يؤدي إلى تغير في الريادة



الاستراتيجية بمقدار (0.435)، ويستدل من قيمة (t) المحسوبة (10.074) بأنها قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وتشير قيمة الثابت (C) إلى وجود الريادة الاستراتيجية بمقدار (2.364) حتى لو كانت قيمة الوعي الاستراتيجي الخارجي صفرًا.

الجدول (14) تأثير أبعاد الوعي الاستراتيجي في الريادة الاستراتيجية

الريادة الاستراتيجية (Y)					المتغير المعتمد المتغير المستقل
F	R ²	β_1	C	الثابت	
47.946 Sig.=0.000	%36.9	0.685 T(1.262) Sig.=0.000	1.262 T(3.374) Sig.=0.000	الوعي الاستراتيجي الداخلي	الوعي (X) الاستراتيجي
41.118 Sig.=0.000	%33.4	0.435 T(6.412) Sig.=0.000	2.364 T(10.074) Sig.=0.000	الوعي الاستراتيجي الخارجي	

N=85

SPSS

المصدر: من إعداد الباحثتين بالاعتماد على نتائج الإحصائي

وتأسيساً على نتائج تحليل الانحدار فإنه يمكن القول بقبول الفرضية الرئيسية الثالثة التي تنص على أنه: ((يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية عند مستوى 0.05 لأبعاد الوعي الاستراتيجي في الريادة الاستراتيجية)).

المحور الرابع: الاستنتاجات والمقررات

أولاً : الاستنتاجات

1- أظهرت نتائج الوصف لخصائص المستجيبين بأن أغلبية أعضاء مجالس الكليات في الجامعات الخاصة هم من الذكور ومن الفئة العمرية الشبابية، وأغلبيتهم من حملة شهادة الدكتوراه وبلقب مدرس ولا تزيد مدة خدمتهم الاجمالية عن عشر سنوات، وهذه المؤشرات جاءت متوافقة مع أعمار الجامعات الخاصة في أربيل إذ أنها جامعات فتية ولا زالت في مراحل النمو والتطور.

2- أشارت نتائج الوصف لمتغيرات الدراسة وأبعادها بأنها متوفرة وبنسب جيدة، حيث كان المستوى عالياً للوعي الاستراتيجي الداخلي من خلال تركيز الكليات على تحليل بيئتها الداخلية المكونة من الهيكل التنظيمي، والثقافة التنظيمية، والأنشطة والموارد المنظامية.

3- بينت معلومات الوصف توافر مؤشرات الوعي الاستراتيجي الخارجي في الجامعات المحوسبة، ويدعم ذلك إتاحة الكليات المجال لأعضاء الهيئة التدريسية بتحليل البيئة الخارجية ومتغيراتها الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والتنافسية.

4- أكدت النتائج بأن الجامعات المحوسبة تركز على الإبداع من خلال إيجاد بيئه ومناخ تنظيمي داعم للإبداع والإبتكار.

5- أظهرت نتائج الوصف لمتغير الميزة التنافسية المستوى الجيد لاعتماد الجامعات المحوسبة على المعلومات التي يوفرها نظام التحليل للبيئة التنافسية، لغرض التعرف على مجالات التميز، سواء في الجودة أو الإبداع أو السرعة في تسليم الخدمة.

6- أكدت نتائج الوصف وبعد تحمل المخاطرة توافرها وبمستويات جيدة، إذ بينت النتائج قدرة الجامعات المحوسبة على تحمل المخاطرة من خلال استثمار الفرص بعد دراسة مستفيضة للمنافع والتحديات المترتبة بها، وهذه دلالة على حرص الجامعات لقياس المخاطرة واحتساب الكلفة والمنافع لفرص البديلة.

7- أكدت نتائج الارتباط على وجود علاقات قوية بين المتغيرين وأبعادهما وعلى المستوى الكلي والجزئي، إذ كانت عواملات الارتباط عالية، وهذه النتائج تؤكد التلازم القوي بين المتغيرين، وكان الارتباط بين الوعي الاستراتيجي الداخلي و تحمل المخاطرة عالياً مما يؤكد على أن زيادة الاعتماد على مخرجات تحليل البيئة الداخلية يؤدي حتماً إلى زيادة مستويات تحمل المخاطرة في الجامعات المحوسبة.

8- أكدت نتائج الانحدار البسيط والمتعدد وجود تأثير قوي لأبعاد الوعي الاستراتيجي في الريادة الاستراتيجية وعلى المستوى العام، فيما كان أقوى تأثير بين الوعي الاستراتيجي الداخلي والريادة الاستراتيجية، ونستكشف من هذه المعلومات بأن التغيرات التي تحدث في أنشطة الريادة الاستراتيجية في الجامعات المحوسبة تعزى وبالدرجة الأساسية إلى نتائج تحليل البيئة الداخلية.

ثانياً: المقترنات

- 1- ضرورة تركيز الجامعات المبحوثة على تكليف الإناث بالمهام الإدارية كأعضاء في مجالس الكليات والإستفادة من بعض خصائصهم كالتعاون والتحمل والقدرة على التفكير المتعدد، وكذلك التوجه نحو تكليف الفئة العمرية الناضجة جنباً إلى جنب مع الشباب لاستثمار خبراتهم ومعارفهم من خلال تغيير أنظمة الاستقطاب في الجامعات المبحوثة.
- 2- ضرورة المحافظة على المستويات الجيدة لمتغيرات الدراسة، والسعى الجاد لزيادة هذه المستويات، وكذلك التوجه نحو تحقيق ميزة تنافسية من خلال التركيز على تطوير خصائص الخدمات الحالية وتقييم خدمات ملائمة لمتطلبات سوق العمل.
- 3- تؤكد الدراسة على ضرورة الاهتمام بوعي الاستراتيجي الخارجي في الجامعات المبحوثة من خلال زيادة التركيز على معرفة نقاط قوة وضعف المنافسين ومواجهة التهديدات في البيئة الخارجية.
- 4- ضرورة تشجيع أعضاء الهيئة التدريسية على طرح أفكارهم الإبداعية من خلال مكافأة الأفكار المتميزة والسعى لترجمتها في أرض الواقع.
- 5- على الكليات المبحوثة تبني سياسات المغامرة بهدف التفوق على الكليات المتاظرة، وذلك من خلال تشكيل لجان أو وحدات لإدارة المخاطرة ودراستها.
- 6- توصي الدراسة بضرورة تخصيص موارد مالية ومادية للبحث والتطوير، واعتماد مبدأ المكافآت لدعم الأفكار المبتكرة، وذلك من خلال تغيير فقرات الميزانية السنوية، وإضافة تخصيصات مالية للبحث والتطوير.
- 7- ضرورة توجيه أعضاء مجالس الكليات على تحديد المشاكل ومعالجتها من خلال تكينهم وتوفير المعلومات الازمة لتشخيص المشاكل وسبل إدارتها.
- 8- ضرورة استثمار العلاقات القوية بين المتغيرات الرئيسية والفرعية على المستوى الكلي والجزئي وتوجيهها إلى خدمة الجامعات المبحوثة مع ضرورة توثيق العلاقة بين الوعي الاستراتيجي الخارجي وتحمل المخاطرة.

المصادر

1. أبو ردن، إيمان بشير محمد، (2005)، التوجه الاستراتيجي وأثره في مجالات التغيير: دراسة استطلاعية في بعض الشركات الصناعية في مدينة الموصل، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل العراق.
2. أميرة، محاط (2014)، أثر البيقotte الاستراتيجية في تحسين الأداء التسويقي: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر- فرع ميلة، رسالة ماجستير مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسويق، فرع تسويق المنظمات.
3. بلبصير، خميدة، (2009)، البيقotte الاستراتيجية كأساس جديد لدعم القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم التسويق، كلية العلوم- الاقتصاد والتجارة وعلوم التسويق، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
4. بن يحيى، سهام، (2005)، الصحافة المكتوبة وتنمية الوعي البيئي في الجزائر: دراسة تحليلية، المضمون صحيفتين وطنيتين. رسالة ماجستير علم الاجتماع والتربية، جامعة منوري قسنطينة، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا.
5. جبار، دلشاد حبيب، (2013)، دور عوامل البيئة والتخطيط المالي في تعزيز الأداء المالي: دراسة استطلاعية لآراء القيادات الإدارية في عينة من المصادر الأهلية في إقليم كردستان العراق. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة زاخو.
6. الحدراوي، رافد حميد، الذبواحي، عامر عبدالكريم، الزبيدي، حيدر حمودي، (2020)، دور الوعي الاستراتيجي في تحقيق الاستدامة التنظيمية: دراسة استطلاعية في معمل إسماعيل النجف الأشرف، كلية الإدارة والاقتصاد- جامعة الكوفة.
7. شاكر، ريناس أبو Baker، (2016)، الاستشعار البيئي ودوره في تحقيق أبعاد المنظمة الذكية دراسة استطلاعية لآراء القيادات الإدارية في عينة من الجامعات الخاصة في إقليم كردستان العراق. رسالة ماجستير، وهي جزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال من مجلس كلية الإدارة والاقتصاد جامعة زاخو.
8. 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 الإسمنت، أطروحة دكتوراه في كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء.
9. عفيف، سهام، (2018)، أثر التعلم التنظيمي على التجديد الاستراتيجي: دراسة حالة في جامعة العربي بن مهيدى، رسالة ماجستير- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسويق.

10. كوللي، ميهان شريف يوسف وسدي، مهابات محسن طاهر (2021)، الوعي الاستراتيجي ودوره في تحقيق متطلبات التجديد الاستراتيجي، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة زاخو، المجلد (9)، العدد 3، العراق.

- 1- Albert , D. , (2013) , Strategic Renewal of Activity Systems , Dissertation for Ph.D. Degree in Management , University of St. Gallen , Switzerland .
- 2- Amo , Willy Bjorn , (2005) , Employee innovation behavior : unpublished PH.D. Dissertation , Bodo Graduate School of Business , Bodo Regional University Norway .
- 3- Apilo , Tiina , (2010) , A Model for corporate renewal : Requirements for innovation management , Thesis for the degree of Doctor of Science Technology , University of Technology , Lappeenranta , Finland on the 15th of December
- 4- Ar - Raimondo , Alessia Di , (2013) , Linking Exploration & Exploitation to the Venture Capital Industry An investigation on the rationales adopted : decision making , & performance , unpublished , PH.D. Dissertation , University of Catania.
- 5- Bowman, S, (2017). The Magic of Strategic Awareness, [available online],
- 6- Dahir., S and Dahir., S, (2020), Modeling of strategic thinking enablers: a modified total interpretive structural modeling (TISM) and MICMAC approach, The Society for Reliability Engineering, Quality and Operations Management (SREQOM), India and The Division of Operation and Maintenance, Lulea University of Technology, Sweden.
- 7- Ensley, M.D. and Pearce, C.L. (2001), "Shared cognition in top management teams: implications for new venture performance", Journal of Organizational Behavior, Vol. 22 No. 2, pp. 145-60
- 8- Fehr, Dietmar & Huck, Steffen, 2014. "Who knows it is a game? On strategic awareness and cognitive ability," Discussion Papers, Research Unit: Economics of Change SP II 2013-306r, WZB Berlin Social Science Center.
- 9- Hitt . , A. , Michael Ireland , R. , Duane and Hoskisson , Robert , (2011) , Strategic Management Competitiveness and Globalization , 9th Edition , south Western Gang And Learning , Canada .
<https://www.linkedin.com/pulse/magic-strategic-awareness-part-ii-what-sets-awareleaders-bowman>
- 10- Jal - Khatib , Muna , Mahmoud , (2018) , Strategic Awareness and its Impact on Strategic Risks : The Moderating role of Open Book Management Practices , Afield on Study on the Fuel Distributer Companies in Jordan , Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for Master Degree in Business Management Department of Management , Faculty of Business , Middle East University
- 11- Jansen , J. , J. , Peter , (2005) , Ambidextrous Organizations : A Multiple – Level Study of Absorptive Capacity- Exploratory & Exploitative Innovation and Performance , unpublished , Ph.D , Dissertation , (ERIM) , Erasmus University - Rotterdam .
- 12- Jearey , A. , d . , (2012) , investigating the relationship between interpersonal trust & innovation within a petrochemical organization : unpublished Master thesis , North - West University ,
- 13- Mei , Maggie , Qiuzhu , (2014) , learningto Innovate , The role of ambidexterity Standard & decision process : PH.D. School in Economics & Management , Copenhagen Business School , 1st edition , Copenhagen .
- 14- Mihalache . , O. , Radu , (2012) , Stimulating Firm Innovativeness : Probing the interrelations between managerial & organizational determinants , unpublished
- 15- Mishina . , O. , (2016) , The Linkage between Organizational Learning & Strategic renewal : A Case Study Within the Fishing Industry , Thesis for Master Degree in Management ,



University College of Southeast Norway- Notodden , Norway PH . D , Dissertation , the Erasmus School of Economics at the Erasmus University Rotterdam - Netherlands .

- 16- Rajes , Marttin , (2013) , A Behavioral Theory of Strategic Renewal , The Impact of Performance Feedback and Organizational Learning on Strategic Renewal Actions : Dissertation for Ph.D. Degree in Management . University of St , Gallen- Switzerland .
- 17- Yigit , Mert , (2013) , Organizational Ambidexterity : Balancing Exploitation and Exploration in Organizations , Master in Innovation , Entrepreneurship and Business Development - Blekinge Institute of Technology , School of Management
- 18- Young, J. H. (2017). Mindfulness-based strategic awareness training: A complete program for leaders and individuals. Wiley Blackwell.

