تأثير الوعي الاستراتيجي على السيادة الاستراتيجية عبر الدور الوسيط للتعلم الاستراتيجي – دراسة اختبارية لآراء عينة من تدريسي الجامعات الأهلية في محافظة البصرة / العراق

أ.د. ميثاق هاتف الفتلاوي	م.م. مناف عبد الكاظم القطان	م.م. حسين علي عبد الله
جامعة كربلاء	جامعة كربلاء	جامعة كربلاء
كلية الادارة والاقتصاد	كلية الادارة والاقتصاد	كلية الادارة والاقتصاد

P: ISSN : 1813-6729
E : ISSN : 2707-1359

http://doi.org/10.31272/JAE.43.2020.126.3

تأريخ أستلام البحث :23//2020 مقبول للنشر بتأريخ :15/9/2020

المستخلص

الهدف من البحث الحالي هو معرفة الدور الوسيط لمتغير التعلم الاستراتيجي في العلاقة ما بين الوعي الاستراتيجي والسيادة الاستراتيجية في الجامعات الاهلية على مستوى محافظة البصرة ، من خلال تساؤلات بحثية مفادها يوضح توجهات البحث لاستكشاف مدى توسط التعلم الاستراتيجي في العلاقة بين الوعي الاستراتيجي والسيادة الاستراتيجية اهمها الدور الوسيط للتعلم الاستراتيجي في العلاقة بين متغير الوعي الاستراتيجي ومتغير السيادة الاستراتيجية ، ولاتمام تحقيق اهداف البحث تم اختيار مجموعة من الفرضيات . وكانت عينة البحث مكونة من (104) فرداً ينتمون الى الجامعات الاهلية في البصرة . وتم معالجة هذه البيانات احصائياً بالاعتماد على عدة وسائل احصائية ، اذ توصل البحث الى مجموعة من النتائج ابرزها يلعب التعلم الاستراتيجي بأبعاده مجتمعة دوراً وسيطاً في العلاقة بين متغير الوعي الاستراتيجي بأبعاده مجتمعة ومتغير السيادة الاستراتيجية بأبعادها المجتمعة في الجامعات الأهلية عينة البحث ، إضافة إلى أن متغير الوعي الاستراتيجي بأبعاده يؤثر بشكل ايجابي على كل من التعلم الاستراتيجي والسيادة الاستراتيجية، وأن التعلم الاستراتيجي بأبعاده يؤثر في السيادة الاستراتيجية للجامعات محل البحث. وقد أوصى البحث بضرورة الاستثمار في أبعاد الوعي الإستراتيجي من قبل الجامعات الأهلية في محافظة البصرة / العراق للاستفادة من انعكاساته في تحقيق السيادة الاستراتيجية وتطوير التعلم الاستراتيجي.

الكلمات الدالة: الوعي الاستراتيجي ؛ التعلم الاستراتيجي ؛ السيادة الاستراتيجية ؛ الجامعات الأهلية ؛ العراق

مجلة الادارة والاقتصاد
العدد 126 / كانون الاول/ 2020
الصفحات : 26-42

المقدمة

في إطار التطور الحاصل في بيئة الاعمال على المستويين المحلي والدولي، وفلسفة نظم الحكم الجديدة والظواهر العالمية الجديدة من خصخصة وعولمة وتطور تكنولوجي، فأن مداخل وعمليات الادارة الاستراتيجية تعتبر حاكمة في هذا الجانب ، ومن اهم العوامل التي تساعد على نشر هذه الاهداف الاستراتيجية هي التكامل والتناسق والتناغم بين اقسام المنظمة وافرادها بما يحقق رؤيتها ورسالتها ، ففي ظل التحديات والظروف التي تمر بها منظماتنا اليوم من تحولات متسارعة وتغييرات تكنولوجية، وتزايد اهتمام المنظمات بالنمو وكسب الأفراد الموهوبين والحفاظ عليهم، فضلا عن إدراكها لأهميتها في تحقيق التفوق، مما ولد مفاهيم استراتيجية جديدة ذات أهمية بالغة في مستقبل المنظمات عموما، ومن أبرز تلك المفاهيم السيادة الاستراتيجية كونها تبحث في كيفية تحقيق السيادة في الأسواق من منظور استراتيجي بعيد المدى، لاسيما إن تلك المنظمات تحاول دوماً تقليل الضغط التنافسي وصولاً إلى حالة الاستقرار واضافة الى ذلك فأن السيادة الاستراتيجية تعطي المنظمة القدرة على تحديد استراتيجية فريدة من نوعها وموقع تنافسي لها وذلك عبر تأسيسها لقواعد وآليات ، ويتم النظر هنا إلى طبيعة التداخل بين قوة التهديد في البيئة بالاستناد الى نقاط الضعف في المنظمة، وكذلك تحديد أسلوب تركيز المنظمة بالاستناد إلى الضعف في المنظمة على مجالات قليلة رئيسية من قوتها لتشكل القاعدة الأساسية للاستراتيجية المختارة، التي يعد التعلم الاستراتيجي موجهاً لها إذ يعد التعلم الاستراتيجي بأنه قدرة عالية المستوى تمتلكها المنظمة في مجال معالجة المعرفة الاستراتيجية المكتسبة من البحث الخلّاق وبما يخدم تجديد الاستراتيجيات،وهو منهجاً متكاملاً لبناء القدرات الاستراتيجية وتطويرها بما يمنح المنظمة الفرصة لإنتاج معرفة الجديدة . ولتحقيق اهداف البحث قسم الى اربع محاور ، تناول الاول منهجية البحث ، في حين تناول الثاني الاطار النظري للبحث ، واهتم الثالث بالجانب العملي للبحث ، واختتم المحور الرابع بالاستنتاجات والتوصيات .

المحور الاول : منهجية البحث

اولا : مشكلة البحث

يمكن توضيح مشكلة البحث في خلال ثلاثة جوانب ، الاول المشكلة الفكرية في تفسير علاقة الوعي الاستراتيجي والسيادة الاستراتيجية والدور الوسيط لمتغير التعلم الاستراتيجي في تلك العلاقة ، فضلاً عن الجدل الفكري لا يزال قيد التشكيل والتنظير حول متغيرات البحث الحالي مما دفع الباحثين للخوض في بناء الاطار الفكري لتلك المتغيرات ، اما الجانب الاخر ينطلق بمما لمسه الباحثين بمستوى الاهتمام بمتغيرات البحث ضمن العينة المبحوثة الاتي توضح للباحثين من خلال الاطلاع الميداني بوجود اهتمام ضعيف بمتغيرات البحث باعتبار ان التعلم الاستراتيجي متغيراً وسيطاً للعلاقة بين الوعي الاستراتيجي والسيادة الاستراتيجية، فضلا عن محدودية تبني هذه الموضوعات في المؤسسات العراقية والتي بضمنها الجامعات الأهلية، ولدواعي عدم تفويت فرصة الافادة من معطياتها، ومن أجل تجسيدها عملياً، جاء هذا البحث لبيان الدور الوسيط للتعلم الاستراتيجي في العلاقة بين الوعي الاستراتيجي والسيادة الاستراتيجية من وجهة نظر مجموعة من تدريسي الجامعات الأهلية في محافظة البصرة. اما الجانب الاخير فيهتم بتحويل تلك التصورات المتشكلة لدى الباحثين الى تساؤلات ، واستناداً لما تم ذكرة سابقا، تم تحديد مشكلة البحث بما يأتي

1- هل يلعب التعلم الاستراتيجي بأبعاده مجتمعة الدوراً الوسيط في العلاقة ما بين الوعي الاستراتيجي بأبعاده مجتمعة والسيادة الاستراتيجية بأبعادها المجتمعة في الجامعات الأهلية في البصرة / العراق.
2- ما المستوى الذي يؤثر فيه الوعي الاستراتيجي بأبعاده المختلفة (الوعي الخارجي، الوعي الداخلي، الوعي بالوضع الراهن والوعي بالوضع المستقبلي) للجامعات الأهلية في البصرة / العراق؟
3- ما المدى الذي يؤثر فيه التعلم الاستراتيجي بأبعاده (توليد المعرفة ، توزيع المعرفة ، تفسير المعرفة وتنفيذ المعرفة) للجامعات الأهلية في البصرة ؟
4- ما مستوى تحقيق السيادة الاستراتيجية بأبعادها (نطاق النفوذ ، الضغط التنافسي والبناء التنافسي) للجامعات الأهلية في محافظة البصرة ؟
5- ما هو مستوى واتجاه علاقات التأثير والارتباط بين متغيرات البحث .
6- ما هو حجم التأثير للمتغير الوسيط (التعلم الاستراتيجي) في العلاقة بين الوعي الاستراتيجي والسيادة الاستراتيجية .

ثانياً : أهمية البحث

تتعلق اهمية البحث بثلاث مجالات ، يدور المجال الاول حول الاهمية الفكرية والفلسفية لمتغيرات البحث الثلاثة ، اذ تناول الباحثين هذه المتغيرات في البحث والتحليل وما زال هذا الاهتمام مستمراً مما يشكل حافزاً للباحثين الاخرين من الغوص في دراسة هذه المتغيرات ، اما المجال الثاني فيتعلق في بيئة التطبيق الاتي تعد

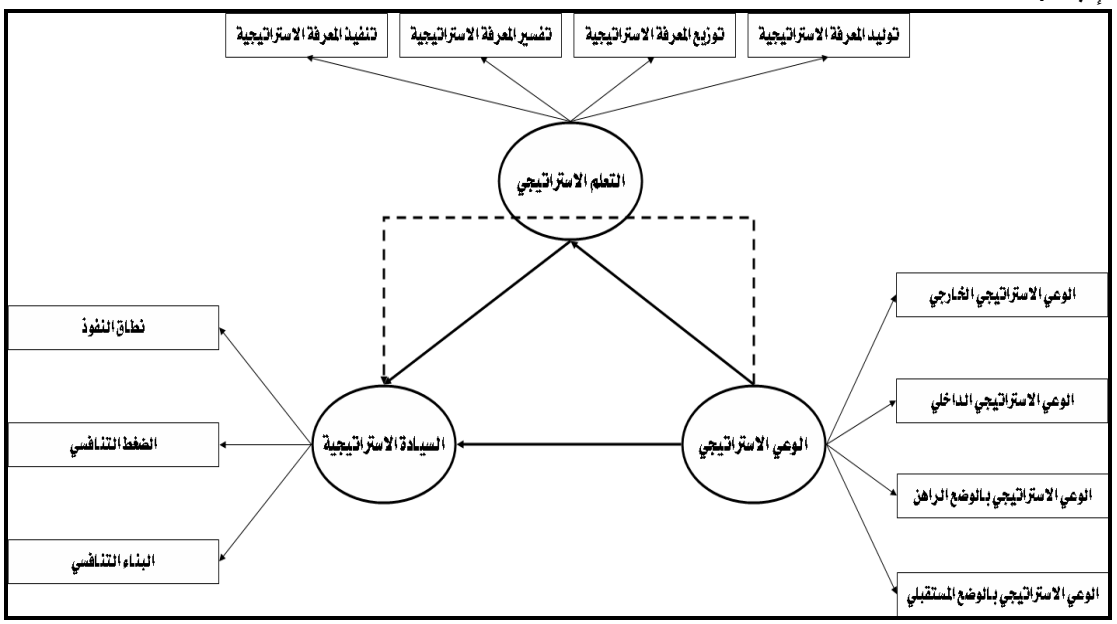
المحور الاساسي لجميع المؤسسات (العامة – الخاصة) بالملاكات المؤهلة مهارياً وفكرياً ونفسياً ، وهذا يتطلب توفير بيئة ومناخ خالي من جميع الاثار السلبية التي تؤثر على العمل في هذه المؤسسة وهذا ينعكس على جودة المخرجات ، اما الجانب الثالث فيتعلق بإمكانية مساهمة البحث الحالي بأثراء الجانب المعرفي لموضوعات تفتقر اليها المكتبة العربية والعراقية ومنها موضوع الوعي الاستراتيجي والتعلم الاستراتيجي والسيادة الاستراتيجية ، وهذا الاثراء لا يقتصر على الجوانب الفكرية للمتغيرات وانما يتطرق الى طبيعة العلاقات المحتملة بينها من خلال الاسناد الى التحليل المنطقي للاختبار العملي لجملة من الفرضيات . وكما يعد هذا البحث اضافة الى الامتداد المعرفي للبحوث السابقة التي تناولت هذه المتغيرات من خلال تسليط الضوء على طبيعة المعرقلات التي تحكمها ، كما يؤمل ان يفيد هذا البحث المؤسسات التعليمية في بلدنا العزيز بشكل عام والجهات المسؤولة في عينة البحث بشكل خاص في تكوين اطار متكامل يمكن الاعتماد عليه في معرفة نقاط القوة والضعف حول متغير الوعي الاستراتيجي ومتغير التعلم الاستراتيجي فضلاً عن اهمية توافر قدرات للسياده الاستراتيجية ومن ثم الاسهام في المعالجة والتحسين نحو الأفضل .

ثالثاً : أهداف البحث

1. بيان مستوى توافر الوعي الاستراتيجي في الجامعات الأهلية عينة البحث .
2. بيان مدى انتشار التعلم الاستراتيجي الجامعات الأهلية في البصرة .
3. تحديد مستوى السيادة الاستراتيجية للجامعات الأهلية في محافظة البصرة / العراق.
4. بيان الدور الذي يلعبه متغير التعلم الاستراتيجي في العلاقة ما بين متغير الوعي الاستراتيجي ومتغير السيادة الاستراتيجية في الجامعات الأهلية في محافظة البصرة / العراق

رابعاً : المخطط البحث وفرضياته

يوضح الشكل (1) مخطط البحث والذي يبين مجموعة من المتغيرات المكونة للبحث الحالي بحيث يعطي تطوراً أولياً عن مجموعة من علاقات الإرتباط والتأثير بين متغيرات الحالية للبحث والتي ستكون في صورة كمية واتساقا مع مشكلة البحث وأسئلتها ومخططها تم صياغة فرضية البحث على أساس فرضية الإثبات.



الشكل (1)
مخطط البحث الفرضي

المصدر : من اعدد الباحثين

خامساً : فرضيات البحث

1- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الوعي الاستراتيجي والتعلم الاستراتيجي .
2- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين متغير التعلم الاستراتيجي والسيادة الاستراتيجية .
3- يوجد تأثير ذات دلالة معنوية احصائية بين متغير الوعي الاستراتيجي و متغير التعلم الاستراتيجي .
4- يوجد تأثير ذات دلالة معنوية احصائية بين متغير التعلم الاستراتيجي والسيادة الاستراتيجية .
5- يتعاظم تأثير الوعي الاستراتيجي في تحقيق السيادة الاستراتيجية عبر الدور الوسيط للتعلم الاستراتيجي.

سادساً : التعريفات الاجرائية

1- **الوعي الاستراتيجي** : هو نظام دقيق تهدف المؤسسة من خلاله إلى تكوين نظرة شاملة عن بيئتها الداخلية والخارجية بهدف تحديد وضعها الداخلي والتنبؤ بوضعها المستقبلي .
2- **التعلم الاستراتيجي** : هو النتائج النهائية التي تتوصل اليها المنظمة بعد مراجعتها لحالات النجاح والاخفاق التي شهدتها المنظمة جراء الريادة التي تمارسها الى الان .
3- **السيادة الاستراتيجية** : هي المقدرة التي تتمتع بها المنظمة على رسم نطاق نفوذها بالأسواق وإدراك متطلبات ورغبات الزبائن والاستيلاء عليهم في هذه الأسواق والسيطرة على مضامين المنافسة.

سابعاً : حدود البحث

الحدود المكانية: الجامعات الأهلية بمحافظة البصرة بالعراق.

الحدود البشرية: إن الحدود البشرية لهذا البحث تتمثل في التدريسيين العاملين في الجامعات الأهلية في محافظة البصرة والذين كان عددهم 104 تدريسياً .

الحدود العلمية: إعتمد الباحثين في تحديد وقياس الوعي الاستراتيجي بأبعاده بالاستناد إلى Pencarelli, et al., (2009). أما ما يتعلق بقياس التعلم الاستراتيجي بأبعاده فقد تم الإستناد إلى Sirén (2012) ؛ Idris & AL-Rubaie (2013) و AL - Jawazneh and AL – Awawdeh (2016). وأخيراً، ما يتعلق بقياس متغير السيادة الاستراتيجية بأبعادها تم الإعتماد على D'Aveni (2001)؛ Robert (2001)؛ العابدي والموسوي (2014) و AL-Zu'bi (2017).

الحدود الزمانية : اتساقاً مع مضامين البحث الحالي ، فقد تضمنت الحدود الزمانية للبحث ثلاث فترات زمنية : فترة الاستطلاعات الاولية للجامعات الاهلية ،. قدر تعلق الامر بموضوع البحث والتي امتدت من (2019/7/15) الى (2019/8/10) . اما الفترة الثانية المرتبطة بالتأطير الفكري وبتطبيق البحث الميدانية التي امتدت من (2019/8/15) الى (2020/1/15) . اما الفترة الثالثة والاخيرة التي اهتمت بالتحليل الاحصائي ونتائج البحث والتي امتدت من (2020/1/20) الى (2020/2/10) .

المحور الثاني : الإطار النظري

(1) الوعي الاستراتيجي

يعد الوعي الاستراتيجي أحد أكثر المبادئ المقبولة في النماذج التقليدية للأعمال والتي هي بحاجة إلى المزيد من العمل والدراسة (Lindman, et al., 2001 : 45-64). فقد عرف الوعي الاستراتيجي بأنه عملية جمع واستخدام المعلومات التي تتعلق بالأحداث والمتغيرات البيئية وعلاقة المؤسسة ببيئتها الخارجيه وتقديم المعرفة لدعم المدراء في رسم وتخطيط مستقبل المنظمة (Pencarelli, et al., 2009 : 81). أما Davis, et al., (322 : 2012) فقد أوضح بأن الوعي الاستراتيجي يمثل نظام دقيق يكون هدف المؤسسة من خلاله تكوين نظرة شاملة عن بيئتها الداخلية والخارجية بهدف تحديد الوضع الحالي والتنبوء بالوضع المستقبلي للمنظمة.

ووفقاً لذلك، فإن الوعي الاستراتيجي للمنظمات يهدف إلى التنبوء بالفرص ومحاولة تحسينها واستغلالها وتجنب المحددات وآثارها إضافة إلى تشخيص وتحديد افضل الممارسات التي تخدم المنظمات وإستراتيجياتها بما يضمن التفوق على المنافسين، وأخيراً تقييم مركز المنظمة الحالي والمستقبلي (Pencarelli, et al., 2009 : 81-98). وقد حدد (Dyczkowska & Dyczkowski , 2015 : 432) بأن الوعي الاستراتيجي يمكن المنظمة من التنبؤ بالعراقيل المستقبلية التي من المحتمل أن تواجهها ، ولهذا فأنه يعد وسيلة استراتيجية تقود المنظمات للتعرف على الفرص والتهديديات ومناطق النفوذ التي من الممكن للمنظمات استغلالها لتحسين مركزها التنافسي.

وقد اشار (Pencarelli, et al., 2009) الى ان الوعي الاستراتيجي يمكن قياسه من خلال الابعاد الاتية :

أ- **الوعي الاستراتيجي الخارجي** : الذي يشير إلى إدراك المنظمة للتغيرات في التشريعات ومعدل النمو السكاني والأجور ومعدل الرواتب من أجل توفير الخدمات والمنتجات للفرص المتاحة في السوق ومحاولة التقليل من تهديدات السوق قدر الامكان .
ب- **الوعي الاستراتيجي الداخلي** : هو قدرة المنظمة على تلبية متطلبات العملاء باستخدام مواردها وخبراتها ومعرفتها لاكتساب ميزة تنافسية. الوعي الاستراتيجي بالوضع الراهن الذي يبين التنوع في المنظمة من حيث الموظفين والمحافظة على جودة المنتجات عن طريق إجراء دراسات السوق المستمرة والحصول على استجابات من عملائها.
ت- **الوعي الاستراتيجي بالوضع الراهن** : على رواد الاعمال فهم ومعرفة وادراك اين هم الان وما هو الموقف الذي يشغلونه ويسيطرون عليه في سوق الاعمال (الحصة السوقية) .

ث- **الوعي الاستراتيجي بالوضع المستقبلي**: بعد ان تم تحديد وادراك الوضع الحالي ، على المدراء التفكير في تحديد المسارات الاستراتيجية التي يجب ان يتخذاتها بالإضافة الى فهم كيفية الوصول اليها في المستقبل مع مراعات او الاخذ بنظر الاعتبار التغييرات الحاصلة في البيئة لتحديد تلك المسارات .

ويرى الباحثين ان الوعي بالوضع المستقبلي الذي يعكس قدرة المنظمة على تحسين السيناريوهات الاستراتيجية ووضع الموازنات اللازمة لذلك لتحقيق أهداف المنظمة المستقبلية.

(2) التعلم الاستراتيجي Strategic Learning

يعد التعلم الاستراتيجي أحد مكونات العقل الاستراتيجي . فالإهتمام بتنظيم التعلم الاستراتيجي حسب قواعد معينة تلائم المنظمات لتحويلها إلى منظمات تعلم على نحو يساعدها على الإستجابة لطلبات المتعاملين معها، وكذلك الإهتمام بآليات تبادل المعلومات وإدارة الشراكة الاستراتيجية في بيئة المنافسة، يعتمد على تشخيص مجالات إستثمار التعلم الاستراتيجي بأبعاده التي تحتاجها تلك المنظمات (الطائي والخفاجي، 2009). وقد حدد التعلم الاستراتيجي بأنه المحصلة النهائية التي تتوصل اليها المنظمة بعد مراجعتها لحالات النجاح والاخفاق التي شهدتها المنظمة جراء الريادية التي مارستها وما تزال (Anderson, et al., 2009). كما أنه مقدرة المنظمة على معالجة ما تشكّل لديها من معلومات استراتيجية والتوصل الى مخرجات معرفية تستخدمها لتحديث استراتيجياتها وتعزيز مقدرتها على الاحتفاظ بمركزها التنافسي في السوق (Siren, 2012).

ووفقاً لذلك، أكد (Anderson, et al., 2009) بأن أهمية التعلم الاستراتيجي تُمكن من تجسيد القيمة الإستراتيجية للمنظمة، إضافة إلى قدرته على تزويد المنظمة بسلسلة من الآليات التي تحقق من خلالها مزايا عديدة يجدها المنافسون صعبة التقليد. فيما حدد(Siren, 2012) أهمية التعلم الاستراتيجي بأنه يساعد المنظمة من خلال التعرف بسرعة على التغيرات في البيئة واغتنام الفرص المتاحة فيها، ويدعمها في تحقيق التكيّف طويل الأجل إضافة إلى تمكين المنظمة من تعديل أهدافها واجراءاتها واستراتيجياتها الحالية وتطوير استراتيجيات جديدة تجعلها قادرة على التميز والمنافسة. ويضيف (Bryson , 2018) إلى الأهمية السابقة، بان التعلم الاستراتيجي يساعد المنظمة على التعرف إلى الحالة التي يجب أن تكون عليها رؤية المنظمة واهدافها من حيث المثالية والواقعية وإمكانية تحقيقها، والعمل على تحسين مستوى الأداء الابداعي والسوقي للمنظمة (Cabrilo and Dahms, 2018). وبهدف قياس مستوى التعلم الاستراتيجي تم الاعتماد على مقياس(Sirén, **2012**) و (Idris & AL-Rubaie ,2013) و AL - Jawazneh and AL – Awawdeh , 2016) والتي تتضمن مايأتي:

أ- **توليد المعرفة الاستراتيجية** : التي تعكس قيام المنظمات بالبحث عن المعلومات والمعرفة التى تريدها سواء كانت عملية البحث عنها من المصادر الداخلية او الخارجية

ب- **توزيع المعرفة الاستراتيجية** : التي تبين قدرة المنظمات على إتاحة المشاركة فى المعرفة أو وضعها فى إطار نظام وإجراءات تسمح بتوزيعها على كافة المهتمين بها . ويمكن تفسير المعرفة الاستراتيجية بأنها العملية التي يتم من خلالها إعطاء معنى جديد للمعلومات وفهم مشترك من قبل العاملين في المنظمات .

ت- **تنفيذ المعرفة الاستراتيجية** : التي تجعل من المعرفة أكثر ملائمة للاستخدام فى تنفيذ أنشطة المنظمات وجعلها أكثر ارتباطاً بالمهام التى تقوم بها .

وخلاصة لما تقدم يرى الباحثين بأن التعلم الاستراتيجي هو الطرق الذهنية التي يستعملها المتعلمون والتي تساعدهم في اكتساب (توليد) وتوزيع وتنفيذ انواع مختلفة من المعرفة ، وهي بدورها تساعد المتعلم على تنظيم وتخزين المعلومات في الذاكرة ، اي بمعنى اخر ان التعلم الاستراتيجي هو بمثابة خطط موجهة لأداء المهام بطريقة اكثر كفاءة .

(3) السيادة الاستراتيجية

تزايد الإهتمام من قبل المنظمات وخصوصاً منظمات الأعمال في السنوات الأخيرة بمفهوم السيادة الاستراتيجية وتحقيقها من خلال بلورة وتبني مدخل استراتيجي يوائم التغيير في بيئات الأعمال المختلفة من بيئة مستقرة إلى بيئة سريعة التغير وما تتضمنها من منافسة عالية وظروف بيئية تتسم باللاتأكد العالي وضرورة الإستجابة للتغييرات البيئية التي تواجهها المنظمة لاسيما تقليل الضغط التنافسي لكي تصل إلى حالة من التوازن والإستقرار (D'Aveni, 2004).

فقد عُرفت السيادة الاستراتيجية بأنها قدرة المنظمة على جعل المنافسين يقومون بما تسعى إليه وتعزيز القيمة المقترحة من قبلها (D'Aveni, 1999). وأكد Strikwerda & Rijnders (2002) على أن السيادة الاستراتيجية تمثل هياكل عملية لتحديد نطاق نفوذ المنظمة من خلال تبنيها الاستراتيجية المناسبة لكل جزء من نطاقات النفوذ المحددة. أما (العابدي والموسوي ،2014) فقد عد السيادة الاستراتيجية بأنه قدرة المنظمة على رسم نطاق نفوذها بالأسواق وإدراك متطلبات ورغبات الزبائن والاستيلاء عليهم في هذه الأسواق والسيطرة على مضامين المنافسة. وبصدد أهمية السيادة الاستراتيجية، فقد أوضح (Thomas & D'Aveni , 2009)

بأنها تُمكن من تقدير العلاقة بين اضطراب البيئة والنماذج الاستراتيجية المناسبة وفهمها بما يمكن من صياغة الاستراتيجيات بشكل أفضل، والقدرة على تشكيل نطاق المنافسة وقواعدها في أي وقت والتحكم به وتحقيق الاستقرار في البيئة من خلال وضع حواجز تمنع دخول المنافسين للصناعة. فيما عبر(AL-Zu'bi , 2017) عن أهمية السيادة الاستراتيجية بكونها توفر إطاراً لتصور كيفية تفاعل المنظمة متعددة المنتجات والمواقع بنجاح وبشكل استباقي مع المنظمات الرائدة الأخرى في المساحة التنافسية من أجل تحقيق النفوذ والسيطرة. وبهدف قياس مستوى السيادة الاستراتيجية تم الاعتماد على كل من (D'Aveni , 2001)؛ Robert , (2001)؛ (العابدي والموسوي ،2014) و(AL-Zu'bi , 2017) والتي تتضمن الاتي :

أ - **نطاق النفوذ** : الذي يمثل المحفظة المتكاملة من منتجات المنظمة ضمن نطاقها الجغرافي، بما يحقق لها السيادة الاستراتيجية من خلال تطوير رؤية مستقبلية لتوجيه الموارد حول محفظة منتجات المنظمة مواكبة التعامل مع كافة التهديدات التنافسية من قبل المنافسين وكبح جماحهم والتغلب على الضغوط التنافسية من قبل المنافسين .

ب- **الضغط التنافسي** : الذي يمثل سلسلة مستمرة من المنافسة الحادة، وعادة تقاس بالحصة السوقية لكل منظمة في الصناعة.

ت-**البناء التنافسي :** الذي يشير إلى القدرة على إنشاء هيكل صناعة لتحالفات كبيرة وأهداف تعكس النظرة العالمية للفضاء التنافسي

المحور الثالث : الجانب العملي

اولا: فحص اداة قياس البحث واختبارها

تتعلق هذه بالتأكد من مدى مصداقية مقياس البحث ومدى الثبات في فقراته، اذ تعد هذه الخطوة الممهدة للقيام بعملية الوصف الاحصائي ومن ثم اختبار فرضيات البحث.

1. ترميز متغيرات البحث ووصفها

تشكل هذه الفقرة ضرورة لتسهيل مهمة قراءة المتغيرات والتعرف عليها خلال عملية اجراء التحليل الاحصائي للبيانات المستخرجة من الاستبانة، اذا يوضح الجدول (1) رموز تلك المتغيرات وابعادها وعدد الفقرات في كل بعد ومصدر المقياس المعتمد وكما يلي:-

جدول (1)

الترميز والتوصيف

ت	المتغير	البعد الفرعي	عدد العبارات	الرمز	المصدر
1	الوعي الاستراتيجي	1. الوعي الاستراتيجي الخارجي	5	E	Pencarelli, et al., 2009
		2. الوعي الاستراتيجي الداخلي	5	I	
		3. الوعي الاستراتيجي بالوضع الراهن	5	P	
		4. الوعي الاستراتيجي بالوضع المستقبلي	5	F	
2	التعلم الاستراتيجي	1.توليد المعرفة الاستراتيجية	5	N	(Sirén, 2012) (Idris & AL-Rubaie ,2013) (Al- Jawazneh & Al Awawdeh , 2016)
		2. توزيع المعرفة الاستراتيجية	5	D	
		3. تفسير المعرفة الاستراتيجية	5	EX	
		4. تنفيذ المعرفة الاستراتيجية	5	IM	
3	السيادة الاستراتيجية	1.نطاق النفوذ	5	PW	(D'Aveni , 2001) (Robert , 2001) (العابدي والموسوي ،2014) (AL-Zu'bi , 2017)
		2.الضغط التنافسي	5	S	
		3.البناء التنافسي	5	B	

المصدر: اعدد الباحثين بالاعتماد على الادبيات السابقة

2. اختبار اداة قياس البحث:

شكلت الاستبانة الاداة الرئيسة لقياس متغيرات البحث وتحديد مستوى الاستجابة التي يحددها الافراد عينة البحث. وبسبب الاهمية التي تحتلها اداة القياس فلابد من اجراء الاختبارات التالية للتأكد من دقة وصحة البيانات التي يتم الحصول عليها، وقد تم الاعتماد على مدرج (Likert) الخماسي.

أ. الصدق البنائي التوكيدي لأداة القياس

من اجل ان يتحقق الباحثين من الصدق البنائي التوكيدي لأداة القياس تم استخدم اسلوب التحليل العاملي التوكيدي (CFA) ويعد هذا التحليل أحد تطبيقات نمذجة معادلة الهيكلية (Structural Equation Modeling)

واعتمد في تطبيق هذا الاسلوب على البرنامج الاحصائي (Amos. V.20). وتتمثل اهمية هذا التحليل في تحقيق الاجابة عن التساؤلين (هل ان البيانات التي تم الحصول عليها من عينة البحث تتلائم وتنسجم مع النموذج الفرضي للقياس ؟ و (هل ان نموذج القياس المستخدم "مقياس الوعي الاستراتيجي، والتعلم الاستراتيجي، والسيادة الاستراتيجية" يتكون بشكل فعلي ومؤكد من الابعاد المحددة، وهل الفقرات التي تتضمنها هذه الابعاد تتصف بالصدق ومقبولة احصائياً؟) وحتى يستطيع الباحثين من الاجابة على التساؤلات اعلاه فانه يجب ان يكون هناك عنصر مقارنة احصائي مع النتائج التي تستخرج من التحليل العاملي التوكيدي، وذلك يتم من خلال ما يسمى احصائيا بمؤشرات جودة المطابقة وقيم الاوزان (التشبعات) المعيارية الظاهرة على الاسهم، اذ تعرف هذه القيم بمعاملات الصدق البنائي والتي كلما كانت اكبر من (0.40) دل ذلك على صدق الفقرة، وفي ضوء ذلك يتم قبول الانموذج المفترض للبيانات او رفضه، وكما موضح في الجدول (2)

جدول (2)

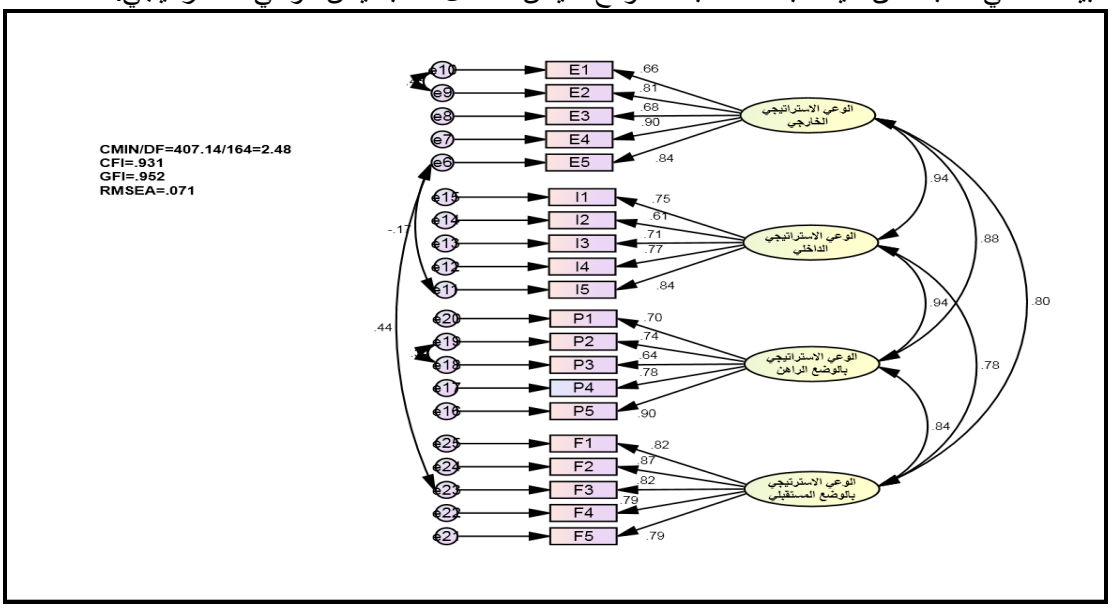
مؤشرات وقاعدة جودة المطابقة لمعادلة النمذجة الهيكلية

ت	المؤشرات	*قاعدة جودة المطابقة*
-1	النسبة بين قيم x^2 ودرجات الحرية *df*	*اقل من* 5
-2	حسن المطابقة *Goodness of Fit Index (GFI)*	*اكبر من* 0.90
-3	مؤشر المطابقة المقارن *Comparative Fit Index (CFI)*	*اكبر من* 0.95
-4	▪ مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي: *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*	*بين* 0.05-0.08

Source: Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). (Multivariate Data Analysis) 7th ed., Prentice Hall, Upper Saddle.

اولا: الصدق البنائي التوكيدي لمقياس الوعي الاستراتيجي

تشير مؤشرات جودة المطابقة الظاهرة في اسفل الشكل (2) الى صحة افتراض أن الـ (20) عبارة تقيس بنية (الوعي الاستراتيجي من خلال ابعادها الاربعة). كما تبين من خلال الأوزان الانحدارية المعيارية الظاهرة على الاسهم التي تربط المتغيرات الكامنة (المتغيرات التي تكون غير قابلة للقياس) مع كل فقرة من فقرات المقياس ، والتي تعرف بمعاملات الصدق ان الفقرات حصلت على معاملات انحدارية اكبر من (0.40) وهي مقبولة احصائيا ً(Costello& Osborne,2005). وان مؤشرات المطابقة الظاهرة على الشكل تعتبر جيدة وكما يوضحها الشكل (2) وجميعها مطابقة لمعيار المقارنة مع مؤشرات جودة المطابقة وهذا يؤكد بان البيانات التي سحبت من عينة البحث مطابقة لنموذج القياس المتمثل هنا بمقياس الوعي الاستراتيجي.

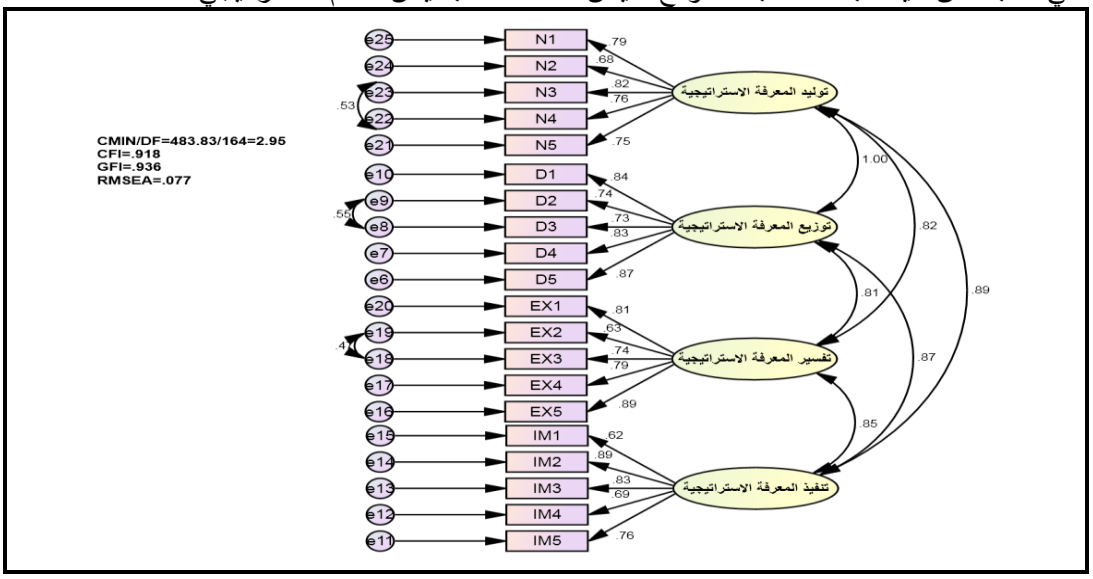


الشكل (2)

الصدق البنائي التوكيدي لمقياس الوعي الاستراتيجي

ثانيا: الصدق البنائي التوكيدي لمقياس التعلم الاستراتيجي

تشير مؤشرات جودة المطابقة الظاهرة في اسفل الشكل (2) الى صحة افتراض أن الـ (20) عبارة تقيس بنية (التعلم الاستراتيجي من خلال ابعادها الاربعة). كما تبين من خلال الأوزان الانحدارية المعيارية الظاهرة على الاسهم التي تربط المتغيرات الكامنة (المتغيرات التي تكون غير قابلة للقياس) مع كل فقرة من فقرات المقياس ، والتي تعرف بمعاملات الصدق ان الفقرات حصلت على معاملات انحدارية اكبر من (0.40) وهي مقبولة احصائياً(Costello& Osborne,2005). وان مؤشرات المطابقة الظاهرة على الشكل تعتبر جيدة وكما يوضحها الشكل (3) وجميعها مطابقة لمعيار المقارنة مع مؤشرات جودة المطابقة وهذا يؤكد بان البيانات التي سحبت من عينة البحث مطابقة لنموذج القياس المتمثل هنا بمقياس التعلم الاستراتيجي.

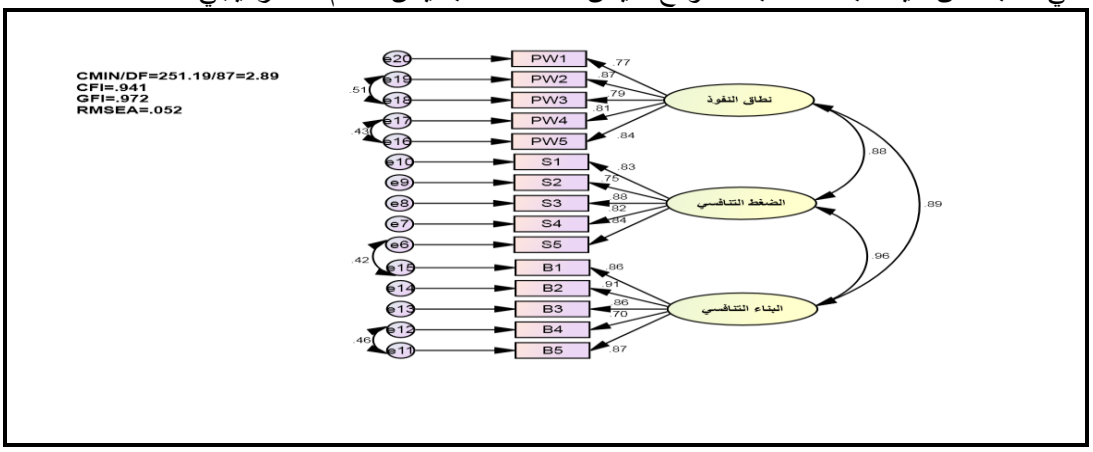


الشكل (3)

الصدق البنائي التوكيدي لمقياس التعلم الاستراتيجي

ثالثا. الصدق البنائي التوكيدي لمقياس السيادة الاستراتيجية

تشير مؤشرات جودة المطابقة الظاهرة في اسفل الشكل (3) الى صحة افتراض أن الـ (15) عبارة تقيس بنية (السيادة الاستراتيجية من خلال ابعادها الثلاثة). كما تبين من خلال الأوزان الانحدارية المعيارية الظاهرة على الاسهم التي تربط المتغيرات الكامنة (المتغيرات التي تكون غير قابلة للقياس) مع كل فقرة من فقرات المقياس ، والتي تعرف بمعاملات الصدق ان الفقرات حصلت على معاملات انحدارية اكبر من (0.40) وهي مقبولة احصائياً(Costello& Osborne,2005). وان مؤشرات المطابقة الظاهرة على الشكل تعتبر جيدة وكما يوضحها الشكل (4) وجميعها مطابقة لمعيار المقارنة مع مؤشرات جودة المطابقة وهذا يؤكد بان البيانات التي سحبت من عينة البحث مطابقة لنموذج القياس المتمثل هنا بمقياس التعلم الاستراتيجي.



الشكل (4)

الصدق البنائي التوكيدي لمقياس السيادة الاستراتيجية

3.الثبات البنائي لأداة القياس

اعتمد الباحثين في قياس الثبات البنائي لأداة القياس الخاصة بالبحث الحالي على اختبار كرونباخ الفا وقد تم حساب معامل الثبات للأداة باستخدام معامل ارتباط الفا كرونباخ الموضح في الجدول (3) :

جدول (3)

معاملات الثبات لأداة قياس الدراسة

المتغير	كرونباخ الفا	البعد	كرونباخ الفا
الوعي الاستراتيجي	0.96	الوعي الاستراتيجي الخارجي	0.89
		الوعي الاستراتيجي الداخلي	0.85
		الوعي الاستراتيجي بالوضع الراهن	0.88
		الوعي الاستراتيجي بالوضع المستقبلي	0.91
التعلم الاستراتيجي	0.95	توليد المعرفة الاستراتيجية	0.86
		توزيع المعرفة الاستراتيجية	0.91
		تفسير المعرفة الاستراتيجية	0.89
		تنفيذ المعرفة الاستراتيجية	0.87
السيادة الاستراتيجية	0.97	نطاق النفوذ	0.92
		الضغط التنافسي	0.92
		البناء التنافسي	0.93

المصدر: اعدد الباحثين باعتماد مخرجات برنامج Spss. V.23

ويلاحظ من الجدول (3) بان قيم معامل كرونباخ الفا قد تراوحت بين (0.85-0.97) وهي مقبولة إحصائيا في البحوث الإدارية والسلوكية لان قيمتها اكبر (0.75) والتي تدل على ان الاداة تتصف بالاتساق والثبات الداخلي .

ثانيا: الوصف الاحصائي : عرض نتائج استجابات عينة البحث

يهتم هذا المبحث بوصف استجابات افراد العينة وتحليلها من خلال عرض المتوسطات الحسابية لفقرات الاستبانة وانحرافاتها المعيارية ومستوى الاجابة والاهمية النسبية حول المتغيرات الرئيسة وابعادها وتفسيرها. وبهدف التحديد الافضل لمستوى استجابات الافراد عينة البحث فقد اعتمد الباحثين في تحديد مستويات المقارنة للفئات على رأي **(Dewberry, 2004: 15)** الذي اشار الى انه في حالة اعتماد الباحثين على مقياس ليكرت الخماسي (اتفق تماماً – لا اتفق تماماً) فان هناك خمس فئات تنتمي لها المتوسطات الحسابية. وتحدد الفئة من خلال ايجاد طول المدى (5-1= 4) ، ومن ثم قسمة المدى على عدد الفئات (5) (4 \ 5 = 0.80). وبعد ذلك يضاف (0.80) الى الحد الادنى للمقياس (1) او يطرح من الحد الاعلى للمقياس (5)، وتكون الفئات كما في جدول (4) الاتي:

جدول (4)

تصنيف فئات الوصف الاحصائي

تسلسل الفئة	الفئات	المستوى
1	1 – 1.80	منخفض جدا
2	1.81 – 2.60	منخفض
3	2.61 – 3.40	معتدل
4	3.41 – 4.20	مرتفع
5	4.21 – 5.00	مرتفع جداً

المصدر: اعدد الباحثين بالاعتماد على الادبيات العلمية

1. الوعي الاستراتيجي: تتعلق هذه الفقرة بالوصف الاحصائي لمتغير الوعي الاستراتيجي الذي تضمن اربع ابعاد كما في الجدول (4) الذي يوضح معايير الوصف الاحصائي لإجابات عينة البحث المتمثلة بالوسط الحسابي وكذلك الانحراف المعياري ومستوى الاجابة تجاه الوعي الاستراتيجي. اذ يلاحظ في هذا الجدول بان الوعي الاستراتيجي بالوضع الراهن قد حقق اعلى المتوسطات الحسابية **(3.63)** وبانحراف معياري (.723) يبين مدى تناغم وتناسق اجابات العينة المبحوثة اتجاه هذا البعد، وبحدود مستوى اجابة "مرتفع ، في حين حصل بعد الوعي الاستراتيجي بالوضع المستقبلي على اقل درجة من المتوسطات الحسابية اذ بلغ **(3.51)** وبإنحراف معياري بلغ (.791) وهذا يبين انسجام اجابات افراد العينة المبحوثة ضمن مستوى اجابة معتدل ، ووفقاً لما تم ذكره انفا ، ان المعدل العام للوعي الاستراتيجي بلغ **(3.57)** وبانحراف معياري مجمل بلغ

(.764). وقد حصل هذا المتغير على مستوى اجابة مرتفع وكانت اهميته النسبية مقارنة مع المتغيرات الاخرى للبحث في التسلسل (1). في حين حصل توليد المعرفة الاستراتيجية ضمن متغير التعلم الاستراتيجي على التسلسل الاول وبمتوسط حسابي قيمته (3.61) و بانحراف معياري بلغ (0.734) وهذا يبين انسجام اجابات افراد العينة تجاه هذا البعد وبمستوى اجابة مرتفع وكان تفسير المعرفه الاستراتيجيه الاقل متوسطا اذ بلغ (3.35) وبانحراف معياري (0.827) وبمستوى اجابة معتدل ومن خلال ما تم ذكره انفا ، ان المعدل العام لمتغير التعلم الاستراتيجي بلغ (**3.51**) وبإنحراف معياري مجمل بلغ (.756). وقد كان مستوى اجابات هذا المتغير مرتفع وكانت اهميته النسبية مقارنة مع المتغيرات الاخرى للبحث في التسلسل (2).

في حين حصل بعد الضغط التنافسي ضمن متغير السيادة الاستراتيجية على التسلسل الاول وبمتوسط حسابي كانت قيمته (3.50) وبإنحراف معياري بلغ (0.821) وهذا يبين انسجام اجابات افراد العينة تجاه هذا البعد وبمستوى اجابة مرتفع وكان بعد البناء التنافسي الاقل متوسطا اذ بلغ (3.39) وبانحراف معياري (0.852) وبمستوى اجابة معتدل ووفقاً لما تقدم، فان المعدل العام لمتغير السيادة الاستراتيجي بلغ (**3.45**) وبانحراف معياري عام بلغ (826.). وقد حصل هذا المتغير على مستوى اجابة "مرتفع " وكانت الاهمية النسبية لهذا المتغير مقارنة مع المتغيرات الاخرى للبحث في التسلسل (3).

جدول (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الاجابة لمتغيرات البحث (n= 104)

Descriptive Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	مستوى الاجابة
الوعي الاستراتيجي الخارجي	104	3.56	.819	مرتفع
الوعي الاستراتيجي الداخلي	104	3.58	.721	مرتفع
الوعي الاستراتيجي بالوضع الراهن	104	3.63	.723	مرتفع
الوعي الاستراتيجي بالوضع المستقبلي	104	3.51	.791	مرتفع
الوعي الاستراتيجي	104	3.57	.764	مرتفع
توليد المعرفة الاستراتيجية	104	3.61	.734	مرتفع
توزيع المعرفة الاستراتيجية	104	3.60	.747	مرتفع
تفسير المعرفة الاستراتيجية	104	3.35	.827	معتدل
تنفيذ المعرفة الاستراتيجية	104	3.47	.719	مرتفع
التعلم الاستراتيجي	104	3.51	.756	مرتفع
نطاق النفوذ	104	3.47	.806	مرتفع
الضغط التنافسي	104	3.50	.821	مرتفع
البناء التنافسي	104	3.39	.852	معتدل
السيادة الاستراتيجية	104	3.45	.826	مرتفع

المصدر: اعدد الباحثين باعتماد مخرجات برنامج Spss, V.23

ثالثا: اختبار الفرضيات:

تشكل هذه الخطوة الاخيرة في الجانب العملي والتي تستهدف اختبار الفرضيات، اذ يستكشف الباحثين بها مستوى علاقات الارتباط بين متغيرات البحث من جهة ومن جهة اخرى يختبر مدى قدرة تفسير وتأثير متغيراته المستقلة في المتغير المعتمد وما يشار اليه بهذا الصدد ان النموذج العلمي الذي يسعى الباحثين لاختباره هو النموذج الوسيط اذ يتكون من المتغير المستقل ممثلا بـ (الوعي الاستراتيجي) والمتغير الوسيط ممثلا بـ (التعلم الاستراتيجي) والمتغير المعتمد ممثلا بـ (بالسيادة الاستراتيجية)، وكالاتي:

1. فرضية الارتباط الاولى :(توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الوعي الاستراتيجي ومتغير التعلم الاستراتيجي) ولغرض بيان مدى علاقات الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير الوسيط استخدم الباحثين اختبار (Pearson) لاختبار الفرضية الرئيسة الاولى اذ يظهر الجدول (6) مصفوفة معاملات الارتباط البسيط (Pearson) بين الوعي الاستراتيجي والتعلم الاستراتيجي. وقبل الخوض في اختبار الفرضيات الفرعية لهذه الفرضية فان الجدول (6) يشير الى حجم العينة (104) ونوع الاختبار (2-tailed). ومختصر (.Sig) في الجدول يشير الى اختبار معنوية معامل الارتباط من خلال مقارنة قيمة (t) المحسوبة مع الجدولية من غير ان يظهر قيمها. فاذا ظهر وجود علامة (**) على معامل الارتباط فان هذا يعني بان قيمة (t) المحسوبة اكبر من الجدولية. ويتم الحكم على مقدار قوة معامل الارتباط في ضوء قاعدة (Cohen & Cohen, 1983)، وكما في جدول (6) الاتي :

جدول (6)
قيم ومستويات علاقة الارتباط

ت	قيمة معامل ارتباط	مستوى علاقة الارتباط
1	أقل من (0.10)	علاقة ارتباط منخفضة
2	من (0.10) الى (0.30)	علاقة ارتباط معتدلة
3	أعلى من (0.30)	علاقة ارتباط قوية

المصدر: اعدد الباحثين بالاعتماد على الادبيات

إذ يشير الجدول (6) الى وجود علاقة ارتباط معنوية بين الوعي الاستراتيجي و التعلم الاستراتيجي ، إذ كانت قيمة معامل الارتباط البسيط بين المتغيرين (**.861**) وتشير هذه القيمة الى قوة علاقتهما الطردية ، وإن ما يدعم ذلك معنوية علاقة الارتباط التي ظهرت عند مستوى معنوية (1%) وبدرجة ثقة بلغت (99%) اذ يتضح قبول الفرضية الأولى.

2. **الفرضية الثانية** : (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين التعلم الاستراتيجي والسيادة الاستراتيجية) اذ يتضح وجود علاقة ارتباط معنوية بين التعلم الاستراتيجي والسيادة الاستراتيجية، إذ كانت قيمة معامل الارتباط بينهما (**.855**) وتشير هذه القيمة الى قوة العلاقة الطردية بين المتغيرين ، وإن ما يدعم ذلك معنوية علاقة الارتباط التي ظهرت عند مستوى معنوية (1%) وبدرجة ثقة بلغت (99%) اذ يتضح قبول الفرضية الرئيسة الثانية عند مستوى معنوية (1%) أي إن نتيجة القرار مقبولة بدرجة ثقة قدرها (99%)

جدول (7)
يوضح مصفوفة معاملات الارتباط لمتغيرات البحث

Correlations				
		الوعي الاستراتيجي	التعلم الاستراتيجي	السيادة الاستراتيجية
الوعي الاستراتيجي	Pearson Correlation	1	.861**	.811**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	104	104	104
التعلم الاستراتيجي	Pearson Correlation	.861**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	104	104	104
السيادة الاستراتيجية	Pearson Correlation	.811**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	104	104	104
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

المصدر: مخرجات برنامج spss v.23

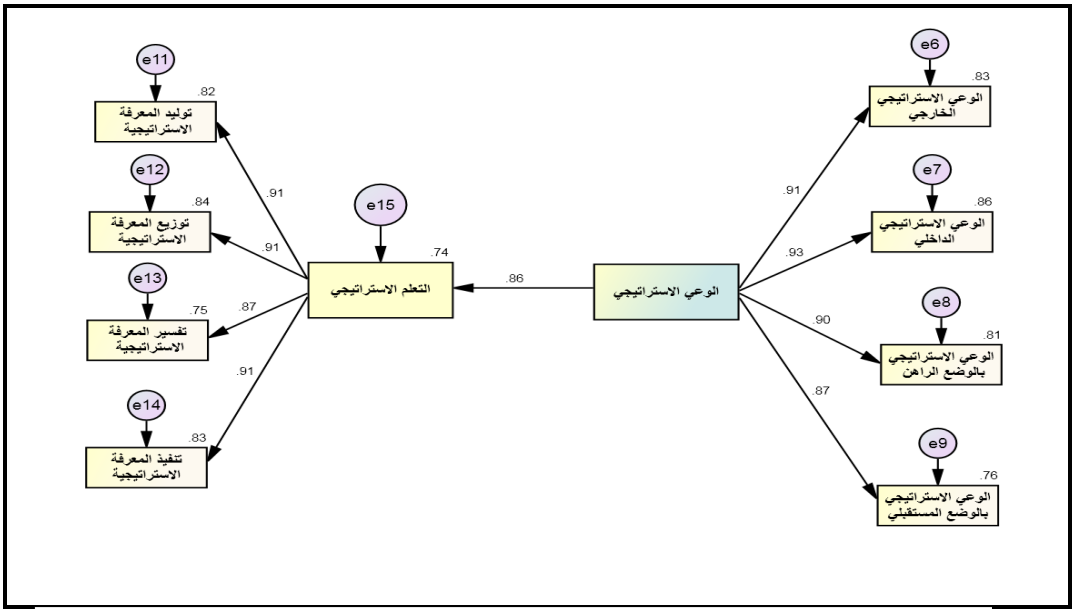
فرضيات التأثير:

تتعلق هذه الفقرة باستكشاف مستوى علاقات التأثير واتجاهها بين متغيرات الدراسة وعلى مستوى التأثيرالمباشر وغير المباشر وكما يلي:

1. **الفرضية الاولى: (يوجد تأثير ذات دلالة معنوية احصائية بين متغير الوعي الاستراتيجي و متغير التعلم الاستراتيجي)** سيختبر الباحثين فرضيات التأثير المباشرة والتأثير غير المباشر (النموذج الوسيط) من خلال النموذج الهيكلي (Structural Model) باستخدام نمذجة المعادلة الهيكلية من خلال استخدام برنامج (Amos. V.20). وهذه التقنية الاحصائية هي اكثر تطوراً ودقة من تحليل الانحدار المتعدد لأنها تأخذ بالاعتبار مدى ملائمة البيانات للنموذج الذي يتم افتراضه من علاقات. والشكل (1) هو النموذج الهيكلي للدراسة الذي يوضح المتغير المستقل (الوعي الاستراتيجي) والمتغير الوسيط (والتعلم الاستراتيجي) اما الاسهم ذات الاتجاه الواحد من المتغيرات المستقلة الى المتغير المعتمد فتمثل علاقة الارتباط اما القيمة الظاهرة اعلى متغير التعلم الاستراتيجي فتمثل معامل التفسير(معامل التحديد) التي تسمى بالمعاملات المعيارية (تستخدم لاختبار الفرضيات) (R^2) والتي تُبين ان متغير الوعي الاستراتيجي قادرة على تفسير ما نسبته (74%) من التغيرات التي تطرأ على متغير التعلم الاستراتيجي في الجامعات الاهلية في البصرة اما النسبة المتبقية والباغة (26%) فتعزى لمساهمات متغيرات اخرى غير داخلة في انموذج الدراسة.

كما يتضح من خلال الجدول (8) بان قيمة معامل الميل الحدي (β) البالغ (**0.86**). بان زيادة مستويات توافر الوعي الاستراتيجي بمقدار وحدة واحدة من الانحرافات المعيارية سيؤدي إلى زيادة مستويات التعلم التنظيمي بنسبة (**86**%) من وحدة انحراف معياري واحد وبناء على مخرجات النموذج الهيكلي لعلاقة التأثير بين المتغير

المستقل والمتغير الوسيط تقبل الفرضية الاولى من فرضيات التأثير. وشكل (5) وجدول يوضح النموذج الهيكلي المختبر ومسارات الانحدار.



الشكل (5)

المسار الانحداري الخاصة بالفرضية الرئيسة الاولى وفق اسلوب نمذجة المعادلة الهيكلية

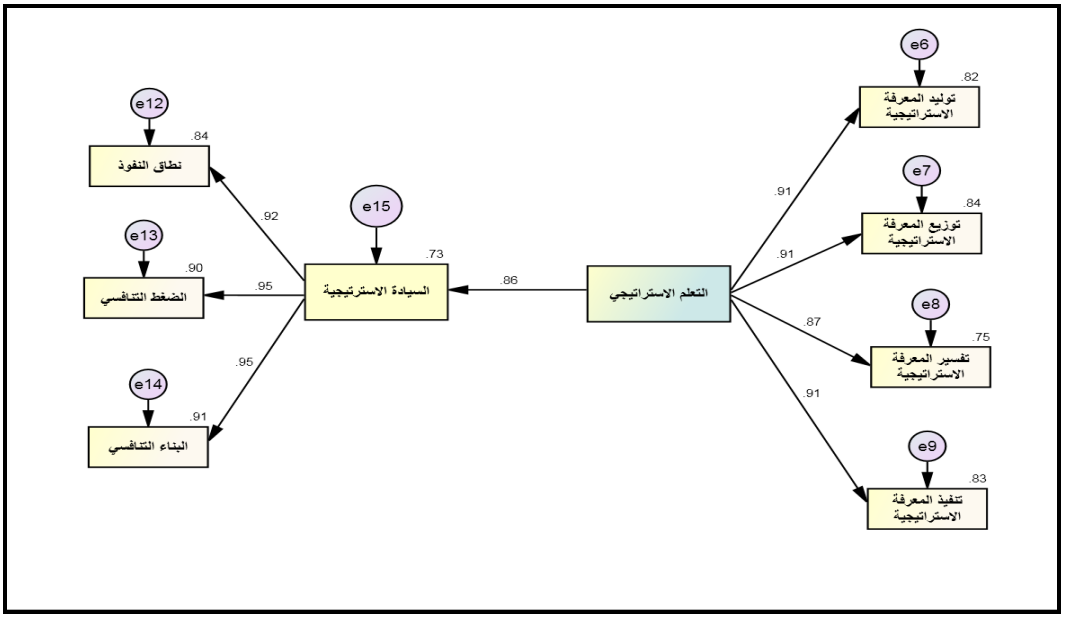
كما يوضح جدول (8) ملخص التحليل اذ يتبين ان جميع تقديرات النموذج معنوية تحت مستوى (P<.001) وكذلك كانت النسبة
الحرجة .C.R اكبر من (1.96) وهي تحقق الشرط المطلوب.

جدول (8)
تقديرات نموذج التأثير بين متغير الوعي الاستراتيجي والتعلم الاستراتيجي

Med. Variable	Path	Indep. Variable	S.R.W	Estimate	S.E.	C.R.	P
التعلم الاستراتيجي	<---	الوعي الاستراتيجي	.86	.85	.05	17.20	***

Regression Weights (Group number1-Default model)

2. الفرضية الثانية: (يوجد تأثير ذات دلالة معنوية احصائية بين متغير التعلم الاستراتيجي والسيادة الاستراتيجية) يوضح الشكل (1) هو النموذج الهيكلي للدراسة الذي يوضح المتغير الوسيط (التعلم الاستراتيجي) والمتغير المعتمد (السيادة الاستراتيجية) اما الاسهم ذات الاتجاه الواحد من المتغيرات المستقلة الى المتغير المعتمد فتمثل علاقة الارتباط اما القيمة الظاهرة اعلى متغير السيادة الاستراتيجية فتمثل معامل التفسير(معامل التحديد) التي تسمى بالمعاملات المعيارية (تستخدم لاختبار الفرضيات) (R^2) والتي تُبين ان متغير التعلم الاستراتيجي قادر على تفسير ما نسبته (73%) من التغيرات التي تطرأ على متغير السيادة الاستراتيجية في الجامعات الاهلية في البصرة اما النسبة المتبقية والباغة (727%) فتعزى لمساهمات متغيرات اخرى غير داخلة في انموذج الدراسة. كما يتضح من خلال الجدول (8) بان قيمة معامل الميل الحدي (β) البالغ (**0.86**). بان زيادة مستويات توافر التعلم الاستراتيجي بمقدار وحدة واحدة من الانحرافات المعيارية سيؤدي إلى زيادة السيادة الاستراتيجية بنسبة (**86**%) من وحدة انحراف معياري واحد وبناء على مخرجات النموذج الهيكلي لعلاقة التأثير بين المتغير الوسيط والمتغير المعتمد تقبل الفرضية الثانية من فرضيات التأثير. وشكل (6) وجدول يوضح النموذج الهيكلي المختبر ومسارات الانحدار.



الشكل (6)

المسار الانحداري الخاصة بالفرضية الرئيسة الثانية وفق اسلوب نمذجة المعادلة الهيكلية

كما يوضح جدول (9) ملخص التحليل اذ يتبين ان جميع تقديرات النموذج معنوية تحت مستوى (P<.001) وكذلك كانت النسبة الحرجة C.R. اكبر من (1.96) وهي تحقق الشرط المطلوب.

جدول (9)

تقديرات نموذج التأثير بين متغير التعلم الاستراتيجي والسيادة الاستراتيجية

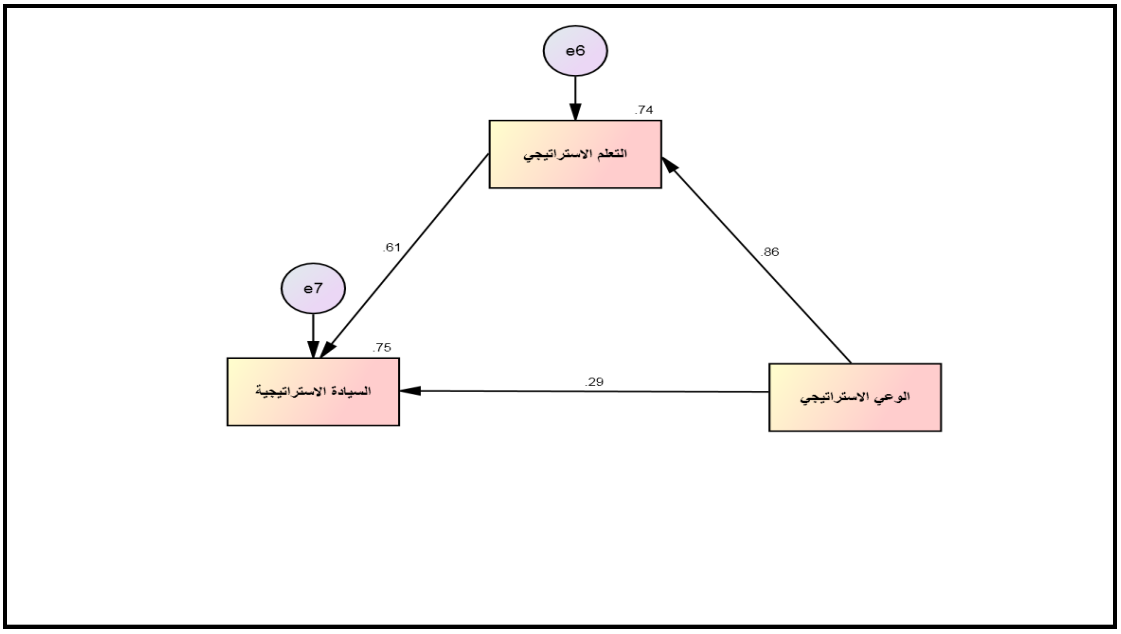
Dep. Variable	Path	Med. Variable	S.R.W	Estimate	S.E.	C.R.	P
السيادة الاستراتيجية	<---	التعلم الاستراتيجي	.86	.98	.06	16.74	***

Regression Weights (Group number1-Default model)

3 - الفرضية الثالثة:

تتعلق الفرضية الثالثة باختبار الدور الوسيط للتعلم الاستراتيجي في العلاقة بين الوعي الاستراتيجي والسيادة الاستراتيجية، اذ تنص الفرضية على **(يتعاظم تأثير الوعي الاستراتيجي في تحقيق السيادة الاستراتيجية عبر الدور الوسيط للتعلم الاستراتيجي)**

اذ اعتمد الباحثين في اختبار التأثير المباشر وغير المباشر والمقارنة بينهما باستخدام معادلة النمذجة الهيكلية من خلال استخدام برنامج (Amos. V.23). ويوضح الشكل (7) مسارات الانحدار المعيارية وقيم (R^2) لعلاقة التأثير المباشر بين المتغير المستقل الاول والمتغير التابع والتأثير غير المباشر عن طريق المتغير المستقل والمتغير الوسيط والمتغير المعتمد.



الشكل (7)
مسارات التأثير المباشر وغير المباشر الخاص باختبار الفرضية الثالثة

اذ يتضح وجود تأثير مباشر لمتغير الوعي الاستراتيجي والسيادة الاستراتيجية ضمن اختبار النموذج الوسيط في نمذجة المعادلة الهيكلية وكما يوضحها الشكل (8) والجدول (10) اذ بلغت قيمته (B=0.29, P< .01)، اما عن حجم التأثير غير المباشر لتوسط المتغير الوسيط فيبينها الجدول (10) والذي بلغ (0.52) مما يوضح وجود تأثير غير مباشر لمتغير الوعي الاستراتيجي في السيادة الاستراتيجية من خلال التعلم الاستراتيجي كما في الجدول (10)

الجدول (10)
مسارات ومعلمات اختبار الفرضية الرئيسة الثالثة

			Standard R.W.	Estimate	S.E.	C.R.	P
التعلم الاستراتيجي	<---	الوعي الاستراتيجي	.86	.85	.05	17.20	***
السيادة الاستراتيجية	<---	الوعي الاستراتيجي	.29	.32	.11	2.99	.00
السيادة الاستراتيجية	<---	التعلم الاستراتيجي	.61	.69	.11	6.29	***

Regression Weights: (Group number 1 – Default model)

الجدول (11)
قيم التأثير المباشر وغير المباشر والتأثير الكلي الخاص باختبار الفرضية الثالثة

Relation Between Variables	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect	R^2
الوعي الاستراتيجي--->السيادة الاستراتيجية	**.29**	-	**0.81**	**0.75**
الوعي الاستراتيجي---> التعلم الاستراتيجي---> السيادة الاستراتيجية	-	**0.52**	-	-

المصدر : اعدد الباحثين **باعتماد مخرجات برنامج Amos. V.23 .**

وبذلك فأن تغييراً مقداره وحدة واحدة في الوعي الاستراتيجي يؤثر بشكل مباشر بمقدار (0.29) في السيادة الاستراتيجية وبشكل غير مباشر من خلال بعد التعلم الاستراتيجي بمقدار (0.52) ، وبالتالي قد بلغ التأثير الكلي المباشر وغير المباشر (0.81)، وضمن مستوى معنوية (1%) كما يوضحها جدول (11) فضلا عن معامل .C.R الذي كان قيمته اكبر من قيمة (1.96) وهي قيمة تدل على معنوية الاختبار. اما قيمة معامل التفسير (R^2) فقد بلغت (.75) وهذا يعني ان الوعي الاستراتيجي والتعلم التنظيمي تفسر ما نسبته (75%) من التغيرات التي تحدث في السيادة الاستراتيجية، واما النسبة المتبقية البالغة (25%) فهي تعود لمتغيرات اخرى غير داخلة في البحث ، وهذه النتائج تؤكد وجود تأثير مباشر للوعي الاستراتيجي في السيادة الاستراتيجية،

وتأثير غير مباشر الوعي الاستراتيجي في السيادة الاستراتيجية من خلال التعلم الاستراتيجي على مستوى الجامعات الاهلية عينة الدراسة.

وبهدف التحقق من حقيقة توسط المتغير الوسيط العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير المعتمد وبحسب ما اشار له (Baron & Kenny,1986: 1177) فانه يجب اجراء اختبار (Sobel) حتى يتم التحقق من معنوية الافتراضات الخاصة بالدور الوسيط للمتغيرات المذكورة انفا، وهذا الاختبار يستهدف معنوية التأثير غير المباشر. وقد صمم (Preacher & Leonardelli, 2001) برنامج حسابي لأجراء هذا الاختبار (متوفر على النت فقط يدخل الباحثين البيانات المطلوبة ويضغط كلمة حساب تخرج النتائج) والتي تعرض نتائجه في الجدول (11) والجدول (12)، والتي تدل بحسب قيمة (p-value) بمعنوية نتائج اختبار الدور الوسيط. وهذا الاختبار) يحتاج الى المعاملات غير المعيارية (Unstandrized Coefficients) والاخطاء المعيارية للمسار الانحداري الذي يخص الخطوة الاولى للعلاقة بين المتغير المستقل والمتغير الوسيط والمسار الانحداري الذي يتعلق بالعلاقة بين المتغير الوسيط والمتغير المعتمد. ومن خلال هذا الاختبار سوف نستخرج قيمة (Z-Value) ، واذا كانت قيمة (Z-Value) اكبر من (1.96) فان هذا يشير ان المتغير التعلم الاستراتيجي هو متغير وسيط اي ان وجود التأثير غير المباشر هو حقيقي والعكس صحيح اذا كانت القيمة اقل. ويلاحظ من خلال النتائج أن العلاقة المفترضة ذات دلالة معنوية عند مستوى (1 %) لان قيمة (Z-Value) له كانت اكبر من (1.96). وهذه النتائج تفيد بان التأثيرات غير المباشرة لهذا المتغير هي حقيقية وذات دلالة معنوية لتوسط متغير التعلم الاستراتيجي.

جدول (12)

نتائج اختبار Sobel لتوسط متغير التعلم الاستراتيجي

Path	Inputs	Sobel test – Z-Value	p-value
الوعي الاستراتيجي-التعلم الاستراتيجي-السيادة الاستراتيجية	1= 0.85 3= 0.98 Sa= 0.05 Sb= 0.06	11.778 **	P< .01

Note:

1= unstandardized regression coefficient for the association between IV and mediator

***3* = unstandardized regression coefficient for the association between the mediator and DV**

s_a = standard error of *a*

s_b = standard error of *b*

المحور الرابع : النتائج والتوصيات

اولاً : النتائج

1- اظهرت نتائج التحليل الاحصائي بوجود تطابق بين الابعاد وفقرات الاستبانة

2- اثبتت نتائج التحليل الاحصائي على قبول فرضيات البحث

3- توصلت النتائج الى ان العينة المبحوثة تهتم بتطبيق متغيرات البحث بأبعادها المختلفة وبشكل متفاوت بشكل متفاوت .

4- اظهرت نتائج التحليل الاحصائي بوجود علاقة ارتباط معنوية وموجبة بين جميع متغيرات البحث .

5- أن متغير التعلم الاستراتيجي بأبعاده المجتمعة يلعب دوراً وسيطاً في العلاقة بين الوعي الاستراتيجي بأبعاده مجتمعة والسيادة الاستراتيجية بأبعادها مجتمعة في الجامعات الأهلية في محافظة البصرة / العراق

ثانياً : التوصيات

بناء على نتائج الدراسة فإن الباحثين يوصون بما يلي:

1. ضرورة الاستثمار في أبعاد الوعي الاستراتيجي من قبل الجامعات الأهلية عينة البحث للاستفادة من انعكاساته في تحقيق السيادة الاستراتيجية وتطوير التعلم الاستراتيجي، ويتم ذلك من خلال إعدد دراسة متكاملة لبيان جدوى الاستثمار في أبعاد الوعي الاستراتيجي والمتطلبات الرئيسة لنجاح هذا الاستثمار وأجراء تحالفات استراتيجية من الجامعات الأهلية في الدول المجاورة والتعاون معها بهدف تطوير قدراتها وامكانياتها .
2. تأسيس ثقافة مؤسسية تهتم بالوعي الاستراتيجي بأبعاده لتكون منهجاً ودليل عمل في التطبيق العملي لعمليات الجامعات الأهلية في محافظة البصرة / العراق، وذلك عن طريق عقد إتفاقيات مع جامعات الدول المجاورة الاهلية من أجل توليد المعرفة الاستراتيجية وتنفيذها وفقاً للوقائع المتاحة.

3. ضرورة تطوير أبعاد التعلم الاستراتيجي في الجامعات المبحوثة، ويمكن الوصول إلى ذلك من خلال تطوير البنى التنظيمية والبنى التحتية (البشرية والتقنية) للجامعات المبحوثة بالشكل الذي يجعلها قادرة على استيعاب التغييرات البيئية عامة والسوقية خاصة وسرعة التعامل معها، إضافة إلى تكثيف الدراسات الاستطلاعية حتى لو تطلب الأمر الاستعانة بشركات أو مكاتب إستشارية لتحديد متطلبات السوق العراقي واحتياجاته من الخرجيين من أجل الإسراع في تلبيتها.
4. قيام الجامعات الأهلية في محافظة البصرة / العراق بتحديد نماذج وقواعد عملها وذلك من خلال إعتمادها متطلبات تحقيق السيادة الاستراتيجية لتمكينها من السيطرة على محيطها التنافسي.
5. إجراء دراسة بالمتغيرات المستقلة والوسيطة للدراسة الحالية نفسها، ولكن بتأثيرها على النجاح الاستراتيجي بوصفه متغيراً تابعاً في الجامعات الأهلية في محافظة البصرة / العراق.

المراجع

أولاً : المراجع العربية

1. الباشقالي، محمود وسلطان، حكمت. (2019). دور التعاون الاستراتيجي في تحقيق السيادة الاستراتيجية: دراسة إستطلاعية لآراء القيادات الإدارية في عينة من الجامعات الخاصة في إقليم كوردستان العراق. **المجلة العلمية لجامعة جيهان: السليمانية**. 3 (1)، 293 – 329.
2. الطائي، محمد والخفاجي، نعمة. (2009). **نظم المعلومات الاستراتيجية: منظور الميزة التنافسية**. دار الثقافة للنشر وتوزيع ،عمان: الاردن.
3. العابدي، علي والموسوي، هاشم. (2014). تشخيص مؤشرات الذكاء الاستراتيجي لضمان السيادة الاستراتيجية من خلال خفة الحركة الاستراتيجية: دراسة تحليلية في شركة كورك للاتصالات المتنقلة في العراق. **مجلة الغري للعلوم الإقتصادية والإدارية**، 8 (31)، 143 – 167.
4. الياسري، أكرم؛ الطائي، فيصل وحسين، علي. (2017). دور التجديد الاستراتيجي في تحقيق السيادة الاستراتيجية: دارسة تحليلية لآراء القيادات العليا في الشركة العامة لصناعة الإسمنت الجنوبية. **مجلة الإدارة والإقتصاد**، 24 (6)، 51 – 87.

ثانيا : المراجع الأجنبية

1. AL-Jawazneh, B and AL-Awawdeh, W. (2016). The Mediating Role of Corporate Characteristics on the Relationship between the Strategic Learning and the Competitive Capabilities of the Telecommunications Companies in Jordan. **International Business Research**, 9 (5), 125-134.
2. AL-Zu'bi, H. (2017). Diagnosis of Perception Strategic Planning to Ensure Strategic Supremacy. **International Business Management**, 11 (6), 1240 – 1245.
3. Amiri, N; Shirkavand, S; Chalak, M & Rezaeei, N. (2017). Competitive intelligence and developing sustainable competitive advantage. **AD-minister**, 30: 173 – 194.
4. Anderson, S. Covin, G and Slevin, D. (2009). Understanding the relationship between entrepreneurial Orientation and Strategic Learning Capability: An Empirical Investigation. **Strategic Entrepreneurship Journal**, 3 (3), 218 – 240.
5. D'Aveni, R; Ravenscraft, D and Anderson, P. (2004). From corporate strategy to business-level advantage: Relatedness as resource congruence. **Managerial and Decision Economics**, 25 (6/7), 365-381
6. D'Aveni, R. (1999). Strategic Supremacy through Disruption and Dominance. **Sloan Management Review**, 40 (3). 127-135
7. D'Aveni, R. (2001). **Strategic Supremacy: How Industry Leaders Create Growth, Wealth, and Power Through Spheres of Influence**. Free Press: A Division of Simon & Schuster, Inc.
8. Davis, P; Allen, J and Dibrell, C. (2012). Fostering Strategic awareness at an Organizations Boundary. **Leadership and Organization Development Journal**, 33 (4), 322 – 341.
9. Dhir, S; Dhir, S & Samanta, P. (2018). Defining and developing a scale to measure strategic thinking. **Foresight**, 20 (3), 271 – 288.
10. Dyczkowska, J & Dyczkowski, T. (2015). An Influence of Strategic Awareness on Management Control: Evidence from Polish Micro, Small and Medium-sized Enterprises. **Management and Business Administration**, 23(1), 4-32.
11. Hair, F; Black, C; Babin, J; Anderson, E & Tatham, L, (2016). **Multivariate Data Analysis**. 9th edition., New York: Macmillion Publishing Company.
12. Idris, W & AL-Rubaie, M. (2013). Examining the Impact of Strategic Learning on Strategic Agility. **Journal of Management and Strategy**, 4 (2), 70 -77.
13. Lindman, F; Callarman, T; Fowler, K and McClatchey, C. (2001). Strategic Consensus and Manufacturing Performance. Journal of Managerial Issues, 13 (1), 45-64.

14. Pencarelli, T; Savelli, E & Splendiani, S. (2009). Strategic awareness and growth strategies in Small Sized enterprises. **International Journal of Business & Economics**, 8(1), 81 – 98.
15. Robert, M. (2001). **Strategic Supremacy Pure and Simple: Don't change the rules, change the game**. Poutray, Pekar, Stella, Inc.
16. Siren, C. (2012). Unmasking the Capability of Strategic Learning: A Validation Study. **The Learning Organization**, 19 (6), 497-517.
17. Strikwerda, J & Rijnders, D. (2002). Possible End Games in the European Postal Market: Qui Bone?. In M.A. Crew, & P.R. Kleindorfer (Eds.), **Regulatory and Economics Changes in the Postal and Delivery Sector**. Amsterdam: Kluwer Academic Publishers.
18. Thomas, G & D'Aveni, R. (2009). The changing nature of competition in the US manufacturing sector, 1950 — 2002. **Strategic Organization**, 7 (4), 387–431.
19. Waribugo, S. (2016). Strategic Learning Capability and Innovativeness of Private Hospitals in Bayelsa State, Nigeria. **International Journal of Innovation Research and Development**, 5 (4), 72-80.

The effect of strategic awareness on strategic sovereignty through the mediating role of strategic learning - a test study of the opinions of a sample of teachers of private universities in Basra Governorate / Iraq

Prof. Dr. Methaq Hatef Al-Fatlawi A. L. Manaf Abdul Kazem Al Qattan

A. L. Hussein Ali Abdullah

Abstract

The aim of the current research is to know the mediating role of a variable for strategic learning in the relationship between strategic awareness and strategic sovereignty in private universities at the level of Basra Governorate, through research questions that explain the research directions to explore the extent of strategic learning mediating the relationship between strategic awareness and strategic sovereignty, the most important of which is the mediating role for strategic learning in the relationship between the strategic awareness variable and the strategic sovereignty variable, and in order to achieve the research objectives, a set of hypotheses were chosen. The research sample was composed of (104) individuals belonging to the private universities in Basra. These data were processed statistically by relying on several statistical means, as the research reached a set of results, the most prominent of which is that strategic learning with its combined dimensions plays a mediating role in the relationship between the strategic awareness variable with its combined dimensions and the strategic sovereignty variable with its combined dimensions in private universities, the research sample, in addition to the awareness variable Strategic learning in its dimensions positively affects both strategic learning and strategic sovereignty, and that strategic learning in its dimensions affects the strategic sovereignty of the universities in question. The research recommended the necessity of investing in the dimensions of strategic awareness by private universities in Basra Governorate/Iraq to benefit from its implications in achieving strategic sovereignty and developing strategic learning.

Key words: strategic awareness; Strategic learning; Strategic sovereignty; Private universities; Iraq.

.....

.....

.....