



الذهول الاستراتيجي ودوره في تحفيز التفكير الإبداعي- دراسة تحليلية لعينة من آراء الملاك الوظيفي في وزارة المالية العراقية

الاستاذ الدكتور هاشم فوزي العبادي¹ ، ايفان صالح عبد الرزاق²

انتساب الباحثين

^{1,2} كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الكوفة،
العراق، النجف الاشرف، الكوفة، 54001

¹ hashimf.dabbass@uokufa.edu.iq

² evans.almoussawi@student.uokufa.edu.iq

¹ المؤلف المراسل

معلومات البحث

تأريخ النشر: تشرين الاول 2025

المستخلص

يهدف البحث الحالي إلى اختبار علاقة الارتباط والتأثير بين مفهوم الذهول الاستراتيجي والتفكير الإبداعي لدى الملاك الوظيفي وتحديد ابعاد الذهول الاستراتيجي التي تساعد القادة في الوزارة للتحفيز التفكير الإبداعي لدى الموظفين.

وتجسدت مشكلة البحث في مدى تأثير أهمية الذهول الاستراتيجي في تحفيز التفكير الإبداعي، إذ استخدم البحث الاستبانة كأداة لجمع البيانات، حيث تم توزيع (60) استمارة على عينة من (مدير قسم ومعاونو المدراء العامون والمدراء العامون) في وزارة المالية العراقية، وتم تحليل البيانات وفق برنامج (SPSS)، وقد استخدم البحث مجموعة من المقاييس الإحصائية للتحقق من صحة فرضيات البحث، وتوصل البحث إلى عدة نتائج كان من أهمها أن الذهول الاستراتيجي يرتبط كثيراً بأشكال التفكير الإبداعي، إذ يعدّ الذهول الاستراتيجي مؤشر على تخمين التفكير الإبداعي ويؤثر على كل أشكال التفكير الإبداعي، كما خرج البحث بعدد من التوصيات المناسبة ومن بينها أن تقوم الوزارة بتعزيز ثقافة الذهول الاستراتيجي لدى القادة فيها، وأن تتعرف إلى حاجاتهم ورغباتهم لتحقيق الممكن منه وإشباعه لإعطاء الفرصة للأفراد ببذل المزيد من أجل تحقيق التفكير الإبداعي وترسيخه.

الكلمات المفتاحية: الذهول الاستراتيجي، التفكير الإبداعي، الحس الاستراتيجي، الاحساس الاستراتيجي، التوافق الاستراتيجي

Strategic Awesomeness and its Role in Stimulating Creative Thinking- An Analytical Study of a Sample of the Opinions of the Job Descriptions of the Iraqi Ministry of Finance

Prof. Dr. Hashim Fawzi Al-Abbadi¹ , Evan Saleh Abdul Razzaq²

Abstract

The current research aims to test the relationship of association and influence between the concept of strategic awesomeness and creative thinking among the staff and to identify the dimensions of strategic awesomeness that help leaders in the ministry to stimulate creative thinking among employees. The research problem was embodied in the extent of the impact of the importance of strategic awesomeness in stimulating creative thinking, as the research used the questionnaire as a tool for collecting data, where (60) forms were distributed to a sample of (department directors, assistant general managers and general managers) in the Iraqi Ministry of Finance, and the data were analyzed according to the (SPSS) program, and the research used a set of statistical measures to verify the validity of the research hypotheses, and the research reached several results, the most important of which was that strategic awesomeness is closely related to forms of creative thinking, as strategic awesomeness is an indicator of guessing creative thinking and affects all forms of creative thinking, and the research also came out with a number of appropriate recommendations, including that the ministry should enhance the culture of strategic awesomeness among its leaders, and identify their needs and desires to achieve and satisfy what is possible to give individuals the opportunity to do more to achieve and consolidate creative thinking.

Keywords: strategic awesomeness, creative thinking, strategic sense, strategic Consciousness, strategic consensus

Affiliation of Authors

^{1,2} College of Administration and
Economics, University of Kufa, Iraq,
Najaf, Kufa, 54001

¹ hashimf.dabbass@uokufa.edu.iq

² evans.almoussawi@student.uokufa.edu.iq

¹ Corresponding Author

Paper Info.

Published: Oct. 2025

المقدمة

يمكن أن يحدث الذهول لأي منظمة عندما تعمل في بيئة شديدة التغيير ويتمثل العرض المحدد للذهول الاستراتيجي في "العظمة المنهجية" حيث تصبح عملية المنظمة وقيادتها وصنع القرار فيها مجزأة وصارمة وغير قادرة على التكيف مع المحفزات البيئية. وعليه سيكون غالباً ما تتميز الشركة التي تستثمر الذهول الاستراتيجي بتمتعها بميزة تنافسية وهوية تنظيمية مستقلة. هنالك مفاهيم أخرى تشير الى نفس الدلالات ومن بينها مفهوم (الذعر الاستراتيجي) والذي يعني هو "رد فعل شائع عند توقع أمر جلل أو وقوع تهديد مباشر"، ويمكن ملاحظة ان الذعر يتميز بالقدرة على التعبير والتفاعل والانتشار الكبير والمخاطر العالية حتى اندلاع السلوكيات غير العقلانية مما يشكل تحديات كبيرة لجهود ادارة الطوارئ في المنظمات.

وبالمقابل فان التفكير الابداعي، هو القدرة على التوصل للأفكار الجديدة والمبتكرة فهي مهارة قيمة يمكن أن تفيد الافراد العاملين في جميع جوانب عملهم، بدءاً من حل المشكلات وحتى التفكير النقدي مروراً بالتواصل.

يستعرض البحث، أربعة مباحث، إذ تطرق المبحث الاول إلى منهجية البحث العلمي للبحث، بينما تطرق المبحث الثاني للإطار النظري لمتغيرات البحث، في حين تناول المبحث الثالث الجانب العملي للبحث، وأخيراً تناول المبحث الرابع أهم الاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول – منهجية البحث

أولاً:- المعضلة الفكرية

تُعد مسألة الذهول الاستراتيجي موضوع بحث علمي لم يعنى بأهمية كبيرة من قبل العديد من المنظرين والباحثين المحليين والأجانب. مما دعا الباحثان إلى بحثه في هذه الدراسة لغرض التعرف على مفهومه وأبعاده وكيف تستطيع منظمات الاعمال الاستفادة منه.

غالباً ما يولد الذهول الذي يصدر عن المنظمة قوة معاكسة فورية للحفاظ على التوازن الحالي. ومن أجل تحريك التوازن، يجب إزالة أو تقليل القوى التقييدية للمنظمة. لذا من الصعب للغاية الوصول إلى هذه القوى التقييدية لأنها غالباً ما تتضمن معايير جماعية أو دفاعات نفسية شخصية مدمجة في ثقافة المنظمة، ولا يمكن ملاحظتها بسهولة [1].

لاقت متغيرات البحث في عالم الاعمال المعاصر اهتمام بالغ بوصفها مواضيع مهمة في الفكر الاستراتيجي وذات جدلية من الناحية المفاهيمية ولها العديد من الأبعاد التي تتسم بالمنافسة القائمة

على الديناميكية وإستباق الاحداث والتنبؤ بها لصنع الذهول الاستراتيجي بما تمتلكه المنظمة من قدرات تكتيكية، نتيجة لذلك تبرز المعضلة الفكرية للدراسة بالتساؤل الرئيس الآتي (ما مدى دور الذهول الاستراتيجي في تحفيز التفكير الابداعي لدى عينة البحث في وزارة المالية العراقية؟)

وعليه، تتأطر المعضلة الفكرية للدراسة بالتساؤلات الآتية:

- (1) لماذا تحاول المنظمات ان تضع نفسها في حالة الذهول؟ وهل تستطيع أن تنجح في كثير من الأحيان؟
- (2) كيف يؤثر الذهول الاستراتيجي على التفاعلات الاستراتيجية التي يحدد فيها سلوك الطرفين النتيجة؟
- (3) لماذا تنجح بعض مبادرات الذهول بشكل مذهل لنتتهي بفائدة للجانب الذي استفاد في البداية من الذهول؟ إذا تمكنا من شرح الذهول، فهل يمكننا توظيفه لتحفيز التفكير الابداعي؟.

ثانياً:- المشكلة الميدانية:

تكمن مشكلة البحث في حقيقة ان هناك إمكانية تحفيز التفكير الابداعي في منظمات الاعمال، والتي يتم الكشف عنه من خلال أنماط مختلفة، كما يتخذ التفكير الابداعي اشكالاً متعددة وتؤثر على المنظمات بطرق يمكن الاستفادة منها، وبالتالي فهي تحدث فوائد بعيدة المدى، لذا يتطلب من المنظمات ان تمتلك استراتيجيات تمكنها من تحقيق النجاح وتجعلها قادرة على مواجهة التغيرات. تحتاج المنظمات إلى صناعة الذهول الاستراتيجي من أجل التغلب على المنافسة التي تواجهها اليوم وفي المستقبل. هذه الاستراتيجية هي الابتكار واحتلال المواقع المرتفعة والاستجابة السريعة وبالتالي فهي ضرورية لتحفيز التفكير الابداعي، مع ذلك تفقر منظمات اليوم الى معرفة اهمية وجود هذه الاستراتيجيات وما المدى الذي يمكن لها الاستفادة منها.

نتيجة لذلك ظهرت مشكلة البحث والمتمثلة بالتساؤل الرئيس الآتي: (ما مدى إسهام الذهول الاستراتيجي في تعزيز التفكير الابداعي في عالم الاعمال؟).

وتنبثق من إشكالية البحث أعلاه تساؤلات عدة ابرزها:-

- (1) هل يوجد لدى الوزارة استراتيجية تمكنها من تحفيز التفكير الابداعي؟
- (2) ما مستوى ممارسة الوزارة لأبعاد الذهول الاستراتيجي؟
- (3) ما طبيعة العلاقة بين الذهول الاستراتيجي والتفكير الابداعي؟

ثالثاً- أهمية البحث :

تتجسد أهمية البحث من خلال ندرة الأبحاث الحالية في تحليل موضوعات الذهول الإستراتيجي والتفكير الابداعي بسبب حداثة

(2) اختبار دور الذهول الإستراتيجي في كيفية مشاركة الموظفين في السلوك الابداعي والذي غالباً ما يكون طوعية أو لتلبية توقعات المنظمة.

(3) تبحث الدراسة آثار الذهول الإستراتيجي على سلوكيات الابداع في مكان العمل، وبشكل أكثر تحديداً تقترح الدراسة أن الذهول الإستراتيجي من قبل المنظمات سوف يكون له تأثير كبير في تعزيز هذه السلوكيات.

خامساً- المخطط الفرضي للدراسة

يوضح الشكل (1) المخطط الفرضي المقترح الذي يمثل الإطار العام لمتغيرات البحث وفرضياته والتي تكونت من فرضيتين رئيسيتين نابغة منها فرضيات فرعية بين المتغيرات الفرعية للمتغير المستقل والمتغير التابع القائمة على فرضيات الارتباط والتأثير.

وقد اشتملت متغيرات البحث على ما يأتي:

(1) المتغير المستقل: الذهول الاستراتيجي، والمتمثل بالأبعاد الاتية (الحس الاستراتيجي، الاحساس الاستراتيجي، التوافق الاستراتيجي).

(2) المتغير التابع: التفكير الابداعي، والمتمثل بالأبعاد التالية (الطلاقة، المرونة، الاصالة، احساس المشكلات).

الموضوعين. مما يعني أن تطبيق الذهول الإستراتيجي من قبل المنظمات سينعكس بفضله على تحفيز التفكير الابداعي.

كما تجسدت أهمية البحث بالآتي:

(1) يتجلى أهمية البحث بالنسبة لوزارة المالية في البلد الذي هو اليوم بحاجة ماسة إلى تطوير عملها.

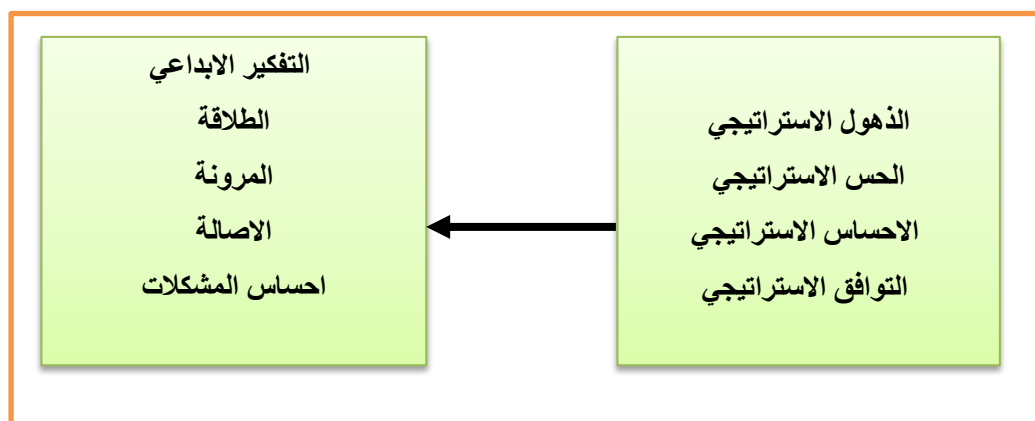
(2) يسعى البحث لمحاولة تأطير الإسهامات المعرفية ذات الصلة بموضوعي الذهول الإستراتيجي والتفكير الابداعي في إطار نظري يتضمن عرض الإسهامات النظرية حول المفهوم والأبعاد.

(3) محاولة البحث لقياس وتشخيص متغيرات الذهول الإستراتيجي والتفكير الابداعي باعتبارها من الضرورات التي يتحتم على منظمات الاعمال من تعزيزها ومعرفتها في ظل بيئات ديناميكية سريعة التغير وحدة المنافسة.

رابعاً- أهداف البحث:

يسعى البحث إلى جلب الانتباه نحو الاهتمام النسبي بالذهول الإستراتيجي من قبل الوزارة، وكيف تحفيز السلوك الابداعي، بالإضافة الى تحقيق الاهداف الفرعية الاتية:

(1) معرفة الجوانب الفكرية والنظرية لمتغيرات البحث المتمثلة بالذهول الإستراتيجي والتفكير الابداعي.



الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث

(1) (H_{11}) : يرتبط الحس الاستراتيجي مع التفكير الابداعي وابعاده ارتباطاً معنوياً.

(2) (H_{12}) : يرتبط الاحساس الاستراتيجي مع التفكير الابداعي وابعاده ارتباطاً معنوياً.

(3) (H_{13}) : يرتبط التوافق الاستراتيجي مع التفكير الابداعي وابعاده ارتباطاً معنوياً.

الفرضية الرئيسية الثانية: (H_2) : يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للذهول الاستراتيجي وابعاده (الحس الاستراتيجي، الاحساس

سادساً - فرضيات البحث:

تم تجسيد فرضيات البحث على وفق طيات مشكلة البحث والأهداف المرسومة له والنموذج الفرضي لتمثيل العلاقات المنطقية بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة في نموذج البحث وكما يأتي:

الفرضية الرئيسية الأولى: (H_1) : يرتبط الذهول الإستراتيجي مع التفكير الابداعي ارتباطاً معنوياً في الوزارة قيد الدراسة) وقد انبثقت عنها الفرضيات الفرعية الاتية:

سابعاً- مجتمع البحث وعينته:

تم اختيار الوزارة المالية كمجتمع للدراسة الحالية، وقد تمثلت العينة بالملاك الوظيفي في هذه الوزارة، وقام الباحثان بتوزيع استمارات الاستبيان والتي بلغت (60) استمارة.

ثامناً: متغيرات البحث ومقاييسه

تضمن البحث متغيرين رئيسيين تجسد في متغير الذهول الإستراتيجي باعتباره متغيراً مستقلاً أو المتغير المفسر في البحث والمتغير التابع الذي تمثل بالتفكير الإبداعي، إذ تم تطوير استمارة الاستبيان ومحكمة لقياس متغيرات البحث الحالية قياساً وصفيّاً أو نوعياً وسيعتمد الباحثان على تدرج ليكرت الخماسي في تحديد فقرات القياس ولمتغيرات البحث الحالي، أنظر الجدول (1):

الجدول (1) متغيرات البحث

المتغيرات الفرعية	المتغيرات الرئيسية
الحس الاستراتيجي	الذهول الاستراتيجي
الاحساس الاستراتيجي	
التوافق الاستراتيجي	
الطلاقة	التفكير الإبداعي
المرونة	
الاصالة	
احساس المشكلات	

على مستوى ريادة الأعمال، بحيث يمكنها السباق مع الزمن وتحقيق الذهول الاستراتيجي.

فالسؤال الجوهرى والذي يطرح هنا، ما هو الذهول؟ إنه الشعور بالدهشة والحيرة والتساؤل الذي يشعر به المرء تجاه ما هو غير متوقع. إذ يرى البعض أنه تجربة قائمة على الايمان تعكس احتمالية وقوع الأحداث[2]. ويراه البعض بانه حالة تفوق الصدمة والمفاجأة تصيب المنظمة نتيجة لحدث غير متوقع كما ينظر إلى الذهول على أنها حالة عاطفية[3].

ب- أبعاد الذهول الاستراتيجي:

اليوم أصبحت القدرة التنافسية للشركة تعتمد بشكل أقل على العوامل التقليدية (رأس المال، والأرض، والعمالة) عما كانت عليه في الماضي. ويبدو أن المعرفة الآن تحل محل هذه العوامل التقليدية لتجعل المنظمات تصل الى الذهول الاستراتيجي. وعليه فقد اتفق كل من[4] و[5]. أن أبعاد الذهول يمكن ان تتكون من الاتي:

الاستراتيجي، التوافق الاستراتيجي) مجتمعة في التفكير الابداعي وابعاده (الطلاقة، المرونة، الاصالة، احساس المشكلات):.

1- (H₂₁): تؤثر ابعاد الذهول الاستراتيجي مجتمعة في الطلاقة تأثيراً معنوياً.

2- (H₂₂): تؤثر ابعاد الذهول الاستراتيجي مجتمعة في المرونة تأثيراً معنوياً.

3- (H₂₃): تؤثر ابعاد الذهول الاستراتيجي مجتمعة في الاصالة تأثيراً معنوياً.

4- (H₂₄): تؤثر ابعاد الذهول الاستراتيجي مجتمعة في احساس المشكلات تأثيراً معنوياً.

المبحث الثاني - الاطار النظري

أولاً- الذهول الاستراتيجي

أ- مفهوم الذهول الاستراتيجي:

في ظل المنافسة السريعة، والتحولات المثيرة، وتدويل الأسواق، وتعدد المنتجات والخدمات المقدمة، ومع تزايد اهتمام المنظمات بالنمو، واكتساب الزبائن والمحافظة عليهم، وإدراك أهميتها في تحقيق الميزة التنافسية، وفي ضوء تلك التحديات والظروف التي تمر بها المنظمات، ولدت ظواهر ومفاهيم واستراتيجيات جديدة ذات أهمية كبيرة في المستقبل، ومن بينها الذهول الاستراتيجي.

فالمنظمات بشكل عام، والتي تضمن أنها لا تعيش فقط في بيئتها، ولكن أيضاً تحقق دهشة وذهول المنافسين والقدرة على الاستدامة وتعزيز البقطة الريادية التي تعتمد على استعدادها لدراسة البيئة، والبحث عن الفرص التي يغفل عنها الآخرون، والمعرفة الجديدة واستحواذها وتطبيقها في خدماتها الجديدة، لاستغلال الفرص غير الواعية لمنافسيها لتعزيز استعدادها

من اجل محاولة تحديد ابعاد التفكير الابداعي وجدنا ان هذه الابعاد كالآتي:

(1) الطلاقة: تعرف الطلاقة بأنها القدرة على استدعاء أكبر عدد ممكن من الأفكار المناسبة خلال فترة محددة لمشكلة أو موقف معين وقدرة الفرد على التعبير عن أفكار متعددة مترابطة خلال إطار زمني محدد عندما يواجه مشكلة أو موقف معين والقدرة على توليد أكبر عدد من الأفكار أو المرادفات عند الاستجابة لمحفز معين خلال فترة محددة [13].

(2) المرونة: قيام الفرد بتغيير الحالة الذهنية عندما يتغير الموقف، بمعنى أنها خلاف التصلب العقلي، فالشخص المبدع مطلوب منه أن يكون مرناً بدرجة عالية حتى يتمكن من تغيير حالته العقلية لكي تناسب الموقف الابداعي.

(3) الاصاله: تعني قدرة على سرعة الإدراك وإنتاج الأفكار الجديدة، والقدرة على خلق أفكار جديدة أو فريدة أو غير عادية أو جديدة كلياً أو مختلفة للغاية أو معقدة من فكرة واحدة أو من أفكار بسيطة [14].

(4) احساس المشكلات: لاشك ان في اكتشاف المشكلة والتحقق من وجودها يمثل خطوة اولى في عملية البحث عن تلك المشكلة [15].

المبحث الثالث- الجانب العملي

أولاً- اختبار فرضيات علاقات الارتباط:

تم اجراء تحليل الارتباط لبيانات البحث وذلك من اجل الوقوف على قيمة الارتباطات البينية بين متغيرات البحث قبل المضي في تحليل علاقات التأثير بينها، وكلما اقتربت درجة الارتباط من الواحد الصحيح فانه يعني ان درجة الارتباط قوية، وإذا ابتعدت عن الواحد الصحيح واقتربت من الصفر فان ذلك يشير الى ضعف العلاقة بين المتغيرات، ويتم اختبار الفرضية الرئيسة الاولى وفرضياتها الفرعية وتشير نتائج الجدول (2) الى الآتي:

• الفرضية الفرعية الاولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة

معنوية بين الحس الاستراتيجي والتفكير الابداعي:

اظهرت نتائج الجدول (2) ان المتغير المستقل (الحس الاستراتيجي) ذو علاقة ارتباط ضعيفة وغير معنوية مع المتغير المعتمد (التفكير الابداعي) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.216).

(1) الحس الإستراتيجي: يركز الحس الاستراتيجي على عمليات تحليل البيئة الإستراتيجية الحالية للمنظمة، وتحديد تصور لمستقبلها، واستنباط أفكار جديدة [6].

(2) الاحساس الإستراتيجي: أن الاحساس الاستراتيجي يؤدي الى حوار حول الافكار المتعارضة والتدابير الفردية نحو الاستراتيجية على المدى الطويل [7]. ويمكن تعريف الاحساس اعتماداً على العديد من الأوصاف بأنه: "شعور بالاحساس بالذات والبيئة، وقد تم تصور هذا المفهوم باسم "القدرة على معرفة شيء ما دون استخدام عمليات التفكير العقلاني أو الإدراك المباشر" [8].

(3) التوافق الإستراتيجي: استناداً إلى أعمال العديد من المؤلفين، ومن بينهم (Yet) وزملائه [9] اعتبروا التوافق الإستراتيجي الفهم المشترك للأولويات الإستراتيجية بين المديرين في المستويات العليا والمتوسطة و/ أو التشغيلية للمنظمة. وأن عدم وجود التوافق بشأن الأهداف الإستراتيجية وآثارها المحتملة على المنظمات يعدّ من المواضيع المهمة والتي درست على مستوى كبير على مر السنين، ولا سيما في مجال إستراتيجية الأعمال.

عرف التوافق الإستراتيجي بأنه "توافق في الآراء في إطار الائتلاف المهيمن على صنع الاستراتيجيات بشأن الوسائل والغايات" [10].

ثانياً- التفكير الابداعي

أ- مفهوم التفكير الإبداعي:

يرى (Kenett) أن التفكير الإبداعي يشير إلى (إيجاد المعرفة وتطويرها، مع التركيز على إحراز التقدم، من خلال تحسين الأفكار فإن حل المشكلات الإبداعية هو فئة مميزة من حل المشكلات تتميز بالحدثة وعدم التقليدية والمثابرة) [11]. هذه الموضوعات الواسعة ترتبط بالتعريفات الرسمية للتفكير الإبداعي، بما في ذلك التفاعلات بين الخبرة الخاصة بالمجال، والعملية المعرفية اللازمة للتفكير الإبداعي، ودوافع المهام. ووفقاً لكل من الباحثين عرافاً (أنه التفكير الذي يمكّن العاملين من تطبيق خيالهم لتوليد الأفكار والأسئلة والفرضيات، وتجربة البدائل، وتقييم أفكارهم وأفكار أقرانهم، والمنتجات والعمليات النهائية) [12].

ب- ابعاد التفكير الابداعي:

بعد محاولة الاطلاع على الدراسات العلمية التي تمت الاستعانة بها

(0.365)، اما بالنسبة للأبعاد التابعة للمتغير المعتمد فقد بلغت قيم الارتباط مع المرونة معنوية، اما العلاقة مع الابعاد المتبقية فهي غير معنوية لان مستوى الدلالة كان اكبر من (0.05) وهذه النتائج تثبت تحقق الفرضية بشكل جزئي.

• الفرضية الرئيسية الاولى:

اظهرت نتائج الجدول (2) ان المتغير المستقل (الذهول الاستراتيجي) اظهر علاقة ارتباط معنوية وطردية مع المتغير المعتمد (التفكير الابداعي) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.438). وهذه النتائج تثبت تحقق الفرضية بشكل جزئي. وكما موضح في الجدول (2):

الجدول (2) مصفوفة معاملات الارتباط بين الذهول الاستراتيجي والتفكير الابداعي

	x1	x2	x3	X	y1	y2	y3	y4	Y
x1	1	.296*	.312*	.788**	.151	.173	.252	.026	.216
المعنوية (P)		.032	.023	.000	.281	.216	.068	.851	.121
x2	.296*	1	.311*	.689**	.235	.303*	.332*	.329*	.421**
المعنوية (P)	.032		.023	.000	.090	.027	.015	.016	.002
x3	.312*	.311*	1	.713**	.212	.372**	.217	.240	.365**
المعنوية (P)	.023	.023		.000	.127	.006	.118	.083	.007
x	.788**	.689**	.713**	1	.264	.371**	.360**	.246	.438**
المعنوية (P)	.000	.000	.000		.056	.006	.008	.075	.001

التي جاءت خارج القيمة المقبولة والتي تشترط ان تكون قيمتها اصغر من (0.05). وهذا يؤشر عدم قبول الفرضية.

• الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين الاحساس الاستراتيجي والتفكير الابداعي:

ان النتائج التحليلية ضمن الجدول تثبت وجود علاقة تأثير معنوية بين المتغيرين حيث بلغت قيمة الثابت للانحدار ($a = 1.540$) وقيمة معامل ميل الانحدار ($\beta = 0.453$)، وان النموذج قادر على تفسير (17.8 %) بالاعتماد على قيمة معامل التفسير (R^2)، وان النموذج هو نموذج معنوي فقد سجلت احصاء (F) قراءة اكبر من قيمة (F) الجدولية، ويدعمها قيمة (P) التي جاءت ضمن القيمة المقبولة والتي تشترط ان تكون قيمتها اصغر من (0.05). وهذا يؤشر قبول الفرضية.

• الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الاحساس الاستراتيجي والتفكير الابداعي:
اظهرت نتائج الجدول (2) ان المتغير المستقل (الاحساس الاستراتيجي) ذو علاقة ارتباط معنوية وطردية مع المتغير المعتمد (التفكير الابداعي) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.421). وهذه النتائج تثبت تحقق الفرضية بشكل جزئي.

• الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين التوافق الاستراتيجي والتفكير الابداعي:
اظهرت نتائج الجدول (2) قبول الفرضية إذ ان المتغير المستقل (التوافق الاستراتيجي) اظهر علاقة ارتباط معنوية وطردية مع المتغير المعتمد (التفكير الابداعي) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط

ثانياً- اختبار علاقات التأثير بين المتغيرات

من اجل التعرف على علاقات التأثير بين المتغيرات والذي افترضته الفرضية الرئيسية الثانية وفرضياتها الفرعية والتي تنص بوجود علاقة التأثير بين المتغيرات يتم اللجوء الى اسلوب تحليل الانحدار واحساب مؤشرات الانحدار للتأثير الثابت الفا (a) وميل تأثير الانحدار بيتا (β) ومعامل التفسير (R^2) والتعرف على المعنوية من خلال احتساب قيمة (F) المحتسبة ومقارنتها مع القيمة الجدولية بالإضافة الى الاختبار على المستوى العملي باعتماد اسلوب النمذجة الهيكلية.

• الفرضية الفرعية الاولى: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين الحس الاستراتيجي والتفكير الابداعي:

ان النتائج التحليلية ضمن الجدول (3) تثبت وجود علاقة تأثير ضعيفة وغير معنوية بين المتغيرين حيث سجلت احصاء (F) قراءة غير مقبولة وادنى من قيمة (F) الجدولية، كذلك قيمة (P)

• **الفرضية الرئيسية الثانية:** توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين الذهول الاستراتيجي والتفكير الابداعي:

ان النتائج التحليلية ضمن الجدول تثبت وجود علاقة تأثير معنوية بين المتغيرين حيث بلغت قيمة الثابت للانحدار ($a = 1.200$) وقيمة معامل ميل الانحدار ($\beta = 0.563$)، وان النموذج قادر على تفسير (19.2%) بالاعتماد على قيمة معامل التفسير (R^2)، وان النموذج هو نموذج معنوي فقد سجلت احصاءة (F) قراءة اكبر من قيمة (F) الجدولية، ويدعمها قيمة (P) التي جاءت ضمن القيمة المقبولة والتي تشترط ان تكون قيمتها اصغر من (0.05). وهذا يؤشر قبول الفرضية. وكما موضح في الجدول (3):

• **الفرضية الفرعية الثالثة:** توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين التوافق الاستراتيجي والتفكير الابداعي:

ان النتائج التحليلية ضمن الجدول تثبت وجود علاقة تأثير معنوية بين المتغيرين حيث بلغت قيمة الثابت للانحدار ($a = 1.886$) وقيمة معامل ميل الانحدار ($\beta = 0.372$)، وان النموذج قادر على تفسير (13.3%) بالاعتماد على قيمة معامل التفسير (R^2)، وان النموذج هو نموذج معنوي فقد سجلت احصاءة (F) قراءة اكبر من قيمة (F) الجدولية، ويدعمها قيمة (P) التي جاءت ضمن القيمة المقبولة والتي تشترط ان تكون قيمتها اصغر من (0.05). وهذا يؤشر قبول الفرضية.

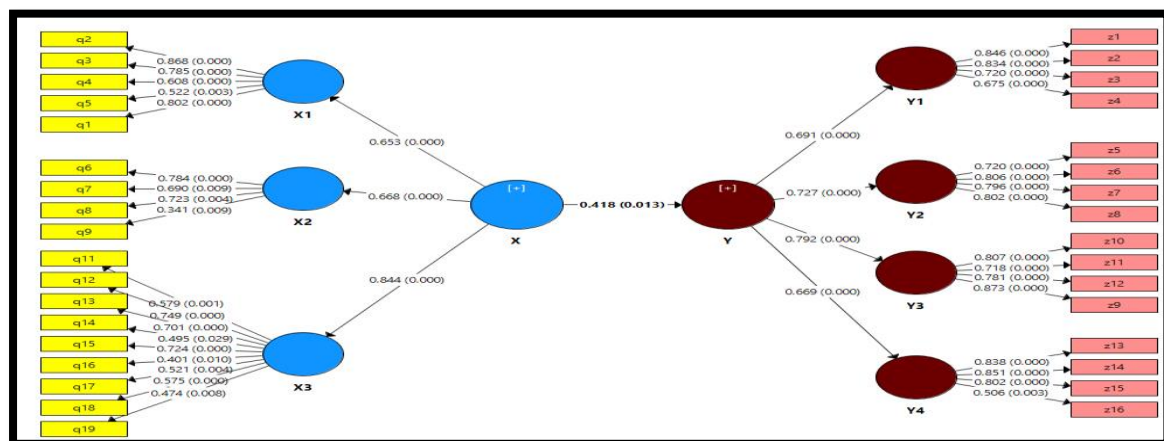
الجدول (3) نتائج علاقات التأثير بين الذهول الاستراتيجي والتفكير الابداعي

مستوى الدلالة	قيمة (F) الجدولية		قيمة (F) المحسوبة	معامل التفسير (R^2)	قيمة بيتا (B)	قيمة بيتا (a)	المتغيرات
	0.01	0.05					
0.121	7.314	4.084	2.484	0.046	0.171	2.591	الحس الاستراتيجي
0.003	7.314	4.084	11.014	0.178	0.453	1.540	الاحساس الاستراتيجي
0.007	7.314	4.084	7.848	0.133	0.372	1.886	التوافق الاستراتيجي
0.001	7.314	4.084	12.100	0.192	0.563	1.200	الذهول الاستراتيجي

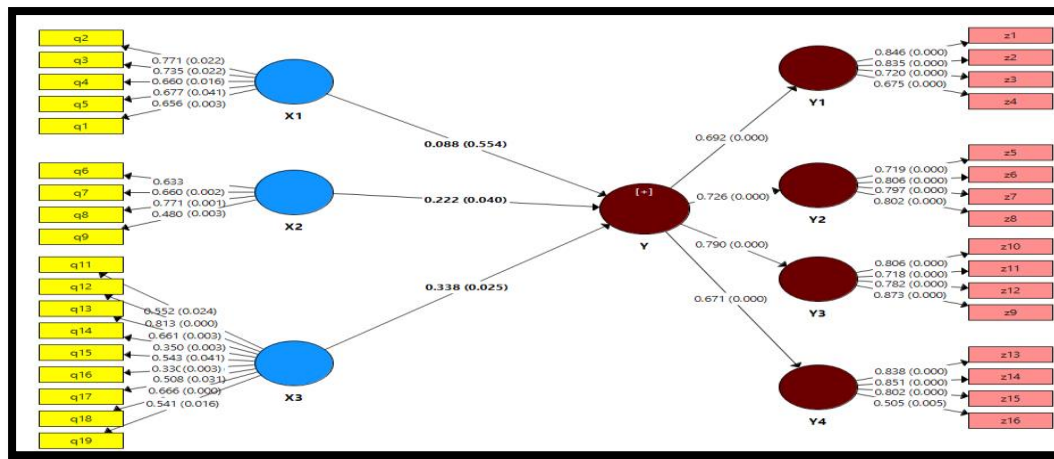
حيث يشير مستوى الدلالة المعنوية الى انه اكبر من (0.05).
(2) هنالك علاقة تأثير معنوية للبعد الاحساس الاستراتيجي في التفكير الابداعي بلغت (0.222) وهي علاقة معنوية حيث يشير مستوى الدلالة المعنوية الى انه اصغر من (0.05).
(3) هنالك علاقة تأثير ضعيفة للتوافق الاستراتيجي في التفكير الابداعي بلغت (0.338) وهي علاقة معنوية حيث يشير مستوى الدلالة المعنوية الى انه اصغر من (0.05).

يتضح من الانموذجين في الشكل (2) و (3) والجدول (4) بان تأثير الذهول الاستراتيجي في التفكير الابداعي على المستوى الهيكلي المتعدد يؤثر بقيمة (0.418) وان العلاقة معنوية حيث يشير مستوى الدلالة المعنوية الى انه اصغر من (0.05) وهذا يشير الى تحقق الفرضية الرئيسية الثانية على المستوى المتعدد. وبالنسبة للأبعاد كانت النتائج كالآتي:

(1) هنالك علاقة تأثير ضعيفة للبعد الحس الاستراتيجي في التفكير الابداعي بلغت (0.088) وهي علاقة غير معنوية



الشكل (2) انموذج التأثير بين المتغيرات على المستوى الهيكلي للنموذج الكلي



الشكل (3) انموذج التأثير بين المتغيرات على المستوى الهيكلي للعوامل

الجدول (4) خلاصة علاقات التأثير بين المتغيرات

مسار التأثير	التأثير	قيمة (T) المحسوبة	مستوى الدلالة
X1 -> Y	0.088	0.591	0.554
X2 -> Y	0.222	2.054	0.040
X3 -> Y	0.338	2.249	0.025
X -> Y	0.418	2.501	0.013

نسبة تأثير ذلك المتغير المستقل في المتغير المعتمد وهذا ما يؤكد صحة الفرضيات.

(4) تستخدم الوزارة المبحوثة التوافق الإستراتيجي كمدخل لاستثمار مواردها بأكبر قدر ممكن من الكفاءة والبناء، وهذا يأتي من خلال سعيها الجاد إلى تحقيق أفضل إستراتيجية لتحقيق أهدافها المرجوة والتي تتحقق بتوافق العاملون مع الاستراتيجية الشاملة بصورة مطلقة.

ثانياً- التوصيات

في ضوء الاستنتاجات الذي توصل إليها البحث يمكن صياغة عدد من التوصيات وكالاتي:-

(1) لا بد من اهتمام الوزارة عينة البحث بإيجاد توافق إستراتيجي يعمل فعلاً على تلبية رغباتهم وتنفيذ توقعاتهم، واتخاذ ظروف عمل إنسانية، التي بدورها تنعكس على تحفيز التفكير الإبداعي.

(2) إقامة ندوات علمية ومؤتمرات متخصصة بكيفية تحفيز التفكير الإبداعي واستثمار هذه الندوات في صياغة إستراتيجية واضحة المعالم في تحسين عمل الوزارة عينة البحث.

المبحث الرابع - الاستنتاجات والتوصيات

أولاً- الاستنتاجات

توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات وكالاتي:-

(1) ظهور تقبل إيجابي لأفراد عينة البحث في الوزارة المبحوثة اتجاه توفر فقرات متغيرات الذهول الإستراتيجي وهذا يعني إدراكهم لأهمية هذا المفهوم ونمطه والذي يسهم في تحسين التفكير الإبداعي في الوزارة من خلال توافر التوافق الإستراتيجي والقادر على تذويب المشاكل التي تواجه الأفراد العاملين في تلك الوزارة.

(2) أثبتت نتائج التحليل الإحصائي على صحة فرضية البحث الأولى بوجود علاقة ارتباط معنوية إيجابية بين الذهول الإستراتيجي والتفكير الإبداعي، وهذا يعني بأن إدراك الملاك الوظيفي في وزارة المالية عينة البحث لأبعاد الذهول الإستراتيجي سوف يسهم في تحفيز التفكير الإبداعي وانعكاس ذلك على أدائها التنظيمي.

(3) وجود تأثير إيجابي للذهول الإستراتيجي في التفكير الإبداعي، مما يعني وجود تأثير معنوي لإدراك الملاك الوظيفي في الوزارة عينة البحث لأبعاد الذهول الإستراتيجي وانعكاس ذلك التأثير في تحفيز التفكير الإبداعي، وهذا واضح من خلال قيم معاملات الانحدار المعيارية وقيم (t)، وتفسير

[7]Hume, Anne Leonard, (2013). "Review exploring the strategic potential of internal communication in international non-governmental organizations" Jessica Elsevier Inc. All rights reserved.

[8]Webster's Online Dictionary,2010.

[9]Yao, Qi, et al. (2024),"The penetration effect of digital leadership on digital transformation: the role of digital strategy consensus and diversity types." *Journal of Enterprise Information Management* 37.3: 903-927.

[10]Pandza, K., & Thorpe, R. (2009). Creative search and strategic sense-making: missing dimensions in the concept of dynamic capabilities. *British Journal of Management*, 20, S118-S131.

[11]Kenett, Y. N. (2024). The role of knowledge in creative thinking. *Creativity Research Journal*. Advance online publication.

[12]Kampylis, P. & Berki, E. (2014). Nurturing creative thinking. [pdf] International Academy of Education, UNESCO, p. 6. Available at: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002276/227680e.pdf>.

[13]Abdullah, W. M., & Saeed, H. K. (2024). The Effect of Empowering Leadership on Creative Performance: An Analytical Research in Diyala General Company. *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 30(140), 136-152.

[14]Mrayyan, Salwa. (2016), "Investigating mathematics teacher's role to improve students' creative thinking." *American Journal of Educational Research* 4.1 (2016): 82-90.

[15] محمود، اسيل هادي، (2008)، "الركائز الاساسية للتفكير الابداعي واثرها في حل المشكلات الادارية (دراسة تطبيقية في امانة بغداد).

(3) ضرورة الاستفادة من المفاهيم النظرية والتطبيقات العملية وغيرها المستعملة في البحث الحالي وما توصل إليه من استنتاجات لتطبيقها في وزارات أخرى.

(4) لابد على الوزارة المبحوثة أن تسعى جاهدة إلى اكتشاف المشكلة مبكراً والتحقق من وجودها وهذا يسهم في زيادة إدراكها إن وجود حالة عدم اليقين يمكن أن تعيق عملية التفكير الإبداعي فيها وتحد من قدرتها على توليد الأفكار المبتكرة.

المصادر

[1] Dogan, Ö., & Şimşek, Y. (2017). Lecturers' consciousness Level And Views On Strategic Planning. *Electronic Journal of Social Sciences*, 16(62).

[2] Lorini, Emiliano, and Cristiano Castelfranchi. "The cognitive structure of surprise: looking for basic principles." *Topoi* 26 (2007): 133-149.

[3] Alabadi, Hashim Fawzi, Majid Jabbar Ghazzayb, and Natalya Ahmed. (2020), "The Role of Strategic Sense in Reducing Organizational Decline: Case Study of the Najaf Cement Factory." *International Journal of Innovation, Creativity and Change* 11.8: 796-818.

[4] Naktiyok, A., Karabey, C.N. and Timuro÷lu, M.K. (2009), *Stratejik Bilinç: øðletmelerin Stratejik Bilinç Düzeyinin øncelenmesi*, ømaj YayÖnevi, østanbul.

[5]Dogan, Ö., & Şimşek, Y. (2017). Lecturers' consciousness Level And Views On Strategic Planning. *Electronic Journal of Social Sciences*, 16(62).

[6]Ostolaza, Benito J. M., & Llopis, Sanchis J. A. (2014). "Training strategic thinking: Experimental evidence". *Journal of business research*, 67(5), 785-789.