



P-ISSN: 2789-1240 E-ISSN:2789-1259

NTU Journal for Administrative and Human Sciences

Available online at: <https://journals.ntu.edu.iq/index.php/NTU-JMS/index>



The role of self-awareness in achieving strategic renewal An analytical study of the opinions of administrative leaders in a sample of Iraqi private universities

1st. Noor Aboud Ali ¹, 2nd Dr. Maysoon Abdullah AL-Shilema ²

1. College of Administration and Economics, University of Mosul.
2. College of Administration and Economics, University of Mosul.

Article Informations

Received: 25 - 09 - 2022,
Accepted: 24 - 10 - 2022,
Published online: 01 – 04 -2023

Corresponding author:
Name: Noor Aboud Ali
Affiliation: College of
Administration and Economics,
University of Mosul.
Email: Na1119342@gmail.com

Key Words:
self-awareness
strategic renewal
private universities

ABSTRACT

Abstract: This study aims to clarify the role of self-awareness as an independent variable represented by (the cognitive dimension, the emotional dimension, the behavioral dimension, and self-confidence) in achieving strategic renewal as a dependent variable represented by (exploratory strategic renewal, investment strategic renewal, and strategic renewal at the level of Entrepreneurship, leadership participation), and the descriptive analytical approach was adopted, in order to present the theoretical side of the study, and analyze and interpret the data obtained. University Heritage), and an intentional random sample was selected, with (60) individuals from the administrative leaders in (10) faculties of The surveyed universities, and a questionnaire was distributed to them, (53) valid questionnaires were answered for analysis, and the data was analyzed by adopting a set of statistical methods in the (SPSS) program, in order to test hypotheses, and verify their validity, and based on the results of the description and diagnosis of the study variables, and their dimensions And for the results of testing the relationships that were identified, the study reached a set of conclusions, the most important of which are: There is a significant correlation between self-awareness and strategic renewal, as well as a significant effect of self-awareness in strategic renewal, and the study included A number of proposals for universities, the most important of which is the need to increase the interest of the surveyed universities in self-awareness because of its role in achieving strategic renewal and making it a part of its culture and working to disseminate it at all levels of the university and encourage the presentation of innovative and creative ideas that contribute to investing in leaders' self-awareness perceptions.



دور الوعي الذاتي في تحقيق التجديد الاستراتيجي

دراسة تحليلية لآراء القيادات الادارية في عينة من الجامعات الاهلية العراقية

د. ميسون عبدالله الشلمة

استاذ مساعد/ ادارة الاعمال

كلية الادارة والاقتصاد/ جامعة الموصل

نور علي عبود العبيدي

مدرس مساعد/ ادارة الاعمال

كلية الادارة والاقتصاد/ جامعة الموصل

المستخلص : تهدف هذه الدراسة الى بيان دور الوعي الذاتي بوصفه متغير مستقلا متمثلا ب (البعد المعرفي ، والبعد الانفعالي ، والبعد السلوكي ، والثقة بالنفس) في تحقيق التجديد الاستراتيجي بوصفه متغيرا معتمد متمثلا ب (التجديد الاستراتيجي الاستكشافي ، والتجديد الاستراتيجي الاستثماري ، والتجديد الاستراتيجي على مستوى ريادة الاعمال ، ومشاركة القيادة) ، وتم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي ، وذلك لطرح الجانب النظري للدراسة ، وتحليل البيانات التي تم الحصول عليها وتفسيرها ، فكانت استمارة الاستبانة اداة رئيسة لجمع البيانات من الجامعات المبحوثة ، والمتمثلة ب (كلية الحداثة الجامعة، وكلية النور الجامعة ، وكلية التراث الجامعة) ، وقد تم اختيار عينة عشوائية قصدية ، وواقع (٦٠) فردا من القيادات الادارية في (١٠) كليات من الجامعات المبحوثة ، وتم توزيع استمارة استبانة عليهم ، تمت الاجابة على (٥٣) استبانة صالحة للتحليل ، وجرى تحليل البيانات باعتماد مجموعة من الأساليب الإحصائية في برنامج (SPSS) ، وذلك لاختبار الفرضيات ، والتأكد من صحتها ، واستنادا الى نتائج الوصف والتشخيص لمتغيرات الدراسة ، وابعادها ، ولنتائج اختبار العلاقات التي تم تحديدها توصلت الدراسة الى مجموعة من الاستنتاجات اهمها : وجود علاقة ارتباط معنوية بين الوعي الذاتي والتجديد الاستراتيجي، وكذلك وجود تأثير معنوي للوعي الذاتي في التجديد الاستراتيجي، وتضمنت الدراسة عدداً من المقترحات للجامعات اهمها ضرورة زيادة اهتمام الجامعات المبحوثة بالوعي الذاتي لما له من دور في تحقيق التجديد الاستراتيجي وجعلها جزءاً من ثقافتها والعمل على نشرها في جميع مستويات الجامعة والتشجيع على تقديم الأفكار الابتكارية والإبداعية والتي تسهم في استثمار مدركات الوعي الذاتي عند القادة. الكلمات المفتاحية: الوعي الذاتي، التجديد الاستراتيجي ، الجامعات الاهلية

المقدمة : في ظل التغيرات المتسارعة على مختلف المجالات المحيطة بالمنظمات ولا سيما في ظل بيئة تتميز بدرجة عالية من التنافسية جعلت من المنظمات أن تطور أعمالها في مختلف الاتجاهات معتمدة بذلك على الابتكار والإبداع، والتجديد ، والقيام بكل ما هو جديد لسوق العمل بما يحقق الاستجابة السريعة لتلك المتغيرات، فضلا عن ادراكها لأهمية التكيف والنمو مع التحديات التي تحصل في البيئة، وفي ضوء تلك التحديات والأحداث التي تمر بها المنظمات فقد تنشأ ظواهر ومفاهيم واستراتيجيات جديدة ذات أهمية بالغة في مستقبل المنظمات عموماً، ومن أبرز تلك الظواهر التجديد الاستراتيجي الذي يعد منهاجاً فكرياً مهماً لتسهيل أعمال المنظمات وبقائها ونموها واستمرارها في ضوء تلك التحولات المتسارعة، إذ أن بقاء المنظمات ونموها على المدى الطويل في ظل بيئة الأعمال المعقدة وسريعة التغير قد يتوقف على مستوى الوعي الذاتي الذي يمتلكه القادة ، وتطوير مستوى وعيهم لإيجاد التوازن بين بيئة الداخلية والخارجية. (Jack, & Miller, 2008, p ٣٥)، وفي هذا الإطار تأتي أهمية حصر اهم مهارات القائد الناجح ومهارة الوعي بالذات ، والتي تعتبر احدى مهارات إعادة هندسة الذات حيث يعد الوعي من العوامل الهامة في شخصية القائد ، ومن المؤشرات الدالة على جودة ادائه وتسهم في تحقيق النجاح والتميز في حياته لأنه من خلالها يتعرف على ذاته بطريقة صحيحة عبر ادراكه لقدراته، امكانياته، ومواطن القوة والضعف، ومعرفة ميوله، واتجاهاته، وقدرته على اتخاذ القرارات الصائبة. (Aguado et al,2021: p ٨٩)

ويسهل عليه التواصل مع الاخرين في جميع مجالات الحياة، وهذا بدوره يساعده في الوصول الى حالة الانسجام والتفاعل وزيادة القدرة على تطوير الذات بما تتاح له من فرص لتوليد وتكوين افكار جديدة، والعمل على استثمارها، وقد بين (Fung, 2011:p ٩٨) وجود علاقة ايجابية بين الوعي بالذات، وقبول الذات، ونوعية العلاقات مع الاخرين، ويتكون الوعي بالذات من القدرات العاطفية التي تمكن القادة بان يكونوا اكثر فعالية، ولديهم علاقات ناجحة في مكان العمل حيث ذكر (Okpara & Edwin, 2015: p ٥٣). بان الافراد الذين على معرفة بعواطفهم هم اكثر فعالية في مكان العمل فهم يدركون، ويفهمون مزاجهم، وعواطفهم، واحتياجاتهم، ولذلك فالأهمية الوعي الذاتي، والتجديد الاستراتيجي لمنظمات الأعمال المعاصرة جرى اختيارهما ليكونا المتغيرين الرئيسيين للدراسة الحالية وتحققاً لما تقدم فإن هيكليّة الدراسة تتكون من خمسة مباحث خصص المبحث الأول لعرض الإطار المنهجي للدراسة، ويتناول المبحث الثاني الإطار النظري للوعي الذاتي، والمبحث الثالث الإطار النظري الخاص بالتجديد الاستراتيجي، والمبحث الرابع يركز على الإطار الميداني للدراسة، أما المبحث الخامس فيعرض أهم الاستنتاجات والمقترحات التي توصلت إليها الدراسة الحالية.

المبحث الاول/ منهجية الدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة: تأتي مشكلة هذه الدراسة من الاطلاع على الدراسات والنظريات ذات الصلة بمتغيرات الدراسة، وهناك العديد من الدراسات التي اهتمت بدراسة الوعي الذاتي، ومدى تأثيره في اداء القيادات الادارية، واذا كان وعي الفرد المعاصر بمجالات الحياة كافة ضرورة قائمة، فان الوعي السيكولوجي، والوعي الذاتي يصبح اكثر اهمية لأنه يدرس الفرد باعتباره المورد الاغلى في الحياة، وان معرفة النفس، والشعور بها، وادراكها ينبع من ملاحظة الفرد لذاته، والادراك التام لحقيقة مشاعره بالتحدي ، كما ان وعي الفرد لذاته يسهم في ضبط الانفعالات، ومواجهة المواقف الصعبة، وضبط الفرد لسلوكه وتصرفاته (Erden: 2015، p1465)، فعلى الرغم من التحديات الكبيرة التي تشهدها المؤسسات التعليمية، ومنها الجامعات الاهلية نتيجة للتطورات المعقدة والسريعة التي طرأت في العالم المتمثلة بالعولمة، والانفتاح التجاري والاقتصادي بين الدول، والتي فرضت بدورها واقعاً جديداً عليها مما يتطلب من إدارتها التعامل والتكيف معها وبما يمكنها من تعزيز قدرتها على تحمل المخاطر وعلى نحو يوفر لها البقاء والنمو والاستدامة في البيئة المحيطة بها، وعليه فقد بات من الضروري على الجامعات الاهلية التي تسعى الى تحقيق البقاء، والنمو، والاستدامة، ان تكون لها ادارات واعية قادرة على ايجاد نوع من التناغم بين ما تمتلكه قياداتها الادارية من ابعاد الوعي الذاتي وما تتطلبه من ابعاد التجديد الاستراتيجي، وبناءً على ما سبق تتمثل مشكلة الدراسة في مدى قدرة الجامعات الاهلية على تحقيق التجديد الاستراتيجي اعتماداً على ما تمتلكه من أبعاد الوعي الذاتي ، ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤلات الآتية:

١. ما مدى توافر أبعاد الوعي الذاتي في الجامعات المبحوثة؟
 ٢. ما مدى توافر ابعاد التجديد الاستراتيجي في الجامعات المبحوثة؟
 ٣. ما طبيعة علاقة الارتباط والأثر بين الوعي الذاتي والتجديد الاستراتيجي بأبعادهم لدى المنظمة المبحوثة؟
- ثانياً : أهمية الدراسة :** تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها تناولت مجالاً مازالت هناك الندرة في الدراسات الميدانية التي أجريت في هذا المجال، كما تكتسب الدراسة أهميتها الميدانية كون نتائجها يمكن أن تستفيد منها الجامعات الحكومية، والجامعات المبحوثة بخاصة، ويمكن ترشيد إدارتها إلى أفضل السبل لتعزيز أبعاد الوعي الذاتي، وتوفير ابعاد التجديد الاستراتيجي وفيما يمكن أن يعكس ذلك إيجابيا في أداء تلك الجامعات وقدرتها على التكيف والعمل في بيئة الأعمال المعاصرة
- ثالثاً : أهداف الدراسة:** يتمثل الهدف الأساسي للدراسة الحالية في محاولة الكشف عن دور الوعي الذاتي في تحقيق التجديد الاستراتيجي، فضلاً عن سعيها لتحقيق الأهداف الفرعية الآتية:
١. بلورة إطار نظري عن مفهوم الوعي الذاتي، وأهميته، وأبعاده، والتجديد الاستراتيجي وأهميته، وأبعاده، وذلك بمراجعة الدراسات والأبحاث التي تناولت هذين المفهومين لتقديم إطار مفاهيمي.
 ٢. التعرف على مستوى توافر أبعاد الوعي الذاتي، وأبعاد التجديد الاستراتيجي في الجامعات المبحوثة.

٣. تشخيص قدرة الجامعات المبحوثة في تحقيق التجديد الاستراتيجي اعتماداً على أبعاد الوعي الذاتي .
 ٤. اختبار علاقات الارتباط، والاثر، بين الوعي الذاتي، والتجديد الاستراتيجي في الجامعات المبحوثة.
 ٥. اختبار علاقة التأثير لأبعاد متغير الوعي الذاتي على متغير التجديد الاستراتيجي
- رابعاً: فرضيات الدراسة :** استندت الدراسة على الفرضيات الآتية:
- الفرضية الرئيسية الاولى: لا يوجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الوعي الذاتي والتجديد الاستراتيجي.
- وتنبثق من الفرضية الرئيسية الاولى الفرضية الفرعية الآتية:
- لا يوجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين ابعاد متغير الوعي الذاتي وابعاد متغير التجديد الاستراتيجي
- الفرضية الرئيسية الثانية: لا يوجد علاقة أثر بين الوعي الذاتي والتجديد الاستراتيجي.
- الفرضية الرئيسية الثالثة: لا يوجد تأثير لأبعاد متغير الوعي الذاتي على متغير التجديد الاستراتيجي.
- خامساً: حدود الدراسة**
١. الحدود المكانية للدراسة: تمثلت بعينة من الجامعات الاهلية والمتمثلة (بكلية الحداثة الجامعة، وكلية النور الجامعة، وكلية التراث الجامعة).
 ٢. الحدود الزمانية للدراسة: انحصرت حدود الدراسة الزمانية في الفترة بين ٢٠٢٢/٧-٢٠٢٢/٩.

المبحث الثاني/الإطار النظري

أولاً: الوعي الذاتي

١. مفهوم الوعي الذاتي: غالباً ما يُنظر إلى الوعي الذاتي على أنه عنصر حاسم في القيادة والمناخ الوظيفي، وبالتالي أصبح من السمات الأساسية في تطوير القيادة والتعليم الإداري، ولقد أصبح من المواضيع الشائعة في أدبيات الإدارة. (Feize & Faver: ٢٠١٩، p159-176)، وقد حظي مفهوم الوعي بالذات اهتمام الكثير من الباحثين، وكان موضوع نشط في مختلف المجالات، ومنها مجال علم النفس الاجتماعي، وله دور كبير في تدعيم السلوكيات الاجتماعية الايجابية، حيث يؤدي دوراً مهماً في تحقيق قيم الايثار لدى الافراد (Lawrence et al, 2018:p٦٣٤)، وقد تنوعت توجهات الباحثين في التعبير عن الذات، والوعي بها، حتى ان بعضهم قد اسس نظرية خاصة للبحث في عملية الوعي بالذات وعلاقتها بالسلوك اذ تعبر عن شكل معقد من اشكال الانتباه الذاتي الذي يحتوي عن تقويم الذات، مما يجعل الفرد نشطاً في تحديد مجموعة من المعلومات عن ذاته ، وبجهازها ، ويخزنها في ذاكرته (AL-Bayoumi, 2020:p٢٧٠))، فهذا لا توجد غرابة في تنوع الرؤية للذات لمفهومها من جهة، واتجاهاتها من جهة اخرى، فهناك من يراها كصفة يمكن الاستدلال عليها، وهي جزء من الذات، وتعد الذات وجه من اوجه الشخصية، وهناك من يراها كحالة عابرة، أي لحظة انتباه الفرد للموقف،

وهناك من يراها عنصر اساسي من عناصر اعادة هندسة الذات (Caldwell, 2009:p. ٣٩٣)، وقد اختلفت اراء الباحثين في وضع مفهوم محدد للوعي بالذات حيث قام الكثير منهم بوضع مفاهيم متشابهة حيناً، ومختلفة في احيان اخرى كلا حسب وجهة نظره للمفهوم، وقد استخدم بعض الباحثين الوعي بالذات ليعبروا عن جميع الافكار، والمشاعر، والمعتقدات المتكونة لدى الفرد عن ذاته، والتي تعبر عن خصائصه الجسمية والعقلية، والشخصية كما تعبر في الغالب عن معتقداته، وقيمه، وقناعاته، وطموحاته، وخبراته السابقة، وعليه فيعرفه (Eriksen, ٢٠٠٩:٧٦٥) بأنه وجود معرفة واعية عن الذات، حول معتقدات الفرد، وافترضاته، ومبادئه المنظمة، وهياكل المشاعر وعواقبها على تجاربه اليومية، ويصفه (Taylor, ٢٠١٠: ٥٧-٦٨) بأنه رؤية القائد لذاته من الداخل، بما تتضمنه من نقاط قوته، ونقاط ضعفه، وقيمه، ووجهة نظر الآخرين في قدراته القيادية، وكيفية تأثيرها في بيئة العمل، ويرى (Morin, 2011:p. ٨١٧)) بأنه القدرة على ادراك المشاعر، ويكون ذلك من خلال ادراك الفرد لمشاعره الكامنة من خلال المواقف التي تواجهه، ويشمل البقاء في قمة ردود الافعال لهذه المواقف، والمشاكل، والتحديات، والأشخاص هذا من جهة، ومن جهة اخرى فان الوعي بالذات المرتفع يتطلب استعدادا لتحمل انعكاس المشاعر التي قد تكون سلبية.، كذلك يعد عملية تقييمية يقوم فيها الأفراد. (البارودي ٢٠١٥، ٣٢) بأنه الوعي بمشاعر، وانفعالات الفرد، والوعي بالأفكار المرتبطة بهذه العواطف والانفعالات، ويعتبر الانتباه المستمر للحالة الشخصية الداخلية هو اساس البصيرة السيكولوجية، والثقة بالنفس، والقدرة على التفكير، والتقييم بدقة، وان سلوكيات الفرد ومهاراته تتجلى في التفاعلات في مكان العمل، ويؤكد (Feize & Faver, ٢٠١٩: ١٥٩) بأنه ادراك الفرد لمشاعره، وافكاره، ومراقبته لذاته، ومعرفة جوانب القصور، والقوة لديه، واتخاذ هذه المعرفة اساسا تساعده على اتخاذ القرارات الصائبة، وفهم مشاعر، وانفعالات، وافكار الآخرين، مما يساعد على اقامة علاقات ايجابية معهم.

٢: اهمية الوعي الذاتي: يعد الوعي بالذات احد المكونات الاساسية للشخصية الانسانية حيث يتعرف الفرد من خلاله على حدود امكاناته، وطاقاته، ومن خلاله يخطط، ويضع اهدافه، وعن طريقه يتقدم، ويثابر، ويصمد في الحياة، ووعي الفرد بذاته يكسبه القدرة على التأمل الداخلي، ونظرة ثاقبة لنقاط القوة، والضعف، والميزات، والعيوب، والافكار، والخواطر، والمعتقدات، والمثل العليا (Sturm et al, 2014:p. ٦٥٧-٦٧٧) كما يمثل الوعي بالذات اولى الخطوات لبناء الشخصية، وتكمن أهميته في أنه يساعد الفرد في بناء شخصية واضحة المعالم، ويمكنه على تنظيم ذاته، ويعد الوعي بالذات من المحددات المهمة التي تساعده على تنظيم ذاته، وللقيام بالتنظيم الذاتي يتوجب على الفرد ان يراقب ظروفه الحالية بما في ذلك التقدم خلال البيئة، وان يتابع تقدمه نحو الهدف الذي يطمح اليه، ومن ثم اعادة تقييم النتائج المرغوبة، وهذه المهام جميعها تصل درجة معينة من الوعي بالذات. (Ashley, 2012:p76 et al)

٣. **ابعاد الوعي الذاتي:** تعددت رؤى ووجهات نظر الباحثين في تحديد ابعاد ، ومكونات الوعي ان الوعي الذاتي يتكون من ثلاث ابعاد أساسية (Ashley & Reiter,2012:p١٥)) حيث أشار وهي: الوعي الوجداني (**Emotional Awareness**) والذي يشير الى قدرة الفرد على قراءة مشاعره الخاصة، وادراك تأثيراتها مستخدماً الوعي الدقيق بما يمكنه من ادارة قراراته لاحقاً، والبعد الثاني يتمثل بالتقييم الدقيق للذات (**Accurate Self-Assessment**)، والذي يقصد به ادراك الفرد لنقاط القوة، والضعف لديه، البعد الثالث هو الثقة بالنفس (**Self Confidence**)، ويصنف (محفوظ ، ٢٠٠١، ١٦٣) الوعي الذاتي الى نوعين، الاول يشمل الوعي بالذات الخاصة وهو الوعي بالجوانب الخفية من الذات، والفرد الذي يمتلك هذا النوع من الوعي لديه معرفة كبيرة بأفكاره، ومشاعره، وانفعالاته، ونزعاته السلوكية، والنوع الثاني يتمثل بالوعي الذاتي الخاص، وهو الوعي بجوانب الذات التي تظهر عليه، او الذات كموضوع اجتماعي يؤثر في الاخرين، والمرتفعون فيه يكونون مهتمون بالكيفية التي يبذلونها فيها يعيرون الاخرين ، ويكونون على وعي بالانطباعات التي يتركونها عنهم لدى الاخرين.

في حين ترى Tanui (et al,2018: 52) بان هناك اربعة ابعاد للوعي الذاتي، وتتمثل بالاتي:

- الثقة بالنفس: يقصد بها بانها شعور عام يكونه الفرد عن ذاته، ويتضمن احساسه بقيمته، وتقبله لذاته، وتقديره، واحترامه لها باعتباره يمتلك من القدرات، والامكانيات، والمهارات التي تؤهله ليعتمد على ذاته في الحكم، والتصرف بطرق ملائمة للمواقف التي يتعرض لها.
- (Egorova&Chertkova,2016:p20)
- مراقبة الافكار: ويقصد بها تمكن الفرد من مراقبة افكاره عن حالته النفسية ومعرفتها بدقة، ومعرفة الاسباب الحقيقية لها وتمييز الافكار الايجابية منها.
- مراقبة المشاعر: ويقصد بها قدرة الفرد على التعرف على مشاعره وقت حدوثها في سكونها وتقلباتها ومعرفة علاقة المشاعر بواقع حياته واستجابته للمواقف
- تقييم الذات: يحدد الفرد ما إذا كان منهماك في الهدف السلوكي، والذي هو من ضمن الأهداف التي تم تحديدها بفترة زمنية معينة، لتقرير ما إذا كان الهدف قد تحقق من أجل التقدم لمرحلة تقوية الذات، وإذا لم يتحقق نحتاج لتعديل الهدف، والرجوع مرة أخرى إلى مراقبة الذات، ولكي ترتفع احتمالية النجاح ينبغي أن تكون الأهداف واقعية وقابلة للتحقيق، ويمكن جعلها قابلة للتحدي كلما حقق الفرد النجاح وبثبات، كما يتم تقييم الذات من خلال قياس مستوى النجاح في تنفيذ الخطط وإعادة ضبط العناصر المؤثرة لذلك فعلى الفرد القيام بالتخطيط وجعله عادةً؛ لأنه وسيلة للنجاح في الحياة، ومتابعة ما تم إنجازه بشكل يومي للتعرف على نقاط القوة، والضعف لديه . (García et al,2016:165)، (بان الوعي الذاتي يشمل (Baleghizadeh & Masoun, 2013, 54) في

حين اشار

ثلاثة ابعاد هي:

- البعد المعرفي: هو معرفة الفرد للأفكار والانفعالات المتعلقة بالأحداث التي يمر بها من خلال الانتباه لها ومراقبتها وتسميتها وإدراك العلاقات فيما بينها
 - البعد الانفعالي: هو استبصار الفرد بانفعالاته والتعبير عنها بشكل دقيق
 - البعد السلوكي: هو قدرة الفرد عن التعبير عن الوعي بذلته من خلال بناء سلوكيات تتمثل في قدرته على اتخاذ القرارات الشخصية، ومراقبة افعاله وعواقبها، وتحديد نقاط القوة والضعف لديه والتعبير عن ثقته بنفسه.
- ويتضح مما سبق اختلاف الكتاب والباحثين في تحديد ابعاد ومكونات الوعي الذاتي حيث كان لكل منهم تقسيمه الخاص، وقد استفادت الباحثة من تعدد رؤى الباحثين في استخلاص ابعاد الوعي الذاتي الذي يناسب الدراسة الحالية، وهذه الابعاد التي استنبطت من الدراسات المذكورة والتي سوف يتم اعتمادها لأعداد مقياس الوعي الذاتي تتمثل ب (البعد المعرفي، والبعد الانفعالي، والبعد السلوكي، وبعد الثقة بالنفس).

ثانياً: التجديد الاستراتيجي

١. مفهوم التجديد الاستراتيجي: يتكون مصطلح التجديد الاستراتيجي من مصطلحين اولهما التجديد الذي يشير الى تنشيط او اعادة توزيع، او استبدال السمات الحالية للمنظمة، وثانيهما الاستراتيجي، وهو طريقة عامة تسعى بها المنظمة لتحويل القدرات الاساسية المرتبطة بالميزة التنافسية، والحفاظ على الأداء وتحسينه (Mostafa & Chittheer، ٢٠٢١: ١٩٩)، وقد جذب التجديد الاستراتيجي انتباه الكثير من الباحثين، والاكاديميين، وذلك باعتباره احد اهم القضايا الجوهرية التي تسعى اليها المنظمات فهو الوسيلة المستمرة لتحسين قدرات، ومهارات العاملين في المنظمات، وزيادة إنتاجيتها، لذا تسعى المنظمات الى اعتماد التجديد ضمن رسالتها، ورؤيتها ومنهجها لتنماشى مع التطورات الجديدة في المجالات المختلفة البيئية، التكنولوجية، والاستراتيجية، التنظيمية، وهو محاولة لإرساء طرائق مفاهيم تتسجم مع الظروف، والمواقف، والازمات التي تمر بها المنظمات، ويعني التجديد جعل الشيء جديداً، والتجديد انشاء شيء جديد، او تبديل شيء قديم، وقد يكون مادياً او كتجديد المسكن، او الملابس، او تجديداً معنوياً كتجديد مناهج التفكير، وطرق التعليم.

وقد عرفه (Agarwal, 2009: p ٢٨١) بأنه أحد العوامل الحاسمة التي تعطي سمعة جيدة لعلاقات المنظمة مع الجهات المعنية) أصحاب المصلحة والزبائن (الذين يؤثرون على الفرص المستقبلية، في حين اشار اليه (Balasubrahmanyam, et al, 2012: p) ١٧٠ بأنه التغيير التكيفي الذي يضمن تحول، او استبدال واحد، او اكثر من السمات الجوهرية التنظيمية مثل المنتجات المقدمة الى الزبائن، والاسواق التي يتم خدمتها، والتكنولوجيا التي يتم توظيفها، والتصميم التنظيمي الذي يتم اعتماده لتحويل المدخلات الى مخرجات، وبين Albert: (٢٠١٣، p166) ان التجديد الاستراتيجي

هو أنشطة مترابطة تربط بين الاداء الحالي ، والمستقبلي للمنظمة في البيئات المتغيرة، وتقوم بتطوير عمليات المنظمة تدريجيا للتكيف المستمر مع تلك المتغيرات البيئية. ويرى (Binns، 2014: 3) بانه عبارة عن نهج جديد يمكن المديرين التنفيذيين من تحويل منظماتهم بشكل استباقي دون الخوف من الأزمات ، مما يجعل أمام المنظمة فرص أكثر للتجديد والتواصل مع الافراد عاطفيا ، وبما يلبي طموحات الإدارة العليا لتحفيز، وتطوير الموظفين إثناء العمل، ووصفه (Kearney، 2015: p426 et al) بانه شكل من التباين بين الاستغلال، والاستكشاف، وبين النضج، والابداع، وبين الكفاءة والمرونة، اي بمعنى تحول المنظمات عن طريق الافكار السائدة التي تم بنائها للتغلب على التهديدات البيئية الخارجية، والمعوقات الداخلية، وفي نفس الوقت تحسين، وتعزيز الاداء، والتخلص من القضايا التقليدية، لذا فهو مجموعة من الابداعات، والابتكارات المستمرة، وتحتاج المنظمات إلى التجديد الاستراتيجي باستمرار ولا تنتهي الحاجة اليه ابا سواءً كان متقطعاً) يمثل تغييراً كبيراً أو مفاجئاً في محتوى الاستراتيجية أو تنفيذها (، أو تدريجياً (يمثل جهداً متواصلًا لتحويل أو تغيير محتوى الاستراتيجية أو التنفيذ وقد يحدث فعلاً عند تطبيق حلول جديدة).

٢: أهمية التجديد الاستراتيجي: يعد التجديد الاستراتيجي من العناصر المهمة التي تساعد المنظمات من تحقيق الازدهار، والتطور التنظيمي (Mishina, 2016:p 18)، ولهذا اعتبرت حاجة المنظمات للتجديد الاستراتيجي ضرورة ملحة لمواجهة التغييرات البيئية، ومتطلبات العمل بشكل مستمر، ومواجهة المنافسين، واحتياجات، ورغبات الزبائن باستمرار، حيث انه من الضروري ان تمتع المنظمات بالقدرة على التكيف مع المتغيرات الداخلية، والخارجية بشكل دائم، وعليه يجب ان تكون المنظمة فاعلة في متابعة التجديد الاستراتيجي الذي يكون نتيجة طبيعية لمرونة المنظمة ومن خلاله تتمكن من تحقيق الميزة التنافسية المستدامة. (Ali&Yasir, 2020:p 118)

واشار (Balasubrahmanyam et al. 2012:p 167) بان أهمية التجديد الاستراتيجي تتجلى في قدرته على تكوين ثروة جديدة من خلال مجموعة جديدة من الموارد التي يمكن تطبيقها عبر استكشاف الفرص الناشئة في البيئة، وتؤكد اسهامات الباحثين بان أهمية التجديد الاستراتيجي تتحدد بالاتي: (Martinez, Glaser, et al, 2015:p320) (Wee, & Taylor, 2018:p1) (et al, 2011: p 3) يحظ التجديد الاستراتيجي بأهمية كبيرة من قبل الكثير من الباحثين إذ أشاروا إليه بالتحدي الذي يكافح من اجله المدبرون، وقد اتسم التجديد الاستراتيجي بمختلف وجهات النظر من التحسين المستمر إلى الابتكار الجذري، ومن التحولات التكنولوجية الى التحولات التنافسية، وكذلك يساهم التجديد الاستراتيجي في تحسين، وتعزيز الأوضاع المرتبطة، في السوق وزيادة اكتشاف فرص النجاح وكيفية استغلاله من خلال التعلم الاستراتيجي ودعم المنظمات على إقامة التحالفات الاستراتيجية للحصول على المعارف والمهارات الإضافية التي تزيد من قدرتها وطاقاتها. كما تتمثل أهميته من خلال سلوكيات المديرين ، وميلهم إلى إلغاء ما هو المعتاد في كل مستوى من

المستويات التنظيمية ، وفي الاستجابة السريعة للتحويلات والتطورات المختلفة في البيئة بدأ من مستويات الإدارة العليا إلى المستويات الدنيا، ويقضي التجديد الاستراتيجي الناجح على نقاط الضعف في استراتيجية المنظمة، وسد الفجوة بين الكفاءات الأساسية الحالية، ويعد الأساس للتطوير الميزة التنافسية في المنظمة (Mishina، ٢٠١٦:١٨)، ويشير (Kariuki، ٢٠٢٢: ٣٧١١٩)) إلى أهمية التجديد الاستراتيجي في تحقيق التناسب الاستراتيجي بين القدرات الداخلية للمنظمة، والتحويلات في البيئة الخارجية، وتشمل (التكنولوجيا، والصناعة، والاسواق)، والتي تتطلب تغيير ممارسات الاعمال، وكذلك مساعدتها على استغلال الفرص، ومواجهة التحديات، ومن جانب آخر تكمن أهمية التجديد الاستراتيجي في ثلاثة مفاهيم الرئيسة، كما يرى (Gilbert ، 2016 :p٣) هي (فهم دورة حياة المنظمة ، والتعرف بوضوح على التكامل الذاتي والوعي الذاتي)، في حين اشار (Pratap & Saha, 2018:p٧٨٣)

3: ابعاد التجديد الاستراتيجي: بالرغم من حداثة موضوع التجديد الاستراتيجي فقد تبنى مجموعة من الباحثين عددا من ابعاد التجديد الاستراتيجي، بحسب وجهات نظرهم المختلفة، ومنطلقاتهم التي عكست ثقافة المدارس التي ينتمون لها والخلفية الفكرية لهم وستعتمد الدراسة الحالية الابعاد التي أشار إليها كلا من (Martinez et al . ٢٠١١ :٤٠))، (كازم، واخرون، ٢٠١٥، ٧٦) ، (همأوندي، ٢٠٢٠ ، ١٢٣) ، (Omar, 2021:p٤٨) كونها من أحدث الدراسات التي تناولت التجديد الاستراتيجي، فضلاً من أن هذه الابعاد تتسجم مع طبيعة وأهداف الدراسة الحالية، وفيما يلي شرح مفصل لهذه الابعاد

1- التجديد الاستراتيجي الاستكشافي: يتمحور الاستكشاف حول السعي إلى التغيير، والبحث عن الفرص الجديدة وغير مسبوقة في البيئة التي تعمل فيها المنظمة، وتجريب حلول جديدة أو نماذج أعمال جديدة في ضوء هذه الفرص (Apilo 2010:p١١٧)، وكذلك يتجسد بأنشطة متعددة، كالتباين، والمخاطرة، والمناورة، والمرونة والأبداع ويتضمن الاستكشاف البحث عن إجراءات تنظيمية جديدة، واكتشاف اساليب جديدة للتكنولوجيا، والأعمال، والعمليات، والمنتجات، ويرى (Martínez et al) (٢٠١١: p98) ، الاستكشاف يعكس الحاجة إلى التجديد المستمر للموارد، والمقدرات، والابتعاد عن الاستمرارية، والمعيارية، والروتين، وهذا يتطلب تجريب التكنولوجيا، والافكار، والنماذج، والمعرفة، والاستراتيجيات، التي تحاول ايجاد طرق جديدة لحل المشكلات القائمة، ويبين (Roosenboom-Kwee ٢٠١١:٩٩٥) et al ، بأن افعال التجديد الاستراتيجي الاستكشافي تشير إلى مبادرات التجديد الاستراتيجي الطويلة مثل بدء اعمال جديدة، وطرح منتجات، وخدمات، تكنولوجيا، وانشطة جديدة، ودخول اسواق، أو مناطق جغرافية جديدة، ومثل هذه الافعال تضيف أنشطة جديدة إلى الأنشطة، والمقدرات الحالية للمنظمة، أو زيادة نطاقها الجغرافي، وعليه فان افعال التجديد الاستراتيجي الاستكشافية تسهم في خلق مسار جديد، أو تغيير المسارات الحالية، وبالتالي

تمثل تحولات استراتيجية جذرية، أو متقطعة، كما يشير الاستكشاف إلى التغيير الغير المألوف كونه هو القدرة على اكتشاف شيء ما فضلاً عن الرغبة والاستعداد لتحمل المخاطرة، أو تجربة، واكتشاف تباينات مختلفة وطرق مبتكرة لعمل الأشياء، كما يشير أيضاً إلى التعلم المكتسب من خلال عمليات منسقة من التباين، والتجريب المخطط، والمناورة، والمرونة، والاكتشاف، والإبداع، ٢٠١٣: (p8 Yigit)، ومن هنا فإن عوائده غير مؤكدة، وبعيدة، وغالبا ما تكون سلبية.

-التجديد الاستراتيجي الاستثماري: يتمحور استثمار الفرص حول كيفية توظيف القابليات، والمهارات، والعمليات، والموارد الموجودة لإدخال تحسينات، وتحديثات على منتجات المنظمة، واستثمار الفرص، وتحسين قدرتها التنافسية، وأن المنظمات تفضل التخالط في أنشطة الاستثمار على المدى القصير؛ لأن عائدات وأرباح استغلال الفرص عادة ما تكون قريبة المنال، ومؤكدة إذ يتم مقارنتها مع عائدات الاستكشاف، فضلاً عن أن استثمار الفرص في مجال المعرفة يجعل الاستثمار في المجال نفسه أكثر كفاءة ومرونة في المستقبل؛ لأن المنظمات تميل إلى تفضيل الاستقرار والقدرة على التنبؤ، فإنها تضع الأسبقية لتأسيس الإبداعات، والأعمال ذات المخاطرة المنخفضة (٢٠١٣: ٢، Degeryd & Graffner.)

-التجديد الاستراتيجي على مستوى ريادة الاعمال: تعتبر ريادة الاعمال من اهم مفاتيح نجاح المنظمات، وكيفية التأثير في التعلم في جميع قطاعات ومجالات الأعمال لمواجهة التحديات العالمية المستقبلية، فالمنظمات بحاجة إلى عقلية تنظيمية تمتلك الميل الريادي وروح المبادرة في تطبيق الريادة في أعمالها (Stephen & Ross, 2015:p ٢)

فقد اكد (٢٠١٣: Mirrahimi) p40 بان ريادة الاعمال تمثل مصدرا من مصادر السلوك الاستراتيجي فهي تمثل القوة الدافعة للتطور الاقتصادي، كما تعد من الدوافع القوية في العملية التنافسية، وسلاح تنافسي لصياغة استراتيجية الاعمال وترتبط بقوة مع الأبداع لإحداث تغيير في النظام التنافسي، وتحتاج إلى شبكة من العلاقات، والتبادلات، والتواصلات الاجتماعية للمشاركة في جميع أنشطة واستراتيجيات المنظمة، ويرى (Fourne, et al, ٢٠١٥:٥٤). ان الميل نحو ريادة الأعمال من أهم مظاهر التجديد الاستراتيجي للتعامل مع الجهات الفاعلة في مختلف المستويات الادارية، فهي تقدم أدوار متميزة لتحسين أداء المنظمة، وبناء القدرات الإبداعية.

-مشاركة القيادة: تسعى المنظمات على مختلف اشكالها، وانواعها، واختلاف انشطتها الى تجديد نفسها باستمرار من خلال الوعي الذاتي، ونتيجة للسلوكيات الفردية فان هناك العديد من القيادات تسعى الى تحقيق مصلحتها الشخصية، واهمال نمو المنظمة، وتطورها، وعدم امتلاكها نظرة ثاقبة، وفعالة في سياق الظروف التنظيمية غير المتماسكة، ولما لها من تأثير على الابتكار، والتجديد فان مشاركة القيادة تعمل على ترسيخ التجديد، والتغيير المستدام في المنظمات Gilbert, 2016 (p2 Gregory et al:٢٠١٢)، فقد اكد (٢٠١٢: p2 Gregory et al)، على دور القيادة في مساعدة المنظمات لتحسين

اعمالها الرئيسية من خلال ثلاث مبادئ تحفز القيادة في المنظمات المعاصرة على القيام بالتجديد الاستراتيجي والتي تتمثل بالاتي:-

- ١- إشراك فريق كبير وموحد يتطلع نحو الطموح الاستراتيجي
- ٢- جلسات صريحة بين القيادة و وحدات الأعمال حول التناقضات، والابداعات والابتكارات الرئيسية.
- ٣- تبني التناقضات من خلال الحفاظ على الأجندات الاستراتيجية.

المبحث الثالث/ الإطار الميداني

أولاً: مواقف المستبينة آرائهم تجاه مؤشرات أبعاد الدراسة: تتوضح مواقف المستبينة آرائهم تجاه مختلف الفقرات التي احتوتها استمارة الاستبانة على النحو الآتي:

١. مواقف المستبينة آراءهم من مؤشرات الوعي الذاتي
- لوصف وتشخيص متغيرات الاستبانة نستعرض الجدول (٣) الخاص بالتوزيعات التكرارية والاوساط الحسابية والانحراف المعياري لمتغير الوعي الذاتي:

الجدول (٣) التوزيعات التكرارية والاوساط الحسابية والانحراف المعياري لمتغير الوعي الذاتي

| الفقرة المتغيرات | اتفق تماماً | | لا اتفق تماماً | | اتفق لحد ما | | اتفق | | اتفق تماماً | | الانحراف المعياري |
|------------------------|-------------|-------|----------------|------|-------------|------|------|------|-------------|-------|-------------------|
| | % | ت | % | ت | % | ت | % | ت | % | ت | |
| البعد المعرفي | | | | | | | | | | | |
| X1 | 11 | 20.8 | 13 | 24.5 | 11 | 20.8 | 11 | 24.5 | 13 | 20.8 | 11 |
| X2 | 12 | 22.6 | 16 | 30.2 | 17 | 32.1 | 17 | 30.2 | 16 | 22.6 | 12 |
| X3 | 10 | 18.9 | 14 | 26.4 | 16 | 30.2 | 16 | 26.4 | 14 | 18.9 | 10 |
| X4 | 3 | 5.7 | 18 | 34 | 16 | 30.2 | 16 | 34 | 18 | 5.7 | 3 |
| X5 | 6 | 11.3 | 21 | 39.6 | 13 | 24.5 | 13 | 24.5 | 21 | 11.3 | 6 |
| مؤشر البعد | | 15.8. | | 30.9 | | 27.5 | | 30.9 | | 15.8. | |
| البعد الانفعالي | | | | | | | | | | | |
| X6 | 15 | 28.3 | 16 | 30.2 | 10 | 18.9 | 10 | 18.9 | 16 | 28.3 | 15 |
| X7 | 20 | 37.7 | 16 | 30.2 | 9 | 17 | 9 | 17 | 16 | 37.7 | 20 |
| X8 | 5 | 9.4 | 16 | 30.2 | 20 | 37.7 | 20 | 37.7 | 16 | 9.4 | 5 |
| X9 | 10 | 18.9 | 15 | 28.3 | 13 | 24.5 | 13 | 24.5 | 15 | 18.9 | 10 |
| X10 | 4 | 7.5 | 15 | 28.3 | 16 | 30.2 | 16 | 30.2 | 15 | 7.5 | 4 |
| مؤشر البعد | | 20.3 | | 29.4 | | 25.6 | | 29.4 | | 20.3 | |
| البعد السلوكي | | | | | | | | | | | |
| X11 | 2 | 3.8 | 20 | 37.7 | 24 | 45.3 | 24 | 37.7 | 20 | 3.8 | 2 |
| X12 | 2 | 3.8 | 13 | 24.5 | 25 | 47.2 | 25 | 24.5 | 13 | 3.8 | 2 |
| X13 | 2 | 3.8 | 29 | 54.7 | 10 | 18.9 | 10 | 18.9 | 29 | 3.8 | 2 |
| X14 | 3 | 5.7 | 26 | 49.1 | 15 | 28.3 | 15 | 28.3 | 26 | 5.7 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | |
|------------------|------------|-------------|---|--------------|----|-------------|----|--------------|----|-------------|---|---------------------|
| 1.0 | 3.5 | 3.8 | 2 | 15.1 | 8 | 18.9 | 10 | 45.3 | 24 | 17 | 9 | X15 |
| 0.9 | 3.3 | 2.66 | | 16.6 | | 31.7 | | 42.2 | | 6.82 | | مؤشر البعد |
| بعد الثقة بالنفس | | | | | | | | | | | | |
| 1.0 | 3.2 | 5.7 | 3 | 15.1 | 8 | 37.7 | 20 | 28.3 | 15 | 13.2 | 7 | X16 |
| 1.0 | 3.3 | 7.5 | 4 | 11.3 | 6 | 30.2 | 16 | 39.6 | 21 | 11.3 | 6 | X17 |
| 1.0 | 3.3 | 3.8 | 2 | 17 | 9 | 28.3 | 15 | 37.7 | 20 | 13.2 | 7 | X18 |
| 1.0 | 3.4 | 5.7 | 3 | 9.4 | 5 | 32.1 | 17 | 37.7 | 20 | 15.1 | 8 | X19 |
| 1.0 | 3.2 | - | - | 28.3 | 15 | 35.8 | 19 | 22.6 | 12 | 13.2 | 7 | X20 |
| 1.0 | 3.3 | 4.54 | | 16.2 | | 32.82 | | 33.1 | | 13.2 | | مؤشر البعد |
| | | | | 2 | | | | 8 | | | | |
| 1.0 | 3.3 | 4.72 | | 17.82 | | 29.4 | | 33.95 | | 14.0 | | المؤشر العام |

المصدر: من اعداد الباحثان استنادا الى نتائج الحاسبة الالكترونية ((SPSS يعكس الجدول (٣) التكرارات والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمجمل مؤشرات هذا البعد، فضلاً عن ذلك يعكس معدل هذه الأوساط ومعدل هذه الانحرافات أيضاً، اللذين بلغا (٣.٣) و(١.٠) على التوالي. ويبدو من خلال ارتفاع أقيام هذين المعدلين أو ارتفاع أقيامهما بعامه قدر تعلق ذلك بكل مؤشر من المؤشرات المعنية بخاصة المؤشر (٧X) الذي ينص (يمتلك القادة الشجاعة في المواقف الصعبة التي تتطلب مواجهة) إذ بلغ مقدار الاتفاق على هذا المؤشر ما مقداره (٦٧.٩%) في حين كان عدم الاتفاق على هذا المؤشر (١٥.١%) وكانت نسبة الحياد مقدارها (١٧%) وجاء كل هذا بوسط حسابي مقداره (٣.٨) وانحراف معياري قدره (١.١)، وإن المؤشرات المذكورة قد استحوذت على اتفاق جميع المستبينة آرائهم.

2. مواقف المستبينة آراءهم من مؤشرات التجديد الاستراتيجي

الجدول (٤) التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحراف المعياري لمنغير التجديد الاستراتيجي

| الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | لا اتفق تماماً | | لا اتفق | | اتفق لحد ما | | اتفق | | اتفق تماماً | | الفقرة المتغيرات |
|--------------------------------|---------------|----------------|---|---------|----|-------------|----|------|----|-------------|----|------------------|
| | | % | ت | % | ت | % | ت | % | ت | % | ت | |
| التجديد الاستراتيجي الاستكشافي | | | | | | | | | | | | |
| 1.1 | 3.5 | 3.8 | 2 | 20.8 | 11 | 15.1 | 8 | 41.5 | 22 | 18.9 | 10 | Y1 |
| 1.0 | 3.6 | 1.9 | 1 | 15.1 | 8 | 17 | 9 | 45.3 | 24 | 20.8 | 11 | Y2 |
| 1.0 | 3.2 | 5.7 | 3 | 20.8 | 11 | 28.3 | 15 | 34 | 18 | 11.3 | 6 | Y3 |
| 1.0 | 3.5 | 3.8 | 2 | 7.5 | 4 | 39.6 | 21 | 28.3 | 15 | 20.8 | 11 | Y4 |
| 0.9 | 3.9 | 1.9 | 1 | 7.5 | 4 | 11.3 | 6 | 49.1 | 26 | 30.2 | 16 | Y5 |
| 1.0 | 3.5 | 3.4 | | 14.3 | | 22.2 | | 39.6 | | 40.4 | | مؤشر البعد |
| التجديد الاستراتيجي الاستثماري | | | | | | | | | | | | |
| 0.8 | 3.6 | 1.9 | 1 | 3.8 | 2 | 32.1 | 17 | 49.1 | 26 | 13.2 | 7 | Y6 |
| 0.8 | 3.7 | - | - | 5.7 | 3 | 28.3 | 15 | 47.2 | 25 | 18.9 | 10 | Y7 |
| 0.8 | 3.5 | - | - | 13.2 | 7 | 26.4 | 14 | 49.1 | 26 | 11.3 | 6 | Y8 |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|-----|------|---|------|------|--------|----|------|------|-------|----|--------------|
| 0.6 | 3.6 | - | - | 7.5 | 4 | 22.6 | 12 | 69.8 | 37 | - | - | Y9 |
| 0.6 | 3.8 | - | - | 3.8 | 2 | 17 | 9 | 67.9 | 36 | 11.3 | 6 | Y10 |
| 0.7 | 3.7 | - | - | 6.8 | | 25.2 | | 56.6 | - | 10.94 | | مؤشر البعد |
| التجديد الاستراتيجي على مستوى ريادة الاعمال | | | | | | | | | | | | |
| 0.7 | 3.9 | 1.9 | 1 | 1.9 | 1 | 15.1 | 8 | 58.5 | 31 | 22.6 | 12 | Y11 |
| 0.7 | 3.6 | - | - | 7.5 | 4 | 32.1 | 17 | 52.8 | 28 | 7.5 | 4 | Y12 |
| 0.8 | 3.9 | 1.9 | 1 | 1.9 | 1 | 18.9 | 10 | 56.6 | 30 | 20.8 | 11 | Y13 |
| 0.6 | 3.9 | - | - | 1.9 | 1 | 20.8 | 11 | 62.3 | 33 | 15.1 | 8 | Y14 |
| 0.6 | 3.8 | - | - | 1.9 | 1 | 24.5 | 13 | 58.5 | 31 | 15.1 | 8 | Y15 |
| 0.7 | 3.8 | 0.7 | | 3.02 | | 22.2 | | 57.7 | | 16.22 | | مؤشر البعد |
| مشاركة القيادة | | | | | | | | | | | | |
| 0.5 | 3.6 | - | - | 1.9 | 1 | 35.8 | 19 | 58.5 | 31 | 3.8 | 2 | Y16 |
| 0.5 | 3.6 | - | - | 3.8 | 2 | 22.6 | 12 | 73.6 | 39 | - | - | Y17 |
| 0.5 | 3.9 | - | - | 1.9 | 1 | 13.2 | 7 | 73.6 | 39 | 11.3 | 6 | Y18 |
| 0.5 | 3.8 | - | - | - | - | 20.8 | 11 | 69.8 | 37 | 9.4 | 5 | Y19 |
| 0.6 | 3.8 | - | - | - | - | 26.4 | 14 | 60.4 | 32 | 13.2 | 7 | Y20 |
| 0.5 | 3.8 | - | - | 1.52 | | 23.7 | | 67.8 | | 7.54 | | مؤشر البعد |
| 0.7 | 3.7 | 1.14 | | | 6.42 | 23.395 | | | 55.2 | 13.77 | | المؤشر العام |

المصدر: من اعداد الباحثان استنادا الى نتائج الحاسبة الالكترونية (N=SPSS=٥٣)

كما اشتمل الجدول السابق على جملة من المعدلات والانحرافات المعيارية، اشتمل الجدول (٤) على شبيهات لها أيضاً، ولكنها تخص هذه المرة المسؤولية الاجتماعية، ويتبين من خلال تفحص هذه المعدلات وجود رضا أو اتفاق عام من لدن المستبينة آراؤهم تجاه مؤشرات هذا المتغير أيضاً للذين بلغا (٣.٧)، (٠.٧) على التوالي. ويبدو من خلال ارتفاع أقيام هذين المعدلين أو ارتفاع أقيامهما بعامة قدر تعلق ذلك بكل مؤشر من المؤشرات المعنية بخاصة المؤشر (١١٧) والذي ينص على (تتبنى إدارة الجامعة المبادرات الريادية لتعزيز ترتيب تسلسل الجامعة ضمن الجامعات المحلية والاقليمية) إذ بلغ مقدار الاتفاق على هذا المؤشر ما مقداره (٨١.١%)، في حين كان عدم الاتفاق على هذا المؤشر (٣.٨%)، وكانت نسبة الحياد مقدارها (١٥.١%)، وجاء كل هذا بوسط حسابي مقداره (٣.٩) وانحراف معياري قدره (٠.٧)، وإن المؤشرات المذكورة قد استحوذت على اتفاق جميع المستبينة آرائهم

ثانياً: اختبار الفرضية الرئيسة الاولى: والتي تنص (لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الوعي الذاتي والتجديد الاستراتيجي) .

لأجل التعرف على طبيعة علاقات الارتباط بين الوعي الذاتي والتجديد الاستراتيجي تشير معطيات الجدول (٥) إلى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين البعدين إذ بلغت قيمة معامل الارتباط الكلي (٠.٤٤٩) عند مستوى معنوية قدره (٠.٠٥).

الجدول (٥) معامل الارتباط بين القيادة الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية

| التجديد الاستراتيجي | البعد المعتمد | البعد المستقل |
|---------------------|---------------|---------------|
| 0.449* | | الوعي الذاتي |

** معنوي عند مستوى p * N=53 ≥ 0.05

المصدر: من إعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية. ويتفرع من الفرضية الرئيسة الاولى الفرضية الفرعية الاتية (لا توجد علاقة ارتباط بين ابعاد متغير الوعي الذاتي وابعاد متغير التجديد الاستراتيجي).

تشير معطيات الجدول (٦) إلى وجود علاقات ارتباط ذات دلالة معنوية بين ابعاد متغير الوعي الذاتي وابعاد متغير التجديد الاستراتيجي، اذ بلغ معامل الارتباط بين بعد الثقة بالنفس، وبعد التجديد الاستراتيجي الاستكشافي الاعلى ارتباطا، اذ بلغت قيمة معامل الارتباط ما قيمتها (٠.٤٨١) عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، في حين كانت قيمة معامل الارتباط بين البعد المعرفي وبعد زيادة الاعمال الاقل ارتباطا بين متغيري البحث، اذ كانت قيمة معامل الارتباط (-٠.٠٥١) عند نفس مستوى المعنوية المذكور، وجاءت بقية ابعاد متغير الوعي الذاتي وابعاد متغير التجديد الاستراتيجي واقعة بين الابعاد اعلاه .

الجدول (٦) معامل الارتباط بين ابعاد متغير الوعي الذاتي و ابعاد متغير التجديد الاستراتيجي

| مشاركة القيادة | ريادة الاعمال | استثمائي | استكشافي | البعد المعتمد البعد المستقل |
|----------------|---------------|----------|----------|--------------------------------|
| 0.093 | -0.051 | 0.045 | 0.316* | البعد المعرفي |
| 0.157 | 0.011 | -0.028 | 0.457* | البعد الانفعالي |
| 0.059 | 0.134 | 0.108 | 0.440* | البعد السلوكي |
| 0.085 | 0.126 | -0.026 | 0.481* | بعد الثقة بالنفس |

** معنوي عند مستوى N=53 $p \leq 0.05$

المصدر: من إعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية .
ثالثاً : اختبار الفرضية الرئيسة الثانية : والتي تنص (لا توجد علاقة اثر بين الوعي الذاتي والتجديد الاستراتيجي في المنظمة المبحوثة) .

تشير نتائج الجدول (٧) إلى التحليل المعنوي بين الوعي الذاتي والتجديد الاستراتيجي إذ بلغت قيمة (f) المحسوبة (١٢.٩٠٧) وهي اكبر من قيمة (f)المجدولة البالغة (٤.٠٠١) عند درجتي حرية (١،٥٢) ومستوى معنوية (٠.٠٥). وكانت قيمة معامل التحديد (r^2) هي (٠.٢٠٢)، التي تشير إلى أن نسبة الاختلاف المفسر في التجديد الاستراتيجي في المنظمة المبحوثة بسبب تأثير الوعي الذاتي لا تقل عن (٢٠.٢%) والنسبة المتبقية والبالغة (٧٩.٨%) تمثل نسبة مساهمة المتغيرات غير المبحوثة، ويستدل من قيمة (β) البالغة واختبار (t) لها أن تأثير الوعي الذاتي على التجديد الاستراتيجي كان قدره (٠.١٥١) وبدلالة قيمة (t) المحسوبة (٣.٥٩٣) والتي هي قيمة معنوية

وكذلك اكبر من قيمتها الجدولية البالغة (١.٦٧١) والتي تعكس طبيعة إجابات المبحوثين عن قدرتهم في تفسير تأثير الوعي الذاتي على التجديد الاستراتيجي، من خلال ما تقدم وفي ضوء المعطيات السابقة تبين ان هناك علاقة اثر بين الوعي الذاتي والتجديد الاستراتيجي، لذا ترفض الفرضية الرئيسية الثانية وتقبل الفرضية البديلة .

الجدول (٧) علاقة الأثر بين الوعي الذاتي والتجديد الاستراتيجي

| التجديد الاستراتيجي | | | | البعد المعتمد | |
|---------------------|----------|----------|---------|----------------|---------------|
| B | F | | d.f | r ² | البعد المستقل |
| | الجدولية | المحسوبة | | | الوعي الذاتي |
| 0.151 (3.593) | 4.001 | 12.907 | 1 52 | 0.20 2 | الوعي الذاتي |

عند مستوى معنوية (٠.٠٥) t () المحسوبة $٥٣=N$

المصدر: من إعداد الباحثان في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية

المبحث الرابع/ الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

١. أظهرت نتائج تحليل الانحدار أن تأثير الوعي الذاتي على التجديد الاستراتيجي كان قدره (٠.١٥١) وبدلالة قيمة (t) المحسوبة (٣.٥٩٣) والتي هي قيمة معنوية وكذلك اكبر من قيمتها الجدولية البالغة (١.٦٧١) والتي تعكس طبيعة إجابات المبحوثين عن قدرتهم في تفسير تأثير الوعي الذاتي على التجديد الاستراتيجي.

٢. تبين من خلال نتائج التحليل الخاصة بالوعي الذاتي كما يبينها الجدول (٨) الخاص بترتيب الأهمية النسبية لأبعاد متغير الوعي الذاتي على متغير التجديد الاستراتيجي حيث جاء البعد السلوكي بالمرتبة الاولى من حيث الأهمية النسبية والتي قدرت الأهمية النسبية لهذا البعد (٠.١٨١) ، و بعد الثقة بالنفس في المرحلة الثانية، ويفسر هذا البعد مع البعد الاول (البعد السلوكي) ما مقداره (٠.٢١١) ودخل البعد المعرفي بالمرحلة الثالثة، ويفسر هذا البعد مع البعدين الاول والثاني (البعد السلوكي والثقة بالنفس) ما مقداره (٠.٢١٦) ، واخيرا جاء بعد البعد الانفعالي بالمرحلة الاخيرة اذ كان أضعف الابعاد اهمية بالنسبة للتجديد الاستراتيجي ، اذ كانت مجموع الأهمية النسبية للأبعاد الاربعة ما مقداره (٠.٢١٧)

٣. يتضح من خلال الدراسة ان الوعي بالذات هو ان يعي، او يدرك الفرد نفسه والعالم المحيط به، ويدرك العلاقات التي تربط الامور والظواهر المحيطة به ، مهما بدت بعيدة ومنفصلة فوعي الفرد لنفسه يعني ان يتعمق بنوعية مشاعره ، وماهية وجوده وهو وعي يقود عاجلا ، او اجلا الى الاعتراز بالنفس وتقديرها.

٤. تبين من خلال الدراسة وجود اهتمام من قبل القيادات الادارية عينة الدراسة في الجامعات المبحوثة بالتجديد الاستراتيجي.

ثانياً: المقترحات

١. قيام الجامعات بالتأكيد على اهمية الوعي الذاتي وذلك عبر تنمية الثقة بالنفس عن طريق القيام بالأنشطة والبرامج التعليمية والارشادية التي تحفز الافراد العاملين، والطلبة فيها على تنمية الوعي بأنفسهم.
٢. ضرورة قيام ادارة الجامعة بتصميم البرامج التدريبية ، وورش العمل واجراء اللقاءات التربوية الموجهة للقيادات الادارية العاملة في المنظمة المبحوثة من اجل ان يعززوا من ممارستهم الإيجابية التي تؤدي الى رفع مستوى ادراكهم بذاتهم وبناء شخصية ايجابية .
٣. من الضروري قياد ادارة الجامعة بتوعية منتسبي الجامعة كافة من طلبة وكادر تدريسي ووظيفي مهارة الوعي الذاتي والنتائج المترتبة عليها من تحقيق النجاح في العلاقات الاجتماعية، والتكيف الاجتماعي.
٤. ضرورة زيادة اهتمام الجامعات المبحوثة بالوعي الذاتي لما له من دور في تحقيق التجديد الاستراتيجي وجعلها جزءاً من ثقافتها والعمل على نشرها في جميع مستويات الجامعة والتشجيع على تقديم الأفكار الابتكارية والإبداعية والتي تسهم في استثمار مدركات الوعي الذاتي عند القادة.
٥. على الجامعات المبحوثة بناء ثقافة تنظيمية داعمة للتجديد بشكل مستمر لأن الجامعات المتفوقة تعتمد على التجديد للحصول على التفوق الاستراتيجي، ومن الضروري أن تقوم الجامعات المبحوثة باتخاذ الإجراءات اللازمة لتطوير مستوى الوعي الذاتي فيها بفاعلية.

المصادر

المصادر العربية

١. عفيف، سهام، (٢٠١٨)، أثر التعلم التنظيمي على التجديد الاستراتيجي: رسالة ماجستير، دراسة حالة في جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية ، الجزائر.
٢. الفتلاوي ، علي شاكرا، (٢٠٠٨)، مدخل الى سيكولوجيا الزمن، الطبعة الاولى، مطبعة برهان، بغداد.
٣. الملا، عبدالرحمن و غباش، فاضل راضي، (٢٠١٤)، أثر خفة الحركة في التجديد الاستراتيجي لمتخذي القرار في وزارة النفط العراقية، بحث تحليلي، مجلة، القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة القادسية، المجلد(١٦)، العدد(٣)، العراق.
٤. الشريف، علي كاظم حسين محل، (٢٠١٧)، التجديد الاستراتيجي وانعكاساته في تعزيز السيادة الاستراتيجية من خلال الدعم المنظمي: دراسة تحليلية لآراء المديرين في الشركة العامة لصناعة الاسمنت، مجلة الادارة واقتصاد، المجلد (٢٤)، العدد (٦)، جامعة كربلاء

٥. رشيد، صالح عبد الرضا، ولفته، علي عبد الرزاق، (٢٠١٥)، توظيف القابليات الديناميكية للمنظمات لتعزيز أنشطة التجديد الاستراتيجي: دراسة تحليلية لآراء القيادات الجامعية (٤).
٦. كاظم، صادق جبار، وعبيد، علي جاسم، و مخيف، أمير نعمة، (٢٠١٥)، المقدرات الجوهرية والتجديد الاستراتيجي العلاقة والاثر، بحث منشور، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية ، المجلد العاشر، العدد (٣٣)، جامعة الكوفة، العراق.

References

1. Agarwal, R., & Helfat, C. E. (2009). Strategic renewal of organizations. *Organization science*, VOI20, NO (2).
2. Aguado, E., Milosevic, Z., Hernández, C., Sanz, R., Garzon, M., Bozhinoski, D., & Rossi, C. (2021). Functional self-awareness and metacontrol for underwater robot autonomy. *Sensors*, VOI 21NO (4).
3. Al-Bayoumi, S. R., (2020). Self-awareness and anxiety among a.. sample of students of the Department of Psychology at Taif University. *Journal of the College of Arts, Taif University*, VOI (66).
4. Albert, D. (2013). *Strategic Renewal of Activity Systems: An Interdependency Perspective* (Doctoral dissertation, Difo-Druck Bamberg)
5. Ali, R. K. S., & Yasir, M. H. (2020). Knowledge management infrastructure and their impact on strategic Renewal". *Journal of Critical Reviews*, Vol.7, No (11).
6. Amankwah-Amoah, J., Ottosson, J., & Sjögren, H. (2017). United we stand, divided we fall: historical trajectory of strategic renewal activities at the Scandinavian Airlines System, 1946–2012. *Business History*, VOI 59, NO (4),.
7. Anderson, R. D. (2009). *The Implicit Association Test for conscientiousness: An indirect method of measuring personality* (Doctoral dissertation, Bowling Green State University)
8. Aplio, 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
9. Ashley, G. C., & Reiter-Palmon, R. (2012). Self-awareness and the evolution of leaders: The need for a better measure of self-awareness. *Journal of Behavioral and Applied Management*, VOI 14 ,NO (1).
10. Balasubrahmanyam, S., Kaipa, P., & Akhilesh, K. B, (2012), The Impact Of A Firm's Financial Flexibility On Its Strategic Renewal: Key Concepts With Evidential Support From Businesses Across Industries, *Global Journal Of Flexible Systems Management*, VOI 13, NO (3).
11. Baleghizadeh, S., & Masoun, A. (2013). The effect of self-assessment on EFL learners' self-efficacy. *TESL Canada Journal*, 31(1), 42-58.

12. Binns, A., Harreld, J. B., O'Reilly, C., & Tushman, M. (2015). The art of strategic renewal. MIT Sloan Management Review, Summer Edition,
13. Binns, Andy, J., Bruce Harreld , Charles. O., Reilly III and Michael L.,(2014) Tushman ,The Art of Strategic Renewal. MIT Sloan Management Review,Vol.55,No.2.
14. Birdsall, Sally, (2014).Measuring student Teachers' understandings and self-Awareness of Sustainability, Environmental Education Research.Dec,vol.20 NO (6).
Bookstore, translated). Jarir Library. (original work published inJarir,(2009).
15. Bowdon, T. B. (2012). The 50 Most Important Books on Psychology (Jarir Library, translated). Jarir Library. (Original Work Published in 2007).
16. Bradbury, T., and Graves, J.. (2013). Emotional Intelligence
17. Caldwell, C. (2009). Identity, self-awareness, and self-deception: Ethical implications for leaders and organizations. Journal of Business Ethics,VOI 90, NO (3).
18. Carden, J., Jones, R. J., & Passmore, J. (2022). Defining self-awareness in the context of adult development: a systematic literature review. Journal of Management Education,VOI 46 ,NO (1)
19. Degeryd, Klas Johan and Graffner, Per Erik, (2013), Barriers to Exploratory Innovation Projects Managing: the exploitation bias in large established firms, Master of Science Thesis, Department of Technology Management and Economics, Division of Innovation, Engineering and Management, Chalmers University of Technology-SE-412 96, Goteborg-Sweden.
20. Duval, S., & Wicklund, R. A. (1972). A theory of objective self-awareness. Oxford, England: Academic Press.
21. Duval, T. S., & Silvia, P. J. (2002). Self-awareness, probability of improvement, and the self-serving bias. Journal of personality and social psychology,VOI 82,NO (1).
22. Erden, S. (2015). Awareness: The effect of group counseling on awareness and acceptance of self and others. Social and behavioral sciences, 174 (2015).
23. Eriksen, M. (2009). Authentic leadership. practical reflexivity, self-awareness, and self-authorship. Journal of Management Education,VOI 33,NO (6).
24. Feize, L., & Faver, C. (2019). Teaching self-awareness: social work educators' endeavors and struggles. Social Work Education,VOI 38,NO (2).
25. Fourné, L., Glaser, L., Sebastian. P., and Tom Elfring, (2015), Achieving strategic renewal: the multi –level in fluencies of top and middle managers , boundary-spanning ", Small Bus Econ , Vol.45

26. Fung, C. (2011). Exploring individual self- awareness as it relates to self acceptance and the quality of interpersonal relations PHD.dissertation. Pepperdine University. USA.
27. Gilbert, J. (2016). An empirical vision for organizational renewal: Utilizing self-reflection and self-awareness to prompt deep transformation. *International Journal of Business Administration*, VOI7, NO (3).
28. Glaser, L., Fourné, S. P., & Elfring, T. (2015). Achieving strategic renewal: The multi-level influences of top and middle managers' boundary-spanning. *Small Business Economics*, VOI 45, NO (2).
29. Gregory.L., Dess. G., and Lumpkin, G., T., (2012), The Role Of Entrepreneurial Orientation In Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship, *Journal Of Academy of Management Executive*, Vol. 9, No. 1.
30. Hassan, Sayed, Robani, Anidah., & Bokhari, Mohamed. (2015). Elements of Self-Awareness Reflecting Teachers' Emotional Intelligence. *Asian Social Science*, VOI 11, NO (17).
31. Jack, k & Miller, E. (2008). Exploring self-awareness in mental health
32. Kariuki, F. K. (2022). Nexus Between Capacity-Building Strategic Renewal and Performance of Youth-Owned Agro-Processing Small and Medium Enterprises in Selected Counties in Kenya. *Manag Econ Res*, VOI 8, NO (2).
33. Kearney, C., & Morris, M. H. (2015). Strategic renewal as a mediator of environmental effects on public sector performance. *Small Business Economics*, VOI 45, NO (2).
34. Lawrence, E., Dunn, M. W., & Weisfeld-Spolter, S. (2018). Developing leadership potential in graduate students with assessment, self-awareness, reflection and coaching. *Journal of Management Development*, VOI 37, NO(8).
35. Martínez, F. J. (2011). Strategic Renewal, Cooperation, and Performance: A Contingency Approach Faculty of Economics, University of Castilla-La Mancha. *Journal of Management and Strategy*, VOI 2, NO (4).
36. Mirrahimi S. Ehsan. (2013)"Blue ocean strategy as revolution in the field of strategic management" *interdisciplinary journal of contemporary research in business* .Vol. 4, No. 9: 39 – 42.
37. Mishina, O. (2016). The linkage between organizational learning and strategic renewal. A case study within the fishing industry (Master's thesis, Høgskolen i Sørøst-Norge).
38. Morin, A. (2011). Self-awareness Part 1: Definition, measures, effects, functions and antecedents. *Social and Personality Psychology Compass*, VOI 5, NO (10).

39. Mostafa, R. N., & Chitheer, S. H. (2021). The Impact of Strategic Foresight in Strategic Renewal: Mediating Role of Talent Management Process" An Exploratory Study in Central Bank of Iraq". Review of International Geographical Education Online, VOI 11, NO (12).
 40. Mousavimoghadam, S. R. & Kamarbeigi, A. (2017): The.
 41. Ocasio, W., Laamanen, T., & Vaara, E. (2018). Communication and attention dynamics: An attention based view of strategic change. Strategic Management Journal, VOI 39, NO (1).
 42. Okpara, A. (2015). Self-awareness and organizational performance in the Nigerian banking sector. European Journal of Research and Reflection in Management Sciences, VOI 3, NO (1).
 43. Olfebri, O., Suroso, A., Setyanto, R., & Kaukab, E. (2021). Self-awareness and social self-supervision in online transportation industry. International Journal of Data and Network Science, 5(3), 433-438.
 44. Omar, A. M. (2021). The Effect of Human Capital Development on Strategic Renewal in the Egyptian Hospitality Industry: The Moderating Role of Dynamic Capabilities. International Business Research, VOI 14, NO(9),:p 38-52.
 45. Phetphongphan, W., Phornlaphatrachakorn, K., & Pratoon, K. (2017). The Impact of Antecedent Variables on Strategic Renewal Capability: An Empirical Investigation of Software Businesses in Thailand. Journal of Modern Management Science, VOI 10, NO (2).
 46. practice. mental health practice, VOI 12, NO (3),
 47. Pratap, S., & Saha, B. (2018). Evolving efficacy of managerial capital, contesting managerial practices, and the process of strategic renewal. Strategic Management Journal, VOI 39, NO (3).
 48. Rasheed, S. P. (2015). Self-awareness as a therapeutic tool for nurse/client relationship. International Journal of Caring Sciences, VOI 8, NO (1).
- relationship between self – awareness skills and spiritual well –being with quality of life among married students university in Ham, Journal of Engineering and Applied Science, VOI 12, No (5).
49. Roeser, R. W., & Peck, S. C. (2009). An education in awareness: Self, motivation, and self-regulated learning in contemplative perspective. Educational psychologist, VOI 44, NO (2),
 50. Roosenboom-Kwee, Z., van den Bosch, F., & Volberda, H. (2011). The Influence of Top Management Team's Corporate Governance Orientation on Strategic Renewal Trajectories: A longitudinal analysis of Royal Dutch Shell plc, 1907-2004. Journal of Management Studies, VOI 48, NO(5),:p 984-1014.