



دور التفكير الاستراتيجي في السلوك الإبداعي-دراسة استطلاعية لأراء عينة من القيادات العاملة في جامعة تكريت

م.د. وسام علي حسين

م.م. عمر قيس جميل

م.م. حيدر طه عبدالله

كلية الادارة والاقتصاد/ جامعة الفلوجة

كلية الادارة والاقتصاد/ جامعة الانبار

جامعة الانبار/ رئاسة الجامعة

wesam.ali@uofallujah.edu.iq

ec.omarqais@gmail.com

Haideralmuslehi88@gmail.com

المستخلص

يهدف البحث الى التعرف على دور التفكير الاستراتيجي في السلوك الابداعي، وادراكا لاهمية الموضوع بوصفه احد الموضوعات الحديثة التي ربطت بين المتغيرين، فضلا عن محاولة دراسته في بيئة ناشئة فقد اختيرت جامعة تكريت ميدناً للتطبيق، ولتحقيق اهداف البحث صممت استبانة شملت (٣٥) فقرة لجمع البيانات من عينة البحث المكونة من (٨٨) فرداً، وقد اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي حيث تم جمع البيانات وتحليلها واختبار الفرضيات باستخدام العديد من الاساليب الاحصائية بالاستعانة بالبرنامج الاحصائي (spss)، وقد توصل البحث الى نتائج اهمها وجود علاقة واثرة ذو دلالة احصائية بين التفكير الاستراتيجي والسلوك الابداعي، كما اوصى البحث بمجموعة من التوصيات منها السعي الدؤوب وراء اشراك القيادات الجامعة بدورات يقيمها متخصصين في مجال الادارة الاستراتيجية لأدراك الأهمية القصوى التي يكتسبها التفكير الاستراتيجي والسلوك الابداعي على فاعلية المنظمات. الكلمات الافتتاحية : التفكير الاستراتيجي ، السلوك الابداعي .

Abstract

The aim of the research was to identify the impact of strategic thinking on creative behavior. Recognizing the importance of the subject as one of the modern topics that linked the two variables as well as trying to study it in an emerging environment, the University of Tikrit was chosen as a field of application (35), Of the research sample consisting of (88) individuals. The research adopted descriptive analytical method where data were collected, analyzed and tested using many statistical methods using the statistical program (spss). The research reached the most important results of the existence of a relationship of statistical significance impact between strategic thinking and creative behavior, research also recommended a series of recommendations, including relentless pursuit of the involvement of the university leadership courses hosted by specialists in the field of strategic management to understand the extreme importance of strategic thinking and creative behavior on the effectiveness of organizations.

Keywords: Strategic Thinking, Creative Behavior.

المقدمة

تمثل التغيرات السريعة والمعقدة والمنافسة الشديدة بين المؤسسات من سمات العصر الحالي، وهي بمثابة تحديات بيئية تواجه هذه المؤسسات، فالمؤسسات العراقية ومنها المؤسسات التعليمية بشكل خاص تعتبر ضمن هذا التنافس، مما يتطلب البحث عن وسائل وطرق جديدة تمكنها من التكيف مع التغيرات الخارجية ومواكبة التطورات التكنولوجية وتحسين الموقع التنافسي، حيث أصبحت الوسائل والأساليب التقليدية غير قادرة على مواجهة هذه التحديات. مما استدعت الحاجة من علماء الادارة ومنظريها للبحث عن وسائل وأساليب وستراتيجيات ذات فاعلية وقدرة عالية على استيعاب التحديات البيئية، وكان من بين الموضوعات المعاصرة موضوع التفكير الاستراتيجي، اذ يمثل المعرفة والحدس والبصيرة من اجل تحديد الفرص ومواجهة التغيرات وايجاد الحلول للمشاكل. كما ان كل ذلك لا يتم بمعزل عن السلوك الابداعي الذي يحفز الافراد على تكوين وادخال أفكار أو إجراءات أو منتجات غير عادية داخل أي منظمة إذ ان التفكير الاستراتيجي يعتمد بشكل رئيسي على الابتكار والابداع وتقديم الافكار الجديدة .

وعليه فإن المؤسسات العراقية لاتزال تدار بالطريقة التقليدية فقد جاء البحث محاولة لتشخيص واقع التفكير الاستراتيجي والسلوك الابداعي لدى القيادات الاكاديمية في جامعة تكريت ومعرفة العلاقة والاثر بين تلك المتغيرات، وقد تكون البحث من اربع محاور، تناول المحور الاول منها منهجية البحث والدراسات السابقة، وتناول المحور الثاني الاطار النظري للبحث، بينما تناول المحور الثالث الاطار العملي للبحث، اما المحور الرابع فقد تناول الاستنتاجات والتوصيات

المحور الأول : منهجية البحث والدراسات السابقة

اولا : منهجية البحث

أ. مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في ان مصطلح التفكير الاستراتيجي لازال محل جدل واهتمام واسع بين الكتاب والباحثين خصوصاً في حقل الادارة العامة وتحديداً في البيئة العراقية، كما يعتبر هذا المصطلح من المفاهيم الحديثة حيث تبلور مصطلح التفكير الاستراتيجي في العقد الأخير من القرن العشرين عند بداية حدوث التغيير وهذا يحتاج الى التمهيد النظري الذي يعمق مفهومه العلمي.

اما في الجانب التطبيقي فلا زالت مؤسساتنا العامة بحاجة الى الاهتمام بهذا المفهوم في انشطتها العملية من اجل تعزيز السلوك الابداعي للعاملين لرفع ادائهم ومواكبة التغيرات في البيئة الخارجية وتحقيق الميزة

التنافسية. ومن هذا المنطلق تبلورت مشكلة البحث الاساسية من خلال التساؤل الرئيسي وهو ما دور التفكير الاستراتيجي في السلوك الابداعي في جامعة تكريت ويتفرع من هذا التساؤل التساؤلات الفرعية الاتية:

١. ما مدى توفر التفكير الاستراتيجي بأبعاده (النيه الاستراتيجية، ادراك النظم، التفكير الفرصي، التفكير في الوقت) في جامعة تكريت من وجهة نظر القيادات الاكاديمية؟
٢. هل لدى القيادة الاكاديمية في جامعة تكريت تصوراً واضحاً عن السلوك الابداعي بأبعاده (توليد الافكار، ترويج الافكار، تنفيذ الافكار)؟
٣. ما طبيعة العلاقة والاثر بين التفكير الاستراتيجي والسلوك الابداعي من وجهة نظر القيادات الاكاديمية في جامعة تكريت ؟
- ٤.

ب. فرضيات البحث

١. يتباين مستوى الأهمية النسبية للتفكير الاستراتيجي والسلوك الابداعي حسب استجابات العينة المبحوثة.
٢. توجد علاقة ارتباط واثر ذو دلالة احصائية بين التفكير الاستراتيجي والسلوك الابداعي بدلالة ابعادهما، ويتفرع عن هذه الفرضية الرئيسة الفرضيات الفرعية الاتية:
 - أ- توجد علاقة ارتباط واثر ذو دلالة احصائية بين التفكير الاستراتيجي وتوليد الافكار.
 - ب- توجد علاقة ارتباط واثر ذو دلالة احصائية بين التفكير الاستراتيجي وترويج الافكار.
 - ت- توجد علاقة ارتباط واثر ذو دلالة احصائية بين التفكير الاستراتيجي وتنفيذ الافكار.

ج. اهداف البحث

تتجلى اهداف البحث بالنقاط الاتية :-

- ١- التعرف على مدى ممارسة التفكير الاستراتيجي من قبل القيادات الاكاديمية من وجهة نظر المبحوثين.
- ٢- التعرف على مستويات السلوك الابداعي من وجهه نظر المبحوثين.
- ٣- معرفة علاقة الارتباط والتاثير بين التفكير الاستراتيجي والسلوك الابداعي من وجهة نظر المبحوثين.

د. اهمية البحث

يكتسب البحث اهميته من خلال جانبين هما :-

١. الجانب العلمي: يتمثل في بناء إطار معرفي لموضوعات (التفكير الإستراتيجي، والسلوك الابداعي) وأبعادهما، عبر تتبع المسارات التنظيرية للأدبيات المتخصصة، وتوظيف التراكم المعرفي فيهما عن

الموضوعات المبحوثة فكرياً وتصوراً في بلورة أبعاد منهجية الدراسة من خلال الجمع بين موضوعين حيويين مختلفين في حقل الادارة هما (الإدارة الإستراتيجية والسلوك التنظيمي)، وتشخيص التفاعل بينهما. ٢. الجانب العملي: يتمثل في تزويد الجامعة محل الدراسة بمعلومات دقيقة عن مستوى التفكير الاستراتيجي الذي تمتلكها قياداتها ومدى توظيفها في تعزيز السلوك الابداعي ، كما تساهم في تقديم منهجية علمية تساعد في تطبيق اسس ومنهجيات التفكير الاستراتيجي.

هـ. مجتمع البحث وعينته

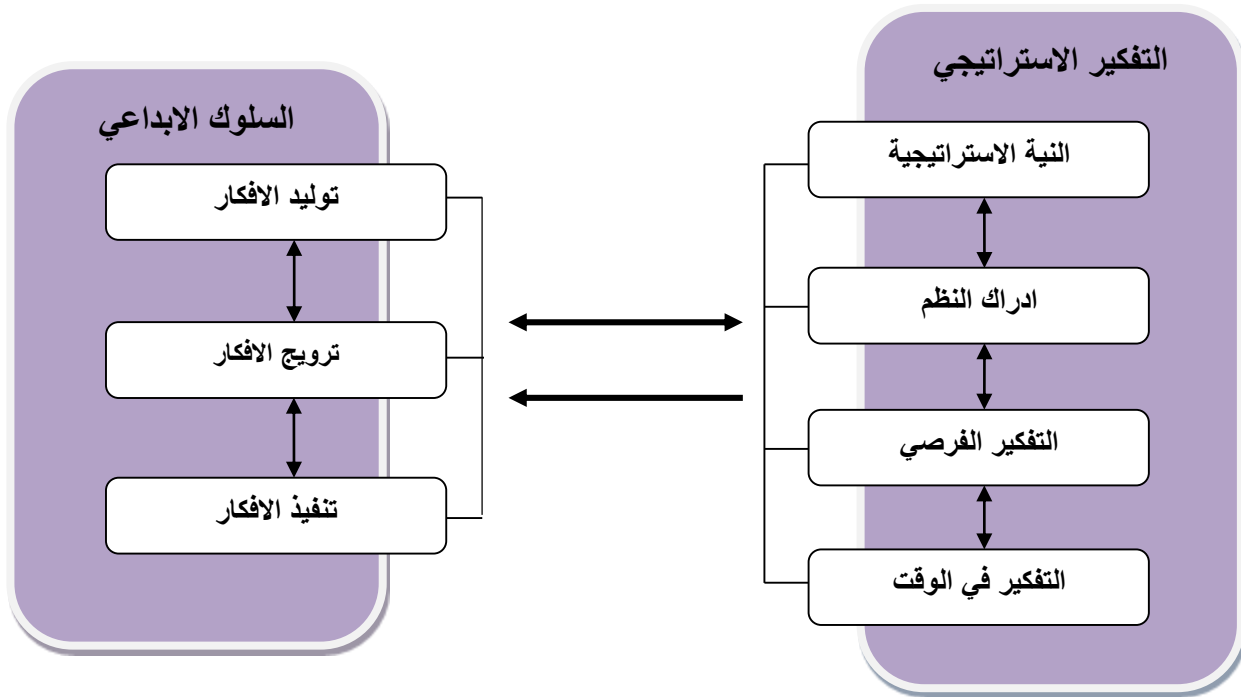
تمثل مجتمع البحث بجامعة تكريت كمجال لتطبيق البحث واستحصاال البيانات، اما عينة البحث فقد جرى اختيار عينة قصدية بلغ حجمها (٩٥) فرداً من القيادات الادارية تمثلت بـ (رئيس الجامعة ومساعديه، وعمداء ومعاونين العيداء ورؤساء الأقسام)، وتم توزيع الاستبانة على افراد العينة واسترجع منها (٨٨) استبانة فقط، اي ما نسبته (٩٣%) وهي عينة البحث الفعلية التي تم اختبار النتائج على ضوءها.

و. منهج البحث

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي في هذا البحث، حيث يُعد هذا المنهج من المناهج المناسبة في إعطاء صورة واضحة ودقيقة في تفسير الظاهرة مشكلة البحث، كما يُعد رصيذاً إضافياً من المعارف والحقائق وهذا يساعد في عملية فهم هذا البحث، والموسوم في معرفة دور التفكير الاستراتيجي في السلوك الابداعي في جامعة تكريت.

ز. مخطط البحث

تم تصميم المخطط الفرضي للبحث لبيان علاقة الارتباط والتأثير بين المتغير المؤثر وهو التفكير الاستراتيجي بأبعاده (النية الاستراتيجية، ادراك النظم، التفكير الفرصي، التفكير في الوقت) والمتغير المستجيب وهو السلوك الابداعي والذي تمثل بأبعاده (توليد الافكار، ترويج الافكار، تنفيذ الافكار) والشكل الاتي يوضع هذه العلاقة، اذ يشير السهم ذات الاتجاهين الى علاقة الارتباط والسهم ذات الاتجاه الواحد الى علاقة التأثير.



الشكل (١) مخطط الفرضي للبحث

المصدر: من اعداد الباحثون

ح. اداة البحث

تمثلت الاداة الاساسية لجمع البيانات واختبار مفاهيم البحث في الاستبانة التي صممت في ضوء مراجعة الأدبيات ذات العلاقة، اذ تم الاعتماد عليها في جمع البيانات، وتم تصميم اسئلة الاستبانة بالاعتماد على المقاييس الجاهزة ذات العلاقة بموضوع البحث، حيث تم تكيفها مع البحث الحالي. وقد استخدم مقياس ليكرت الخماسي لقياس ابعاد متغيرات البحث، وقد تتكون الاستبانة من ثلاثة اقسام كما يوضحها الجدول رقم (١).

جدول رقم (١)

ت	المتغيرات الرئيسية	الأبعاد الفرعية	فقرات المقياس	اعتماد المقياس
١	المعلومات الشخصية	الجنس ، العمر ، سنوات الخبرة ، المؤهل العلمي	-	من اعداد الباحثون
٢	التفكير الاستراتيجي	النية الاستراتيجية	٥_١	(Liedtka, 1998) (Oshannassy, 1999) (ترغيني ، ٢٠١٥)
		ادراك النظم	١٠_٦	
		التفكير الفرصي	١٥_١١	
		التفكير في الوقت	٢٠_١٦	
٣	السلوك الإبداعي	توليد الأفكار	٥-١	(Kheng, et.al. 2013) (Pukienė, 2016) (Abukhait,et.al.2018) (رشيد و مزهر، ٢٠١٨)
		ترويج الأفكار	١٠-٦	
		تنفيذ الأفكار	١٥-١١	

ط-صدق اداة البحث

تم اختبار صدق أداة البحث من خلال صدق المحتوى أو الصدق الظاهري للتحقق من أنها تخدم أهداف البحث بعرضها على عدد من المختصين في الإدارة، كما تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة، وحساب معامل ثبات أداة البحث باستخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا كما يوضحه الجدول رقم (2)، حيث تم استخراج معامل الثبات وفقاً لألفا كرونباخ (Alpha-Cronbach) للاتساق بصيغته النهائية الكلية لكل متغيرات البحث حيث بلغت قيم معامل الثبات (٠,٨٤) وهي نسبة أعلى من نسبة القبول (٦٠%)، وهذا يوضح ان عبارات الاستبانة صالحة ومناسبة لأغراض التحليل الإحصائي كما يبين الجدول (٢).

جدول رقم (٢)

معامل الفاكورنباخ لأبعاد الدراسة				
الرقم	الأبعاد	عدد الاستجابات	عدد الفقرات	معامل الثبات
١	النية الاستراتيجية	٨٨	٥	٠,٨٤
٢	ادراك النظم	٨٨	٥	٠,٨٦
٣	التفكير الفرصي	٨٨	٥	٠,٨٢
4	التفكير في الوقت	٨٨	٥	٠,٨٧
معامل الفاكورنباخ الكلي لمتغير التفكير الاستراتيجي				
٥	توليد الافكار	٨٨	٥	٠,٧٩
٦	تنفيذ الافكار	٨٨	٥	٠,٨١
٧	ترويج الافكار	٨٨	٥	٠,٧١
معامل الفاكورنباخ الكلي لمتغير السلوك الابداعي				
			٣٥	٠,٨١

المصدر: إعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي (SPSS).

يلاحظ من الجدول رقم (٢) أن جميع الأبعاد الأساسية في كل متغير حصلت على معامل ثبات جيد اكبر من (٠,٧٥)، باستثناء متغير (ترويج الافكار) الذي قلت قيمة معامل الثبات الخاصة به عن (٠,٧٥)، ولكن عند النظر إلى قيمة الثبات المتعلقة بكل متغير والقيمة الكلية لجميع المتغيرات يتضح إمكانية الوثوق بهذا المتغير ودراسته ضمن الفرضيات.

ثانيا : الدراسات السابقة

أ.الدراسات المتعلقة بالتفكير الاستراتيجي

١.دراسة (الشهري ٢٠١٠) بعنوان واقع التفكير الاستراتيجي لدى مديري المدارس الثانوية بمدارس التعليم

الحكومي والاهلي بمدينة الطائف

هدفت الدراسة للتعرف على انماط التفكير الاستراتيجي ، ومعوقاته لدى مديري المدارس الثانوية الحكومية والاهلية بمدينة الطائف ، حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة ، وتكونت عينة الدراسة من ٥٧ مديرا في المدارس الثانوية الحكومية والاهلية بمحافظة الطائف ، اذ تم استخدام الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات وتضمنت ٩٩ فقرة موزعة على ثلاث محاور رئيسية لـ (انماط ، ممارسات ، و معوقات) التفكير الاستراتيجي ، ولمعالجة البيانات تم استخدام حزمة من المجموعة البرمجية بالاستعانة بالبرنامج الاحصائي spss ، وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها : وجود فروقا ذات دلالة احصائية بين متوسطات اجابات العينة حول درجة امتلاك مديري المدارس لانماط التفكير الاستراتيجي وفقا لمتغير نوع المدرسة ، المؤهل العلمي ، سنوات الخبرة و دورات التدريب .

٢.دراسة (Birnbaum,2009) بعنوان التفكير الإستراتيجي الأجزاء الأربعة المحيرة

هدفت الدراسة إلى إثبات أن التفكير الإستراتيجي هو ليس نمطا مستقلا من أنماط التفكير بل هو حصيلة تفاعل مجموعة من أنماط التفكير التي هي (الانفعالي، الحدسي، التحليلي، المراقب)، كما اعتمدت على مقاييس نفسية متطورة خاصة بمركز الأبحاث النفسية في جامعة أوكلاهوما، وقد تمثلت عينة الدراسة بـ(١٠٢) فردا من العاملين في المنظمات ذات الطبيعة العسكرية، حيث تم استخدام الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة، وقد توصلت الدراسة الى ان استقلال أنماط التفكير المشار إليها في أعلاه بعضها عن البعض الآخر سيؤدي بالضرورة إلى حصول انقسامات في المستويات الإدارية واختلال مواقع القوة فيها، في حين ان تفاعل الأنماط المذكورة أنفا سيؤدي إلى ظهور نمط التفكير الإستراتيجي الذي أوضح أفراد العينة بأنه يعد دالة رئيسة لجودة القيادات في هذه المنظمات .

ب. الدراسات المتعلقة بالسلوك الابداعي

١.دراسة (رشيد و مزهر، ٢٠١٨) بعنوان توظيف سلوكيات القيادة البارعة لتعزيز سلوك العمل الإبداعي -

دراسة استطلاعية لآراء عينة من أعضاء الهيئة التدريسية في كليات جامعة القادسية

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير سلوكيات القيادة البارعة لرؤساء الأقسام العلمية على السلوك الإبداعي لأعضاء الهيئة التدريسية في كليات جامعة القادسية، وقد تم اختيار سلوكيات القيادة البارعة من خلال نوعين السلوكيات هما السلوكيات المنفتحة والسلوكيات المغلقة، فيما تم اختيار السلوك الإبداعي من خلال نوعين من السلوك أيضا هما السلوك الإبداعي الاستكشافي ببعديه الفرعيين استكشاف الفرصة وتوليد الفكرة، والسلوك الإبداعي الاستثماري ببعديه الترويج للفكرة وتنفيذ الفكرة، وقد تم استطلاع آراء عينة من أعضاء الهيئة التدريسية في كليات الجامعة والبالغ عددهم (٢٨٧) تدريسياً وتدرسية واعتمدت الدراسة الاستبانة أداة رئيسة للحصول على البيانات المطلوبة، كما تم الاعتماد على مجموعة من الوسائل الإحصائية لتحليل البيانات واختبار الفرضيات، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها أن السلوك المنفتح لرؤساء الأقسام العلمية ينعكس ايجابياً على السلوك الإبداعي لأعضاء الهيئة التدريسية بشكل عام والسلوك الاستكشافي بشكل خاص.

٢.دراسة (Pukienė, 2016) بعنوان سلوك العمل الإبداعي- دور إدارة الموارد البشرية والالتزام العاطفي

هدفت الدراسة الى التحقيق من دور إدارة الموارد البشرية والالتزام العاطفي في تعزيز سلوك العمل الإبداعي، طبقت الدراسة على ستة شركات تجارية تعمل في مجالات مختلفة، تم جمع البيانات من عينة مكونه من (١٠١) موظف في الشركات التي تمارس إدارة الموارد البشرية عالية التطور، واعتمدت الدراسة الاستبانة أداة رئيسة في الحصول على البيانات المطلوبة بالإضافة إلى المقابلات الميدانية، وتم تحليل البيانات واختبار الفرضيات بالاعتماد على برنامج (Spss)، حيث أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة إيجابية كبيرة بين تصورات الموظفين حول إدارة الموارد البشرية وسلوك العمل الإبداعي، كما أثبتت الدراسة أن هنالك علاقة ايجابية بين الالتزام العاطفي وإدارة الموارد البشرية والسلوك العمل الإبداعي حيث كان الالتزام العاطفي يلعب دوراً وسيطاً بين سلوك العمل الإبداعي وإدارة الموارد البشرية.

المحور الثاني: الاطار النظري للبحث

اولا: التفكير الاستراتيجي

يُعد مفهوم التفكير الاستراتيجي من المفاهيم الحديثة في الفكر الاستراتيجي، كما يعد من المواضيع المرتبطة بالقدرات الذهنية والعقلية ذات المستوى العالي مما يجعل الكثير من مفاهيمه وابعاده غير محسومة على مستوى التفكير والتخطيط، حيث استخدم هذا المصطلح على نطاق واسع ضمن اطار الادارة الاستراتيجية في نهاية القرن العشرين، كما ان بعض الكتاب يخلط ما بين مصطلح التخطيط الاستراتيجي والتفكير اذ ميز

Mintzberg 1994 الذي يعتبر احد رواد الادارة الاستراتيجية الفرق بين المصطلحين حينما ذكر ان التخطيط الاستراتيجي هو برمجة منهجية لاستراتيجيات محددة سلفاً، يتم من خلالها تطوير خطة العمل. اما التفكير الاستراتيجي، فهي عملية توليف لستخدام الحدس والإبداع لملء جداول التخطيط بشكل بارع (Lawrence, 1999:3)، ويؤكد (Heracleous, 1998:485) ان الغرض من التفكير الاستراتيجي هو اكتشاف الجديد و تصور الاستراتيجيات والرؤية نحوالمستقبل المرغوب، اذ انه اداة غير ملموسة لكنه يشكل عقلية المخطط، حيث يمثل ضرورة لبناء القائد وصناعة التحولات لانه يكسب القائد عقلا جديدا فعالا (سلطان، ٢٠١٠:٥) .

حيث عرف (الخفاجي، ٢٠٠٤:٤٧) التفكير الاستراتيجي بأنه اسلوب علمي لتحليل المواقف التي تواجهها المنظمة والتي تتسم بالتحدي والتغيير، والتعامل معها من خلال التصور من اجل بقاء المنظمة والارتقاء بمسؤولياتها الاجتماعية والاخلاقية في الحاضر والمستقبل. في حين نجد : Tavakoli & Lawton, 2005 (159) يصفها بأنها عملية معرفية تتضمن التأمل في مستقبل المنظمة، مع الاخذ بعين الاعتبار محيطها ومتغير الكفاءة ويجب ان يسبق التفكير الاستراتيجي القرارات والافعال الاستراتيجية سواء اثناء التخطيط او عملية النشوء، او كما يرى (المبارك، ٢٠٠٦:٢) ان التفكير الاستراتيجي يعتمد بشكل رئيسي على الابتكار والابداع وتقديم الافكار الجديدة بشكل يصعب على المنافسين من تقليدها الا بعد وقت طويل وتكلفة عالية، حيث ان معظم الافكار الجديدة في حقل الادارة قد ظهرت في مناخ ديمقراطي يسمح بأشراك عدد اكبر من الاشخاص مع اعطائهم قدر اكبر من الحرية للتعبير عن ارائهم، اما (Ridgley.2015:1) فقد نظر اليها على أنها عملية يتم من خلالها كشف التغيرات الخارجية، كما ويتم تسخير كافة الامكانيات وادوات التحليل والتقنيات من اجل اتخاذ الاجراءات الكفيلة لمواجهتها، بالشكل الذي يؤدي الى تحقيق الاهداف المنشوده

ويرى الباحثون ان التفكير الاستراتيجي هو اسلوب علمي منطقي يستشرف المستقبل ويحدد اتجاهاته، منطلقا من البيئة المحيطة بفرصها ومخاطرها وعناصر القوة والضعف فيها واستنباط الاستراتيجيات ورسم الخطوات المناسبة التي تحول الرؤى الى واقع ملموس

وفي ضوء المفاهيم السابقة للتفكير الاستراتيجي يستخلص (الدوري وصالح، ٢٠٠٩:٣٠) الاتي:

- ١- انه تفكير منطقي وليس تحليلي .
- ٢- يتجه صوب المستقبل مستفيدا من واقع الماضي ومعطيات الحاضر .
- ٣- ينطلق نحو التعامل مع الكل بمنظور اتساق متجعة من الاعلى الى الادنى ، بنسبة تفاؤل عالية.
- ٤- اعتماد القدرات الانسانية بشكل كبير وخاصة القدرات العقلية .

اهمية التفكير الاستراتيجي

ان التفكير الاستراتيجي هو المعرفة والحدس والبصيرة التي يجب ان تتوفر في كل المنظمات وباختلاف مستوياتها من اجل تحديد الفرص ومواجهة التغيرات وايجاد الحلول للمشاكل، بما يكفل للمنظمة البقاء والاستمرار والتطور وتحقيق موقع تنافسي مهم بين المنظمات المتنافسة، ومن ثم فإن التفكير الإستراتيجي ينقلنا من النظر الى المنظمة على انها مجموعة من الاقسام المنفصلة المتنافسة على الموارد الى رؤية المنظمة على انها كيان مترابط الاجزاء (Ridgley,2015:33)، وقد اكد(سليمان ٢٠٠٤:٢٤٦) نقلا عن (الشهري، ٢٠١٠:١٤) بأن التفكير الاستراتيجي مهم في المنظمة والذي يمثل القدرات والمهارات المتوفرة في المنظمة ذات الضرورة للتنبؤ بالمستقبل وصياغة الاستراتيجيات واتخاذ كافة القرارات المتكيفة مع متطلبات المنظمة للحصول على حصة تنافسية عالية في ظل الموارد المحدودة.

حيث تعتمد الادارة الاستراتيجية على استخدام مناهج التفكير الاستراتيجي التي تمكنها من تحليل عوامل البيئة الداخلية والخارجية ومعرفة تأثيراتها على المنظمة بما يمكنها من إعداد الخطط والاستراتيجيات والقرارات الملائمة وفي الوقت المثالي (هلال، ٢٠٠٧:٣١)، بما يمكن المنظمة من تحديد الاستراتيجية المناسبة لتجسير الفجوة بين وقائع الماضي ومعطيات الحاضر وملاحق المستقبل (Weiner & Brown, 2006:179) ، لذا يركز التفكير الاستراتيجي على تقديم الحلول للمشكلات القائمة التي تتطلب الحدس والابداع (Mintzberg,1994:114)، فيما يعتبر عنصرا مهما في التخطيط الاستراتيجي والذي يعتمد على نظرية التعلم المستند الى المعلومات المتوفرة لدى الاستراتيجي المستمدة من خبرته الشخصية او مصادر خارجية، والذي يتطلب من المعنيين ان تتوفر فيهم ابعادا فكرية غير اعتيادية بهدف اختراق المجهول وتقريب صوب المستقبل (النعمي ، ٢٠٠٣:٤٧).

ابعاد التفكير الاستراتيجي

يعد التفكير الاستراتيجي من اكثر الطرق ثراء وابداعا لتصور المستقبل والتعامل مع القضايا والفرص والتغيرات التي تواجه المنظمة، لذا قدم الباحثون اسهامات عديدة تصف أبعاد التفكير الإستراتيجي يتقارب قسم منها مع الاخر او يتباعد تبعا لاتجاهات او نمط تفكير كل منهم، فقد حددت الباحثة (Liedtka,1998) خمسة ابعاد للتفكير الاستراتيجي هي (النية الاستراتيجية ، ادراك النظم ،التفكير الفرصي ،التفكير في الوقت ،التفكير الابداعي)، كما قدم (tan , 2000) ستة ابعاد هي (تشخيص حالة المنظمة ،التحليل البيئي ،صياغة الرؤيا الاستراتيجية ، التطوير الشامل ،قيادة التغيير الاستراتيجي) ،في حين ذهب Monnavarian et. al,2011:5 الى ابعاد من ذلك فقد توسع بها ووضعها في سبعة ابعاد وهي (الابداع،المساءلة ،المدخل المستقبلي،إدارة الصراع ،الذكاء ،التفكير المنتظم ،النمط العقلي المتنوع)، واختصرها الباحثان Al-Qatamin & Essam,2018) في ثلاث ابعاد لتكون(ردة الفعل، التأطير، نظم التفكير)، اما (& Fattahi,2013

(Ghorbani) فقد ذكر ابعاداً هي (ادراك النظم، التركيز على الاهداف، التفكير في الفرص، التفكير في الوقت)، وهي تتشابه الى حد كبير الى التي ذكرتها Liedtka,1998 ويرى الباحثون ان نموذج (Liedtka,1998) هو الاقرب الى البحث الحالي خاصة وان اغلب البحوث والدراسات اعتمدت على هذا النموذج كأساس لأبعاد التفكير الاستراتيجي مما يدل على اتفاق اغلب الباحثين على ان هذه العناصر تمثل ابعاد التفكير الاستراتيجي، لذا يستخدم البحث الحالي هذا النموذج.

١. النية الاستراتيجية

هي عبارة عن خطة طويلة الأجل حول السوق أو الموقع التنافسي الذي تطمح المنظمة الوصول اليه (Lawrance:1999:6)، حيث أشار (Prahalad&Hamel) الى انه قد يكون التفكير بقصد تقليد المنافس (Competitor imitation) او بقصد المبادرة (Initiative) ويعد التفكير الاستراتيجي في هذا الاطار عبارة عن توجه الادارة العليا في بلوغ اهدافها الاستراتيجية المستقبلية ، ومن الممكن ان تكون النية الاستراتيجية تتمحور حول توجهات متخذ القرار الاستراتيجي نحو السوق أو (السلعة ، الخدمة) او كليهما، وتظهر هنا خاصية التنوع في التفكير الاستراتيجي في تحديد خيارات المنافسة من خلال انماط التفكير ومقاصده (ابراهيم ، ٢٠١٤: ٣٨) لذا فإن تحديد النية الاستراتيجية سوف يؤدي بالمنظمة الى التركيز على الافراد التابعين لها وتوجه طاقاتهم من اجل بلوغ تلك النية، فهي تخلق التوازن بين موارد المنظمة وطموحاتها (Liedtka,1998: 22)

٢. إدراك النظم

يشير هذا البعد الى التحول من النظر الى المنظمة بوصفها وحدة مجزئة مؤلفة من أجزاء منفصلة تتنافس من اجل الموارد الى النظر اليها والتعامل معها كونها منظومة شاملة تلك التي تدمج كل جزء في علاقة مع الكل (Garratt,1995:55)، مما يتطلب معرفة الكثيرة عن المنظمات المتنافسة، فضلاً عن كيفية تمكنها من وضع نفسها بين تلك المنظمات، بالإضافة إلى معرفة النظام البيئي الذي تعمل فيه تلك المنظمة (Liedtka,1998:122)، وترى (بريسم ، ٢٠١٠: ٤٩) انه يمثل توسيع عملية التفكير لتشمل متغيرات خارج حدود المنظمة والذي بدوره سوف يوسع الافاق للمزيد من الابتكار والابداع، وعلى هذا الاساس فإن القرارات الاستراتيجية التي تتضمن خيارات التعاون أو التنافس هي نتاج التفكير الاستراتيجي للإدارة العليا، وأن التفكير الاستراتيجي يحقق الفهم الواعي لسياقات التكامل العمودي على مستوى استراتيجيات المنظمة فضلاً عن التكامل الافقي على مستوى الاختصاصات والانشطة المنظمة .

٣. التفكير في الوقت

ان التفكير الاستراتيجي لايقود فقط إلى المستقبل ولكنه يؤدي إلى تحديد الفجوة مابين الحقيقة الحالية والقصد المستقبلي ، وهذا البعد يؤسس إلى إستحضار معطيات الماضي والحاضر للوصول إلى رؤية مستقبلية وإتخاذ

أفضل القرارات وسرعة تنفيذها (Lawrence:1999:7)، ان النية الاستراتيجية تعمل على تحفيز وتوسيع المنظمات، الامر الذي يتطلب من المنظمة تهيئة مواردها ومتطلباتها لبلوغ النية الاستراتيجية لمستقبل المنظمة، لتكون اكثر ابداعاً وابتكاراً لاستثمار مواردها المتوفرة (Liedtka,1998:123)، ويرى (ابراهيم، ٢٠١٤: ٣٥) ان التغيرات التنافسية المتلاحقة ادت إلى تغيير حيز التنافس ليشمل عنصر الزمن وتقليصه لمصلحة الزبون والشركة في الوقت نفسه، وإن أبعاد المنافسة عبر عنصر الزمن تظهر في اختصار زمن حياة الخدمة التأمينية، وتخفيض زمن تحويل وتغيير العمليات، تخفيض زمن الدورة للزبون .

٤. التفكير الفرصي

ويقصد به الإنفتاح الى التجارب الجديدة التي تسمح للقائد الاستراتيجي الأخذ بفائدة الاستراتيجيات البديلة ذات العلاقة التي قد تظهر في بيئة العمل المتغيرة والتكيف مع هذا التغير (Lawrance:1999:8)، إذ ان استغلال الفرص المتاحة يعزز الاهداف الاستراتيجية بالاضافة الى فتح المجال امام انشاء استراتيجيات جديدة (Liedtka,1998:123)، حيث يعتبر التفكير الفرصي من السلوكيات او المهارات الضرورية لاقتناص الفرص المتاحة عند ظهورها في البيئة، إذ تأخذ الاستراتيجية محتواها المرن من خلال هذا العنصر (البداح، ٢٠١١: ١٧)، كما يصاحب عنصر اختيار الفرص الذكية مع التفكير الموجه نحو الغايات، حيث تعد هذه المصاحبة الفكرية وعاءً يحتوي على امكانية التعامل من نوعين من الاستراتيجيات، الاولى الاستراتيجية المقصودة والثانية الاستراتيجية العرضية، حيث تعد الاستراتيجية العرضية أحد محاور التفكير الاستراتيجي الموجه نحو اختيار الفرص الذكية والتي قد تذهب عندما لا يؤخذ بالحسبان التغيرات البيئية الطارئة، وبالتالي فإن إغفال أي احتمال من اجل تعبئة الفرص الطارئة، قد يؤدي الى حدوث خسارة غير منظورة في حساب الفكر الاستراتيجي (بريسم ٢٠١٠: ٤٩).

ثانياً: السلوك الإبداعي

مفهوم السلوك الإبداعي

عادة ما يتضمن السلوك الابداعي على استكشاف الفرص وتوليد الأفكار الجديدة السلوك المرتبط بالإبداع، وكذلك السلوكيات الموجهة نحو تنفيذ وتطبيق المعرفة الجديدة لتعزيز الأداء الشخصي او على مستوى المنظمة السلوك الموجه نحو التنفيذ (deJong and Den Hartog, 2008: 5). فالسلوك الابداعي يمكن تعريفه على انه سلوك الأفراد المعتمدة في توليد وترويج وتنفيذ الافكار الجديدة من اجل الاستفادة منها في دور الافراد أو المجموعات أو المنظمة، ويمكن أن تنعكس نتائج الابداع في توسيع وتجديد المنتجات والخدمات والإجراءات او العمليات لتطور طرق انتاج جديدة لو في أنظمة الإدارة (Nehles,et.al. 2017:1232). او هو السلوك الذي يحفز الافراد على تكوين وادخال أفكار أو إجراءات أو منتجات غير عادية داخل المنظمة (Yildiz, et.al.)

344:2017). كما يمكن ان يشير الى مجموعة من أنشطة العمل المادية والمعرفية التي يقوم بها الموظفون اثناء عملهم، إما بشكل شخصي أو جماعي، من أجل إنجاز المهام المطلوبة لتحقيق هدف تطوير طرق الابداع (Messmann, 2012: 6). او هو العملية المتكونة من ثلاث مراحل سلوكية تبدأ بتقديم الافكار الجديدة المتمثلة بمرحلة توليد الفكرة ثم تنتقل الى مرحلة تروج الفكرة مشاركة الافراد وتنتهي بقيمة ادراك الفكرة وتطبيقها مرحلة تنفيذ الفكرة (Dedahanov, et.al 2017: 336). كما عرفه اللافي على انه انماط سلوكية مختلفة تظهر في بيئة العمل فيتم فهمها وتفسيرها من قبل افراد المنظمة كالانفتاح على التغيير والقدرة على التكيف مع البيئة وتقبل وجهات النظر وتقديم حلول مبتكرة لحل المشكلات وتقبل النقد (اللافي، ٢٠١٨: ١٢٠). ويتفق كل من (Koednok and Sungsanit) و (Nijenhuis) على ان السلوك الابداعي هو مبادرة الموظف الموجه نحو توليد وتطبيق وتنفيذ الأفكار الجديدة من منتجات او عمليات واساليب لتطوير مواقعهم الوظيفية أو الوحدات الإدارية أو المنظمات ككل من اجل زيادة فاعلية ونجاح العمليات التنظيمية (Koednok and Sungsanit, 2018:40 و (Nijenhuis, 2015: 13).

أهمية السلوك الإبداعي

يعد التركيز على الموظفين أمر حيوي، يعكس قدرة المنظمة على الابتكار الذي ينبع من رأس المال البشري، فالمشاركة في السلوك الابداعي بين الافراد يؤدي إلى خلق أفضل المنتجات أو الخدمات (Albukhait,et.al.2018:3). فضلاً عن تطوير قدرة الفرد على استنباط الافكار الجديدة وايجاد الحلول الاصلية، ويساهم في تحقيق الذات الابداعية وتنمية المواهب وادراك العالم بطريقة افضل (عبدالحكيم و صلاح الدين، ٢٠١٦: ١٠). لذا تكمن اهمية السلوك الابداعي في نمو الشخصية، زيادة الرضا، تحسين التماسك أو تحقيق تواصل أفضل ما بين الأفراد (deJong, 2007:16). فضلاً عن الأهمية في العديد من مبادئ الإدارة المعاصرة، مثل التحسين المستمر، ريادة الأعمال للشركات (Dorner, 2012:12). ويرى جوال ويرقي ان اهمية السلوك الابداعي يعتبر ركيزة اساسية في العملية الابداعية فهو بمثابة الجسر الرابط بين التفكير الابداعي والنتائج الابداعية (جوال و يرقى، ٢٠١٥: ١٨٠). لذا أصبح من الضروري تعلم وتعزيز السلوك الابداعي من أجل البقاء في بيئة يسودها التطور السريع في التكنولوجيا والعولمة في جميع المجالات وللقيام بذلك، تحتاج المنظمات إلى تشجيع السلوك الابداعي، حيث اظهر البحوث اهمية المناخ المعزز لسلوك العمل الابداعي في البيئة المتدنية للمنتجات والخدمات (Stoffers, et.al.2015:200). ويرى السحباني والمدهون أن حاجة المنظمة للسلوك الإبداعي كحاجة الإنسان للرئة لأنها تمثل مصدر التنفس والاستمرار

والبقاء على قيد الحياة، فالمنظمة الى تطوير ذاتها وتحسين أدائها والاستفادة من كافة الإمكانيات التي تدعم توليد وإنتاج أفكار بناءة وجديدة تتمتع بالحدثاثة من أجل البقاء والمحافظة على مكانتها بين المنظمات الأخرى ولا يكون ذلك إلا من خلال تنمية وتحسين وتطوير الابداع لدى العاملين في المنظمة ليصبح الابداع سلوكاً يمارسه الجميع في بيئة العمل داخل المنظمة، وإلا فإن المنظمة سيكون مصيرها التلاشي (السحباني والمدهون، ٢٠١٦: ٤٢). لذا يعتبر السلوك الابداعي أحد أهم العوامل في إدارة التغيرات السريعة وزيادة حدة الميزة التنافسية بين المنظمات والتي تنعكس على تحسين كفاءة وفعالية العمليات التنظيمية بشكل شامل، (Pukienè, 2016:12).

أبعاد السلوك الإبداعي

لقد تم قياس السلوك الابداعي من خلال التركيز على الابعاد التي تناولها اغلب الدراسات ، التي غالباً ما تكون مرتبطة بمراحل عملية السلوك الابداعي والتي تشمل (توليد الافكار - ترويج الافكار - تنفيذ الافكار).

١- توليد الأفكار

يبدأ السلوك الإبداعي مع توليد الأفكار الجديدة والمفيدة في أي مجال وأن الابداع عادة ما يتسبب بتحديد مشكلة اما ان تكون موجودة او مستقبلية يتطلب الحاجة لمعالجتها، وهذا أمراً ضروري في توليد الأفكار الجديدة أو اعتماد الحلول التي تنشط الابداع، كما ان الأفكار الفريدة هي مشاكل متعلقة بالعمل والتناقضات والثغرات والاتجاهات الجديدة الناشئة تعد من المثيرات الرئيسية لهذه الافكار (Pukienè, 2016: 14-15). لذا يبدأ الابداع عادةً بالكشف عن فجوة الأداء - عدم التطابق بين الأداء الفعلي والمحتمل (de Jong, 2007: 25). من خلال التعرف على المشكلة، وتحديد وإيجاد حل لهذه المشكلة (Stoffers, et al 2015: 201). سواء كانت مبتكرة أو قائمة حالياً لغرض التجديد (de Jong and Den Hartog, 2008: 6). وكذلك التفكير في الطرق التي يمكن بها المزج ما بين الحلول والعمليات البديلة مع إعادة تنظيم المعلومات والافكار الموجودة (Nijenhuis, 2015: 14). اذ ان التعرف على المشكلات والتفكير في طرق لتحسين الأشياء، ينتج عنها المزيد من الاقتراحات المبدعة (deJong, 2007: 18-19). وهذه المفاهيم ذات صلة بكل شيء جديد لغرض تحسينها (Oukes, 2010: 15). والبحث عن التحسينات ممكن ان يكون (منتج، عملية إنتاج ، خدمة ، نظام ، طريقة ، سياسة) من قبل فرد أو مجموعة أفراد في المنظمة (Agbim, 2013: 2). وهذا يعتمد على

مولدي الافكار الجيدة وهم أفراد الذين يستطيعون معالجة الفجوة الحاصلة بالأداء من زاوية متعددة، ولذلك يعتبر توليد الافكار هو العنصر الأول في السلوك الإبداعي (Pukienè,2016:15).

٢-ترويج الأفكار

مع ان يتم توليد فكرة جديدة، يتطلب الترويج لها وتأييدها كما هو مطلوب (Nijenhuis,2015:15). ويبحث الشخص المبدع عن دعم لأفكاره، وقد يشعر المبدع إن أفكاره ودعمه تتجه نحو التغيير او المقاومة، لذلك فهو يريد خلق التزام لهذه الأفكار وغالباً ما تبني تحالفات لهذا الموقف (Stoffers,et al 2015:201). فهو يحاول تحويل الفكرة إلى اقتراحات تكون مقبولة بشكل رسمي عن طريق دعم وتشجيع اعضاء المنظمة لها (Agbim, et.al. 2013:2). ومن خلال قيامه بمشاركة الأفراد في الأنشطة الاجتماعية للبحث عن الراعين والمؤيدين الذين يمكنهم المساعدة في تحقيق الأفكار الجديدة (Dedahanov, et.al.2017:336). بهدف العثور على المزيد من الأنصار له في عملية التنفيذ لبناء ائتلاف يحاول من خلاله كسب الدعم المطلوب (de Jong and Den Hartog, 2008: 6). لذا هذه المرحلة تشمل جميع السلوكيات المتعلقة بإيجاد الدعم وبناء التحالفات، مثل إقناع والتأثير على الموظفين الآخرين والتفاوض (de Jong, 2007:27). بالمقابل عليه أن يكون واثقاً من نجاح الفكرة، حيث يمكن ان يكون هؤلاء الأصدقاء هم فئة المديرين، وأعضاء الأقسام الأخرى أو الزملاء المقربين هؤلاء الحلفاء المؤثرون سيوفرون القوة اللازمة وراءه (Pukienè,2016: 15-16). لذلك يحتاج التسويق الفكري دعم وتأييد الموظفين الآخرين في تطبيق الأفكار الإبداعية بفعالية في العمل، وعندما تكون الأفكار الإبداعية مقبولة يمكن تطويرها من قبل الجميع مع الدعم التنظيمي وتحديد هوية المنظمة يتحقق السلوك الإبداعي في المنظمات (Hsu and Wang, 2015:116).

٣-تنفيذ الأفكار

المرحلة النهائية من عملية السلوك الابداعي هي مرحلة التنفيذ التي تتعلق بالاستخدام الفعلي للابداع من قبل أعضاء المنظمة أثناء قيامهم بمهامهم (Agbim, 2013:2). حيث تنطوي على أنشطة مثل إنتاج نموذج اولي لمنتج جديد أو التقنية أو العملية أو طريقة القيام بالأشياء وتنفيذها مع تبني موقف موجه نحو النتائج (Nijenhuis,2015:15). كما يتضمن اختبار وتعديل الفكرة بطرق أخرى (Oukes, 2010:15). وبالتالي يتطلب الأمر مجموعة من السلوكيات والذي بدوره يحتاج في كثير من الأحيان جهداً كبيراً من الأفراد لتحويل افكارهم إلى أفكار عملية قابلة للتطبيق لتحويل الأفكار إلى حقيقة (de

(Jong, 2007:28). بحيث يمكن تطبيق داخل دور العمل او المجموعة، أو على مستوى المنظمة ككل بحيث تستطيع المنظمة ان تحصل على المنافع الحقيقية من جراء هذه العملية (Dedahanov, et.al.2017:336). فعندما يتم إنشاء الفكرة وتجد الدعم، يجب تنفيذها لذلك، فهي تمثل تطبيقها مفيداً على المستوى (البدني أو الفكري) والتي يمكن نقلها فيما بعد إلى الآخرين، وإن تنفيذ الفكرة هو آخر المهمة السلوكية الأكثر تحدياً لعملية الابداع لأنها تتطلب مهارات ومعارف مختلفة وتواصل مع زملاء آخرين أو حتى إدارات الاخرى (Pukienė,2016:16). وهكذا فإن الخطوة الختامية لعملية السلوك الابداعي تهتم بالتحقق الفعلي للفكرة الابداعية واختباره وتنفيذه (Nijenhuis,2015:15). وتصحيح الانحرافات التي قد تظهر، وقبول الإبداع كجزء من الوضع الراهن الجديد (علي و فاطمة، ٢٠١٥: ١٩٢). من اجل تعزيز الأداء التنظيمي (Hsu and Wang, 2015:116).

محددات السلوك الإبداعي

بلا شك يعتبر تحفيز السلوك الابداعي من اهم متطلبات العمل الاداري، فالمنظمات المبدعة هي التي يكون السلوك الابداعي الطابع المميز لعملياتها وممارساتها اليومية (جوال و يرقى، ٢٠١٥: ١٩٧). حاولت العديد من الابحاث تشخيص محددات السلوك الابداعي في ضوء أهميتها، فقد تم تصنيف هذه المحددات الى عوامل فردية وتنظيمية وبيئية (Kheng, et.al. 2013:48). لقد اكدت معظم الأبحاث على وجود مجموعة من العوامل التنظيمية والفردية كأحد المحددات الهامة للسلوك الابداعي (Dorner,2012:12). في حين ذهب باحثين اخرين الى تحديد مجموعة اخرى كالعوامل الفردية، والبيئية، وفريق العمل، وطبيعة العلاقات السائدة، واخيراً العوامل التنظيمية (Oukes,2010: 16). وقد وجد ان العوامل الفردية هي الاكثر اهمية (Kheng, et.al. 2013:48). فالفوارق والاختلافات الفردية للأفراد تؤثر بشكل كبير على مراحل عملية الابداع مما ينعكس على السلوكيات الابداعية لدى الافراد (Gozukara and Yildirim,2016:63). فالخصائص الشخصية المثلثة بروح المبادرة على الابداع والاستباقية وتولي المسؤولية للفرد، تلعب دوراً مهماً في ذلك السلوك (Oukes,2010: 16). كما ان السمات المعرفية كاسلوب حل المشكلات او تحديدها لها دوراً كبير في التأثير على السلوك الابداعي (Dorner,2012:13). اما العوامل الوظيفية فتتمثل بخصائص الوظيفة تصميم الوظائف الاثراء الوظيفي والتنوع ودرجة الالتزام فهذه لها تأثير كبير في تحفيز سلوكيات الافراد لتكون اكثر ابداعاً، اما عامل الفريق، فان مناخ الفريق ومراقبة اسلوب الفريق ودور الفريق ودعم الفريق ودعم قائد الفريق، كلها تؤثر

على السلوك الابداعي (Oukes,2010:17). اما عامل الاتصالات فيشمل على اتصالات العمل الخارجية ونمط القيادة وسلوك القائد المحفز (de Jong,2007:10) وبالتالي يعتبر نمط القيادة واحدة من اهم العوامل التي تؤثر على السلوك الابداعي (عبدالحكيم وآخرون، ٢٠١٦: ١٧). اما العوامل التنظيمية فيرى العلماء ان القيادة التحويلية والمناخ التنظيمي والثقافة التنظيمية والاستقلال الوظيفي والحوافز والمكافآت وعرض الجوائز ودعم الافراد للابداع، هي عوامل مؤثرة في السلوك الابداعي كما تعد احد استراتيجيات ريادة الشركات (Dorner,2012:12-13) و (Yildiz,et.al.2017:34).

المحور الثالث : الجانب العملي للبحث

عرض الارتباط بين أبعاد البحث في الجامعة المبحوثة:

ليبيان درجة الترابط بين متغيرات البحث ودرجة استقلالية المتغير المستقل عن التابع تم إجراء تحليل الترابط لعرض صورة توضيحية عن طبيعة العلاقة ومستواها وتوضيح مدى ملائمة النموذج المقترح ومكانية اعتماد متغيراته في الميدان المستهدف وكما موضح في الجدول أدناه:

جدول رقم (٣) معامل الارتباط بين ابعاد الدراسة ومعامل التباين التضخمي

النية الاستراتيجية	ادراك النظم	التفكير الفرصي	التفكير في الوقت	توليد الافكار	ترويج الافكار	تنفيذ الافكار
1						
.475**	1					
.512**	.562**	1				
.463**	.598**	.434**	1			
.521**	.543**	.519**	.562**	1		
.558**	.575**	.421**	.597**	.439**	1	
.445**	.493**	.489**	.574**	.585**	.491**	1
السلوك الابداعي						
التفكير الاستراتيجي			Tolerance			
النية الاستراتيجية			VIF			
			1.361			
ادراك النظم			5.421			
التفكير الفرصي			6.824			
التفكير في الوقت			3.892			
			2.811			

من خلال الجدول رقم (٣) يتبين وجود علاقة ترابطية بين متغيرات البحث وفي نفس الوقت يتضح استقلالية المتغير المستقل عن التابع كون مشكلة الارتباط الخطي لم تظهر، وبهذا يكون من السهل تحديد اثر المتغير المستقل عن التابع بعد أن تراوحت درجة الارتباط بين $(-0.434^{**} - 0.595^{**})$.

ومن قيم معامل التباين التضخمي يتبين وضوح وصلاحيه النموذج المقترح بجميع متغيراته حيث بلغت قيمة (VIF) اقل من (0.05) وقيمة (Tolerance) اكثر من (0.05) وبهذا يتضح وبهذا نتأكد من امكانية ادراج

جميع ابعاد البحث المعتمدة في النموذج ضمن نموذج الانحدار سعياً لتوصل الى افضل تحليل لإجابات العينة المستهدفة.

وجاءت نتائج التحليل الإحصائي لاختبار فرضيات البحث وفقاً للآتي

اولاً: الفرضية الرئيسية الاولى: يتباين مستوى الأهمية النسبية لتفكير الاستراتيجي والسلوك الابداعي حسب استجابات العينة في الميدان المبحوث.

تشير النتائج الواردة في الجدول الى تباين في اهمية ابعاد البحث، بعد ان حصل البعد (ترويج الافكار) اعلى وسط حسابي بلغ (4.47) بأنحراف معياري (0.56) ويدعم ذلك معامل الاختلاف البالغ (12.527) ليكون البعد الاول من حيث الاهمية النسبية البالغة (89%) على مستوى الابعاد، جميع النتائج تؤكد الى اتجاه استجابات العينة نحو موافق.

وعلى مستوى الابعاد حصل بعد (النية الاستراتيجية) على اقل متوسط حسابي بانحراف معياري (0,91) ومعامل اختلاف (24266) ليكون البعد الاخرين من حيث الاهمية النسبية حسب اجابات العينة المستجيبة حيث بلغت الاهمية النسبية (75%) مع العلم ان جميع النتائج تؤكد على ان اتجاه اجوبه العينة نحو موافق. ومما تقدم يمكن للباحثون ترتيب الابعاد حسب اهميتها ووفقاً لأوليات العينة المستهدفة على أساس الوسط الحسابي والانحراف المعياري معامل الاختلاف والاهمية النسبية لتكون الرؤية واضحة لمتخذ القرار بمستوى اهمية الابعاد المبحوثة وكما هو موضح في جدول رقم (٤)

جدول رقم (٤)

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الاهمية النسبية	ترتيب الابعاد
١	النية الاستراتيجية	3.75	0.91	24.266	75%	
٢	ادراك النظم	3.78	0.94	24.677	76%	
٣	التفكير الفرصي	4.04	0.84	20.792	81%	4
٤	التفكير في الوقت	4.21	0.76	18.052	84%	3
٥	توليد الافكار	4.03	0.89	22.029	81%	4
٦	ترويج الافكار	4.47	0.56	12.527	89%	1
٧	تنفيذ الافكار	4.25	0.79	18.588	85%	2

وفقاً لمعطيات الجدول رقم(٤) تتأكد صحة الفرصة الاولى والتي تنص الى يتباين مستوى الأهمية النسبية لتفكير الاستراتيجي والسلوك الابداعي حسب استجابات العينة في الميدان المبحوث.

ثانياً: الفرضية الرئيسية الثانية: توجد علاقة ارتباط واثر ذو دلالة احصائية بين التفكير الاستراتيجي والسلوك الابداعي بدلالة ابعادهما.

تبين المعطيات الواردة في الجدول (٥) علاقة واثر التفكير الاستراتيجية بالسلوك الابداعي على وفق اراء العينة المستهدفة والتي يمكن على ضواها تحديد صلاحية الفرضية من عدمه وعلى النحو الآتي:

جدول رقم (٥)

علاقة الارتباط والأثر بين التفكير الاستراتيجي والسلوك الابداعي بأبعادها (N= 88)									
السلوك الابداعي									
تنفيذ الافكار			ترويج الافكار			توليد الافكار			
Sig	T	B	Sig	T	B	Sig	T	B	
0.00	3.45	0.26	0.00	3.11	0.23	0.00	4.01	0.17	النية الاستراتيجية
0.00	4.21	0.31	0.01	3.21	0.26	0.00	3.18	0.22	ادراك النظم
0.00	3.33	0.28	0.00	3.30	0.19	0.00	4.12	0.24	التفكير الفرصي
0.00	4.12	0.34	0.00	4.15	0.21	0.02	7.22	0.23	التفكير في الوقت
0.02	4.19	0.32	0.00	4.12	0.26	0.00	6.21	0.22	التفكير الاستراتيجي
0.65			0.79			0.78			معامل الارتباط (R)
0.56			0.63			0.67			معامل التحديد(R2)
1.12			1.22			1.09			معامل الثبات (a)
0.000	89.14	0.000	64.22	0.000	71.11	ANOVA			
						Sig	F		
Sig				نسبة التأثير				معامل التأثير	
0.001				0.180				تأثير المباشر	
0.000				0.114				تأثير غير مباشر	
0.004				0.249				تأثير أجمالي	
0.72									نسبة التأثير المباشر

١- يتبين من النتائج الواردة في الجدول رقم (٥). وجود علاقة واثر بين التفكير الاستراتيجي والسلوك الابداعي بدلالة الابعاد بعد أن بلغت معامل الارتباط بين التفكير الاستراتيجي و توليد الافكار ($R=0.78$)، ومعامل التحديد ($R^2=0.67$) أي ما مقدار (67%) من التغير الحاصل في توليد الافكار مفسر بفعل التفكير الاستراتيجي، في حين بلغت قيمة ($\beta=0.22$) أي ان تغير وحدة واحده في التفكير الاستراتيجي يصاحبه تغير (22) وحده في توليد الافكار ، كما ويتضح ان المتغيرات متجانسة فيما بينها حيث بلغت ($F=71.11$)، وبلغت قيمة ($t=6.21$) وهي اكبر من (2) كما كانت قيمة ($Sig=0.000$)، بهذا تتأكد العلاقة والاثر بين التفكير الاستراتيجي بأبعاده وتوليد الافكار كأحد ابعاد السلوك الابداعي.

٢- بلغ معامل الارتباط بين التفكير الاستراتيجي وترويج الافكار ($R=0.79$)، ومعامل التحديد ($R^2=0.63$) أي ما مقدار (63%) من التغير الحاصل في ترويج الافكار مفسر بفعل التفكير الاستراتيجي، في حين بلغت قيمة ($\beta=0.26$) أي ان تغير وحدة واحده في التفكير الاستراتيجي يصاحبه تغير

(26) وحده في ترويج الافكار، كما ويتضح ان المتغيرات متجانسة فيما بينها حيث بلغت ($F=64.22$)، وبلغت قيمة ($t=4.12$) وهي اكبر من (2) كما كانت قيمة ($Sig=0.00$)، بهذا تتأكد العلاقة والاثر بين التفكير الاستراتيجي بأبعاده وترويج الافكار كأحد ابعاد السلوك الابداعي.

٣- تبين وجود علاقة ارتباط بين التفكير الاستراتيجي وتنفيذ الافكار بعد ان بلغ معامل الارتباط ($R=0.65$)، ومعامل التحديد ($R^2=0.56$) أي ما مقدار (56%) من التغير الحاصل في تنفيذ الافكار مفسر بفعل التفكير الاستراتيجي، في حين بلغت قيمة ($\beta=0.32$) أي ان تغير وحدة واحدة في التفكير الاستراتيجي يصاحبه تغير (32) وحده في تنفيذ الافكار، كما ويتضح ان المتغيرات متجانسة فيما بينها حيث بلغت ($F=89.14$)، وبلغت قيمة ($t=4.19$) وهي اكبر من (٢) كما كانت قيمة ($Sig=0.000$)، بهذا تتأكد العلاقة والاثر بين التفكير الاستراتيجي بأبعاده وتنفيذ الافكار كأحد ابعاد السلوك الابداعي.

كما ويتضح من الجدول أن معامل الحد الثابت للمتغيرات يختلف عن الصفر، وبهذا تتأكد العلاقة، ويتبين الاهتمام في المتغيرات التابعة حتى في حالة عدم تركيز على المتغير المستقل كون قيمة المعامل الثابت (a) اختلفت عن الصفر في جميع الاختبارات الواردة في الجدول وهذه نتيجة ايجابية تعزز اهمية المتغيرات في الميدان المبحوث وتؤكد اهتمام العينة المستهدفة بها.

ويتضح ان اجمالي التأثير (0.249)، وقيمة ($Sig=0.004$) وبهذا تمثل دالة إحصائية، بعد ان بلغت نسبة التأثير المباشر (0.180) ويمثل نسبة مرتفعة تزيد عن التأثير غير المباشر البالغ (0.114) لتشكل نسبة التأثير المباشر من اجمالي التأثير (0.72) بثبات الدالة الاحصائية، جميع النتائج تؤكد صحة الفرضية الثانية التي تنص على وجود علاقة واثر ذو دلالة احصائية بين التفكير الاستراتيجي والسلوك الابداعي بدلالة ابعادهما.

الاستنتاجات

تبين من خلال نتائج التحليل واختبار الفرضيات ما يلي:

- ١- وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغيرات البحث المتمثلة بالتفكير الاستراتيجي والسلوك الابداعي، بعد ان تراوحت نسب الارتباط بين (-0.434^{**} - 0.595^{**})، وهذه النسب تمثل نسب ايجابية تبين وجود ارتباط وتؤكد عدم وجود مشكلة الارتباط الخطي المتعدد بين الأبعاد الداخلية للمتغير المستقل اي ان من السهولة التعرف على اثر وعلاقة ابعاد المتغير المستقل بالتابع.
- ٢- كما ويتبين وجود تأثير مباشر لتفكير الاستراتيجي في السلوك الابداعي يزيد عن نسبة التأثير غير المباشر بعد ان بلغت نسبة التأثير المباشر من اجمالي التأثير (72) وهذا يبرهن اهمية التفكير الاستراتيجي في الميدان المبحوث.

٣- وقد اكدت قيم معامل التباين التضخمي وضوح وصلاحيه النموذج المقترح بجميع متغيراته حيث بلغت قيمة (VIF) اقل من (0.05) وقيمة (Tolerance) اكثر من (0.05) وبهذا اصبح مقبول ادراج جميع ابعاد الدراسة في النموذج الذي يعتمد.

٤- يعتمد نجاح التفكير الاستراتيجي على تطبيق معايير السلوك الابداعي (توليد الافكار ، ترويج الافكار ، تنفيذ الافكار) بوصفها الاساس لتنبؤ بالمستقبل والاستعداد لكل المخاطر وهذا يعتمد على اعداد خطه تركيز على الاستعدادات والبدائل التي يكون الهدف من وراءها مواجه الأزمات.

٥- ساهم التفكير الاستراتيجي في تحديد معالم النموذج الذي يمكن من خلاله ترجمة الماضي والتعرف على الحاضر والتنبؤ بالمستقبل والاستعداد له من خلال اعتماد خارطة طريق يتم عن طريقها التأسيس لبناء صورة مترابطة ومُتكاملة لتطبيق ابعاد التفكير الاستراتيجي وفق أسس علمية ومنهجية.

التوصيات

- ١-السعي الدؤوب وراء اشراك الكوادر العاملة في الجامعة بدورات يقيهما متخصصين في مجال الادارة الاستراتيجية لأدراك الأهمية القصوى التي يكتسبها التفكير والسلوك الابداعي على فاعلية المنظمات.
- ١- العمل على تشجيع الخبراء المختصين في التفكير الاستراتيجي لتوظيف قدراتهم ومهاراتهم في دراسة واستقراء السبل والوسائل الكفيلة بالنهوض بواقع الجامعة والسعي وراء وتحديد الرهانات التي يجب كسبها والتحديات التي يلزم رفعها والاستراتيجيات التي ينبغي وضعها لرفع قدرة الجامعة التنافسية.
- ٢- العمل على تبني تفكير استراتيجي داعم للسلوك الابداعي من خلال اعتماد نظرة استراتيجية شمولية تساعد الجامعات في توفير البيئة الملائمة لتوليد الافكار وترويجها وتنفيذها بشكل الذي يحقق اهداف الجامعة.
- ٣- اشراك الكوادر العاملة في رسم خطة يتم من خلالها اعتماد الاستراتيجيات التي تساعد على السلوك الابداعي لتنبؤ بالمستقبل من جهة وتحديد الثغرات المؤثرة على السلوك الابداعي والعملية التعليمية من جهة أخرى.
- ٤- تكثيف الجهود لبناء نموذج اكثر شمولية من حيث الابعاد، والسعي الى تطبيقه في جميع الجامعات العراقية للقدرة على بيان مدى ادراك الجامعات بالتفكير الاستراتيجي وأهمية من ناحية ومن ناحية اخرى لتحديد السلوك الابداعي الواجب التركيز عليه ليتسنى للجامعات وضع ترسيخ القيم التي يمن من خلالها تبني مثل ذلك السلوك.

قائمة المصادر

أ. المصادر العربية

١. ابراهيم ، انس محمود (٢٠١٤) ، تأثير التفكير الاستراتيجي في الميزة التنافسية في صناعة التأمين _ بحث استطلاعي لآراء عينة من المدراء في شركة التأمين الوطنية ، جامعة بغداد

٢. البداح ، صلاح حسن(٢٠١١) ، أثر انماط التفكير الإستراتيجي على الاداء التنافسي - دراسة تطبيقية على شركات الوساطة المالية في الكويت رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الاوسط .
٣. برسيم ، مها عارف(٢٠١٠) ، تأثير التفكير الاستراتيجي والابداع التسويقي في القرارات التسويقية : دراسة استطلاعية لأراء العاملين في المصارف الاهلية في بغداد ، رسالة ماجستير غير منشور ، الجامعة المستنصرية ، بغداد .
٤. ترغبي ، صبرينه (٢٠١٥) ، دور التفكير الاستراتيجي في تفعيل القدرات الابداعية للمؤسسة ، دراسة حالة مجمع صيدال ، اطروحة دكتوراه ، الجزائر .
٥. جوال ، السعيد ويرقي، حسين (٢٠١٥) . التمكين واثره على تنمية السلوك الابداعي في المؤسسة الاقتصادية : دراسة ميدانية . اطروحة دكتوراه، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر.
٦. الخفاجي ، عباس (٢٠٠٤) ، الادارة الاستراتيجية : المدخل ، المفاهيم والعمليات دار الثقافة للطباعة والنشر ، عمان .
٧. الدوري وصالح ، زكريا واحمد (٢٠٠٩) ، الفكر الاستراتيجي وانعكاساته على نجاح منظمات الاعمال دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان .
٨. رشيد، صالح عبدالرضا ومزهر، زينب حميد(٢٠١٨) . توظيف سلوكيات القيادة البارعة لتعزيز سلوك العمل الابداعي . مجلة المثنى للعلوم الادارية والاقتصادية ، (٨) ، (١).
٩. السحباني، حسام سالم و المدهون، محمد ابراهيم (٢٠١٦) . الثقافة التنظيمية وتأثيرها على تنمية السلوك الابداعي في الوزارات الفلسطينية بقطاع غزة . رسالة ماجستير ، جامعة الاقصى، فلسطين.
١٠. سلطان ، جاسم (٢٠١٠) ، التفكير الاستراتيجي والخروج من المأزق الراهن ، مؤسسة ام القرى للنشر والتوزيع ، مصر .
١١. سليمان ، سلمان (٢٠٠٤) ، البعد الاستراتيجي للمعرفة ، مركز الخليج للابحاث ، الامارات- دبي.
١٢. الشهري، محمد بن علي(٢٠١٠) ، واقع التفكير الاستراتيجي لدى مديري المدارس الثانوية بمدارس التعليم العام الحكومية والاهلية بمدينة الطائف رسالة ماجستير ، جامعة ام القرى، المملكة العربية السعودية .
١٣. عبدالحكيم، ريموش و صلاح الدين، بولعراوي وزرزور، براهيم(٢٠١٦) . اثر النمط القيادي على السلوك الابداعي للمرووسين - دراسة حالة الشركة الافريقية للزجاج . رسالة ماجستير ، جامعة تبسة.
١٤. علي، مكيد وفاطمة، يحيواي(٢٠١٥) . أثر إستراتيجية التمكين في تنمية السلوك الإبداعي لرأس المال الفكري - دراسة حالة مؤسسة صيدال فرع أنتيبوتيكال المدية . مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية ، (١٤) ، ٢٠١٥.
١٥. اللافي، خالد خلف(٢٠١٨) . الدور الاستراتيجي لادارة الموارد البشرية واثره على الابداع لدى العاملين في شركة الاتصالات زين العاملة في الاردن . مجلة الجامعة الاسلامية للدراسات الاقتصادية والادارية ، (٢٦) ، (٢) ، ٢٠١٨.

١٦. المبارك، معصومة : (2006)، القيادة والتفكير الاستراتيجي، الطريق إلى المستقبل ، ورقة مقدمة إلى الملتقى الإداري الرابع، الجمعية السعودية للإدارة :السعودية.
١٧. محمد، الحسن شريف محمد و الشيخ، بابكر مبارك عثمان(٢٠١٨). اثر اس المال الفكري في الابداع التنظيمي - دراسة تطبيقية في كلية العلوم الادارية جامعة نجران . مجلة الجامعة الاسلامية للدراسات الاقتصادية والادارية، (٢٦)، (٣).
١٨. النعيمي ، صلاح عبدالقادر(٢٠٠٣) ، مواصفات المفكر الاستراتيجي في المنظمة، المجلة العربية للإدارة مج ٢٣ ع ١ .
١٩. هلال، محمد عبدالغني(٢٠٠٧) ، مهارات التفكير والتخطيط الاستراتيجي : كيف تربط بين الحاضر والمستقبل ، مركز تطوير الاداء والتنمية ، جمعورية مصر العربية .

ب. المصادر الاجنبية

1. Abukhait, Rawan Mazen. Bani-Melhem, Shaker and Zeffane, Rachid(2018), Empowerment and Innovative Behaviors: Exploring Gender Differences, International Journal of Innovation Management .
2. Agbim, Kenneth Chukwujioke., Oriarewo, Godday Orziemgbe. and Omattah, Abu Emmanuel,(2013) An exploratory study of the relationship between innovation and change management, International Journal of Scientific and Research Publications, Vol (3) No (6).
3. Al-Qatamin, Ahmed A. & Esam, Ayat M.(2018) ,Effect of Strategic Thinking Skills on Dimensions of Competitive Advantage: Empirical Evidence from Jordan, International Journal of Business and Management; Vol. 13, No. 5.
4. Birnbaum,B,(2009),Strategic Thinking, a four piece puzzle ,costamesa,64(5).
5. Bos-Nehles, Anna . Renkema, Maarten and Janssen, Maïke(2017). HRM and innovative work behaviour: a systematic literature review , Personnel Review (Emerald Insight),Vol (46) No (7), 2017.
6. de Jong, Jeroen. Petrus. Johannes (2017), Individual Innovation the Connection between leadership and employees' Innovative work Behavior, Dissertation For Doctoral, Universiteit van Amsterdam, 2007.
7. De Jong, Jeroen. P. J. and den Hartog, Deanne. N.(2008) Innovative work behavior: Measurement and validation, The Scales- initiative (Scientific analysis of Entrepreneurship and SMEs. The Netherlands Ministry of Economic Affairs.
8. Dedahanov, Alisher Tohirovich. Rhee, Changjoon and Yoon, Junghyun(2017) , Organizational structure and innovation performance: Is employee innovative behaviora missing link, Career Development International Emerald Insight), Vol (22) No (4).
9. Dorner , Nadin,(2012) Innovative work Behavior: The roles of employee expectations and effects on job performance, Dissertation For Doctoral, university of st. gallen, school of management, economics, 2012.



10. Garratt, B., (1995), **Helicopters and Rotting Fsh: Developing Strategic Thinking and New Roles for Direction Givers**, in Gratt, B. (Ed.), Developing Strategic Thought- Rediscovering the Art of Direction Giving, McGraw-Hill, London
11. Ghorbani, Mahmood & Fattahi, Seyed(2013) , **Study of Relationship Between Strategic Thinking Dimensions and Entrepreneurship** , Middle-East Journal of Scientific Research vol(13), No(2) .
12. Gozukara, Izlem and yildirim, Osman (2016), **Exploring the link between Distributive Justice and Innovative Behavior: Organizational Learning Capacity as a Mediator**, International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences, Vol (6) No (2).
13. Heracleous, loizos(1998). **Strategic Thinking or Strategic Planning**, Long RangePlanning, Vol. 31, No.3.
14. HSU, Jiun-Lan and WANG, Jeng-Hwan (2015), **Exploring the effects of Organizational Justice on Employees' Innovative Behavior in Hospitality Industry from the Aspect of Organizational Support**, Revista de Cercetare și Iniț iative Socială, Vol (49).
15. Ken, Haycock, Anne Cheadle and Karla Bluestone (2013), **Strategic Thinking : Lessons for Leadership from the Literature** , Library leadership & management , vol(26), No(3).
16. Kheng, Yeoh Khar. June, Sethela and Mahmood, Rosli,(2013) **The Determinants of Innovative Work Behavior in the Knowledge Intensive Business Services Sector in Malaysia**, Asian Social Science, Vol (9), No (15).
17. Koednok, Sukumarkl and Sungsanit, Mullika, (2018) **The Influence of Multilevel Factors of Human Resource Practices on Innovative Work Behavior**, International Journal of Behavioral Science, Vol (13) No (1).
18. Lawrence, Eton (1999) **Strategic Thinking: A Discussion Paper** , Prepared for the Research Directorate, Research and Communications Branch, Canada .
19. Liedtka, J, M, 1998, **Strategic thinking : Elements,outcome and implications for planning**, long rang planning. Vol (31), no (1).
20. Messmann, Gerhard. M.A. (2012),**Innovative work behaviour: Investigating the nature and facilitation of vocational teachers' contributions to innovation development**. Doctoral dissertation, University of Regensburg.
21. Mintzberg, H., 1994, **The Fall and Rise of strategic planning** Harvard Business Review. No. 1, Jan-Feb.
22. Monnavarian, A., Farmani, G. & Yajam, H. 2011. **Strategic thinking in Benetton**, Business Strategy Series, 12, 2,
23. Nijenhuis, Koen,(2015), **Impact factors for innovative work behavior in the public sector: The case of the Dutch Fire Department**, Master thesis of Business Administration, University of Twente.
24. Oshannassy, T, **Strategic Thinking: A continuum of views and conceptualisation**, www.rmit.edu.au, 1999
25. Oukes T.(2010) **Innovative work behavior : a case study at a tire manufacturer** , Thesis for master, university of twente.



26. Pukienè, Aiste,(2016) **Innovative work Behavior – The role of Human Resource Management and Affective Commitment** , Thesis for Master, University Management and Economics
27. Ridgley ,stanly.k (2015) , **strategic thinking skills course guidebook** , Drexel University, America .
28. Stoffers,Jol. Neessen, Petra. and Dorp,Pim van(2015) , **Organizational Culture and Innovative Work Behavior: A Case Study of a Manufacturer of Packaging Machines**, American Journal of Industrial and Business Management, (4).
29. Tan, V. S. (2000), **Develop strategic thinking skills**,www.adtimes.nstp.com.my,.
30. Tavakoli, Judith Lawton, (2005), **Strategic thinking and knowledge management**, Handbook of Business Strategy, Vol (6), Iss: (1) .
31. Wiener, E., & Brown, A., (2006) **Future Think: How to think clearly in a time of change**, prentice Hall, New York.
32. Yildiz, Bora. Uzun, Sümeyra and Coşkun, Serdar Semih (2017), **Drivers of innovative behaviors: The moderator roles of perceived organizational support and psychological empowerment** , International Journal of Organizational Leadership, (6).