



RESEARCH ARTICLE - MANAGEMENT

The Role of Strategic Transparency in Achieving Sustainable Creativity / Explanatory Study in a Group of Industrial Companies in Baghdad

Basima Abbood Majeed^{1*}, Sahar Khaleel Esmael¹

¹ Technical Instructors training institute, Middle Technical University, Baghdad, Iraq.

* Corresponding author E-mail: basema.abood@mtu.edu.iq

Article Info.	Abstract
<p><i>Article history:</i></p> <p>Received 24 July 2021</p> <p>Accepted 11 October 2021</p> <p>Publishing 31 December 2021</p>	<p>This research aims to identify the role of strategic transparency in achieving sustainable creativity in a group of companies in Baghdad like; the General Company for the Industry for Vegetable Oils, the National Company for Hydraulic Industries - Hydraulic Factory, the General Company for Construction Industries - Baghdad Plastic Factory. The research problem was the necessity of the companies surveyed to adopt strategic transparency to achieve sustainable innovation. The questionnaire used for data collection. It consisted of (25) paragraphs. A random sample of (67) was selected from the research community represented by workers in industrial companies. The results of data analysis by using the statistical program (SPSS V.23) showed there was a statistically significant correlation between the dimensions of strategic transparency and sustainable creativity. It also had used the Amos V.20 program to investigate the research hypotheses by path analysis. Which showed there was a significant effect of the dimensions of strategic transparency in supporting sustainable innovation. Which, supporting its applications in the industrial labor market by increasing moral and material incentives to researchers in this field.</p>

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

2019 Middle Technical University. All rights reserved

Keywords: Strategic Transparency; Sustainable Creativity; Clarity of Business Rules; Organizational Change; Dimensions of Sustainable Creativity

دور الشفافية الاستراتيجية في تحقيق الإبداع المستدام / دراسة استطلاعية لمجموعة شركات صناعية في بغداد

باسمه عبود مجيد^{1*}، سحر خليل إسماعيل¹

¹ الجامعة التقنية الوسطى / معهد إعداد المدرسين التقنيين

* البريد الإلكتروني: basema.abood@mtu.edu.iq

معلومات المقالة	الخلاصة
تاريخ الاستلام 24 تموز 2021	تهدف المقالة البحثية للتعرف على دور الشفافية الاستراتيجية في تحقيق الإبداع المستدام في مجموعة شركات في محافظة بغداد وهي كل من (الشركة العامة لصناعة الزيوت النباتية، الشركة الوطنية للصناعات الهيدروليكية /مصنع الهيدروليك، الشركة العامة للصناعات الإنشائية /معمل بلاستيك بغداد). تمثلت مشكلة البحث بضرورة تبني الشركات المبحوثة الشفافية الاستراتيجية وتوظيفها لتحقيق الإبداع المستدام. لقد تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات. حيث تضمنت (25) فقرة. تم اختيار عينة عشوائية بلغ عددها (67) من مجتمع البحث المتمثل بالعمال في الشركات الصناعية. وقد بينت نتائج تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS v.23 وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الشفافية الاستراتيجية والإبداع المستدام. بالإضافة لاستخدام برنامج Amos V.20 - لاختبار الفرضيات بواسطة تحليل المسار. والذي أوضح نتائج وجود تأثير معنوي لأبعاد الشفافية الاستراتيجية في دعم الإبداع المستدام. وكانت أهم الاستنتاجات والتوصيات هي ضرورة دعم الباحثين من أجل زيادة مهاراتهم في مجالات الاستدامة جميعها. ودعم تطبيقاتها في سوق العمل الصناعية بواسطة زيادة تخصيصات الحوافز المعنوية والمادية للباحثين في هذا المجال.
تاريخ القبول 11 تشرين الاول 2021	
تاريخ النشر 31 كانون الاول 2021	

الكلمات المفتاحية: الشفافية الاستراتيجية؛ الإبداع المستدام؛ وضوح قواعد العمل؛ التغيير التنظيمي؛ أبعاد الإبداع المستدام

1. المقدمة

يعد موضوع الشفافية الاستراتيجية من المواضيع الحديثة بالإدارة الاستراتيجية استحوذ على اهتمام الخبراء والعلماء ونال اهتماماً متزايداً لمسألة شفافية الشركة. قدم العديد من الباحثين المفاهيم المتعلقة بالشفافية من وجهات نظر متعددة [1]. منهم من يعد الشفافية القدرة على الكشف عما يجري داخل المنظمات والإعلان بشفافية عن الأهداف والمبادئ عبر الصدق والإعلان عن النشاط وأهدافه ومصادر تمويله أمام الجميع [2]. أشار كلا من (Ahmadi et al., 2012؛ العابدي، 2012) إلى أن الشفافية مرونة في اتخاذ القرارات لمواجهة تغييرات البيئة عبر القدرة العالية للاستجابة لطلبات الزبائن بأقصى سرعة في ظل ظروف البيئة المضطربة [3,4]. من هنا نجد أن الانفتاح والتواصل الدائم مع المجتمع والمشاركين في السوق يضعان أساساً موثقاً لإجراء أعمال فعالة وله دور كبير في دعم الإبداع ويعد من سمات نجاح الشركات. اختلفت وجهات نظر الكتاب والباحثين في تحديد مفهوم دقيق للإبداع، أول من قدم مفهوم الإبداع هو Schumpeter حيث وجد بان الإبداع هو نتيجة إتباع أسلوب جديد في الإنتاج وتغيير في تصميم ومكونات المنتج [5]. حدد خمسة طرق للإبداع (إنتاج منتج جديد، إدماج طريقة جديدة ومبتكرة في الإنتاج أو التسويق، استعمال مصدر جديد للمواد الأولية، التعامل مع سوق جديدة، اتباع طرق صناعية حديثة). ويجد (Sternberg & Lubart, 1999) أن الإبداع هو إنتاج منتجات لم تنتج من قبل [6]. كما يرى (Rahman et al., 2012) بأنه عملية ديناميكية تتطلب إدارة مستمرة ومتطورة [7].

يعد تقييم استدامة القدرة الإبداعية للأعمال التجارية وسيلة رئيسة لتحديد مدى كفاءة هذه الشركة في إدارة عملية الإبداع بفعالية وكفاءة [8]. فالإبداع مزيج من القدرات الشخصية والاستعدادات تعمل على ترقية البيئة وإضافة قيمة للشركة سواء بصورة مباشرة وغير مباشرة [9]. وأوضح (Ganzer, et.al, 2017) بأنه أساليب وإجراءات جديدة من شأنها تحسين أداء الشركة لمواجهة التحديات الاستراتيجية [10].

نظراً للنتائج التي أكتدها الدراسات السابقة كدراسة (Alona & Arsen, 2017) بأن الشفافية الاستراتيجية ميزة تنافسية للشركات القائمة على الإبداع [11]. أكدت دراسة (Hans d'Orville, 2019) ارتباط الإبداع والاستدامة ارتباطاً وثيقاً [12]. أشارت دراسة (الحدراوي وآخرون، 2017) للعلاقة الارتباطية والتأثيرية بين متغير الشفافية الاستراتيجية كمتغير تفسيرى وإصلاح النظام الإداري ومتطلباته والمفاهيم المرتبطة به كمتغير مستجيب [13]. كما أكدت دراسة (عمر وآخرون، 2016) وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الإبداع والتنمية المستدامة ودور متغيرات الدراسة في تحقيق إصلاح إداري مناسب للمنظمات يساعدها في تطوير أعمالها وتقديمها بكفاءة وفعالية لفسح المجال أمام الإبداع والابتكار لدعم التنمية المستدامة [14].

الدراسة الحالية تسعى للتعريف بدور الشفافية الاستراتيجية في تعزيز ودعم الإبداع المستدام. اختلف البحث الحالي عن الدراسات السابقة بالجمع بين متغيرات الدراسة (الشفافية الاستراتيجية، الإبداع المستدام)، واختلاف بيئة تطبيق الدراسة لقياس مستوى العلاقة بين كل من الشفافية الاستراتيجية بأبعادها المتمثلة (وضوح قواعد العمل، التغيير التنظيمي، القضاء على الهدر، الشفافية وضمان المعلومات) والإبداع، مع مراعاة أبعاد الاستدامة جميعها (الاقتصادي، الاجتماعي، البيئي).

تؤدي الشفافية الاستراتيجية دوراً محورياً في الإبداع المستدام عبر ما يمكن للشركات الصناعية تحقيقه من التميز والإبداع. حيث أثبتت العديد من الدراسات، أن مستويات الإبداع جميعها تتأثر بأبعاد الشفافية الاستراتيجية فالسرعة والمرونة والتنوع في إجراء التعديلات وعلاج معوقات العمل بالتغيير التنظيمي من أهم القيم الثقافية لمواجهة تحديات المستقبل ضمن التعقيدات والمتغيرات المختلفة [15]. كما أن مشاركة الآخرين في رؤية المستقبل تزيد من حرصهم على إضافة قيمة لمحل عملهم عن طريق الحصول على مخرجات إبداعية مختلفة سواء على المستوى الفردي أو مستوى المنظمة [16].

إن التشارك للمعلومات والمعرفة يعدان طاقة معالجة لتقديم إبداعات جديدة [17]. تلعب الشفافية دوراً بارزاً في تحفيز العاملين لتطبيق الأفكار لتطوير العمل والمساهمة في التغيير نحو الأفضل. عبر تقديم منتجات وخدمات وطرائق عمليات جديدة وحل المشكلات المختلفة وتعزيز الشفافية، وذلك عبر ما نتج من معلومات تسهل تبادل الأفكار والآراء والمقترحات وتسهل بيئة التشارك بالمعلومات [18]. كما يرى (Al-Rashidi, 2011) أن الانفتاح على العاملين والمشاركة وتوافر المعلومة يعزز دور الولاء لدى العاملين ويزيد من الإبداع في عملهم، على أساس أنهم جزء من هذه المنظمة [19].

الاقتصاديات غير الملموسة كإقتصاديات المعلوماتية التي تعتمد الابتكار والإبداع تحتاج لزيادة درجة الشفافية لتساهم إلى حد بعيد في زيادة درجة الثقة التي يمنحها المواطنون للأفراد العاملين في القطاع الحكومي.

إن زيادة مستوى الشفافية في العمليات يساعد على تسهيل حصول المواطنين على الخدمات التي يريدونها، مما يترتب عليه إشباع الحاجات وتحقيق الرضا وزيادة الإنتاجية. من هنا بات من الضروري البحث عن سبل تطبيق مبدأ الشفافية الاستراتيجية من أجل تحقيق الإبداع المستدام للمؤسسات التي يساعدها في تطوير أعمالها وتقديمها بكفاءة وفعالية.

2. منهجية البحث

2.1. مشكلة البحث

تم اعتماد أسلوب المقابلات غير المهيكلة التي اجراها الباحثين مع (20) عاملاً في الشركات المبحوثة لتحديد مدى تطبيق الشفافية، وكما موضح بالجدول (1).

جدول 1 عدد من العمليات والممارسات التي تتسم بالشفافية في الشركة

المتوسط	الفقرات	ت
3.21	عدم الوضوح والنزاهة بإجراءات العمل في الشركة.	1.
2.84	عدم توفر معايير محددة ومعلنة لسياسات التوظيف والترقية.	2.
3.44	عدم الإعلان للعاملين عن الأنظمة والقوانين المعمول بها في الشركة.	3.
3.62	تعقيد الإجراءات بصورة تسمح يعرقله المعاملات.	4.
3.05	صعوبة انجاز الأعمال لصعوبة فهم القوانين والأنظمة الموجودة في الشركة	5.
3.40	تتميز الشركة بصعوبة الاتصالات بين مختلف المستويات الإدارية.	6.
2.70	تمتاز التشريعات والقوانين بالغموض غير قابلة للتأويل	7.
3.04	سياسات التوظيف والترقية مبنية على أساس معايير غير محددة وغير معلنة.	8.
3.75	لا تتواصل الإدارة مع العاملين من خلال قنوات اتصال متعددة ومفتوحة على كل الاتجاهات.	9.
3.62	لا تتقبل الإدارة الملاحظات والاقتراحات الصادرة من الأفراد العاملين.	10.
2.87	لا تتوفر الإدارة قنوات اتصال مفتوحة مع المجتمع المحلي والمؤسسات المعنية.	11.
2.98	لا تسمح الإدارة بتقييم أداؤها من قبل المعنيين وإخفاء أية معلومات.	12.
3.21	المتوسط الحسابي العام	

المصدر: إعداد الباحثين

يتضح من الجدول (1) أن هناك أشكالية وعدم وضوح في تطبيق الشفافية في الشركات المبحوثة حيث بلغ المتوسط العام (3.21) وفقاً لمقياس Likert النسبة متوسطة [20]. وبناءً على ذلك أخصت مشكلة البحث بالإجابة عن التساؤلات الآتية:

"إلى أي مدى تتوافر الشفافية الاستراتيجية لدى إدارة الشركات المبحوثة والتي تنعكس إيجاباً في الرغبة بممارسة الإبداع المستدام؟ وهل لتوافرها دور في ممارسة الإبداع المستدام؟".

2.2. أهداف البحث

يهدف البحث لتحقيق الأهداف الآتية:

1- اختبار علاقة التأثير المباشر بين المتغير المستقل الشفافية الاستراتيجية على المتغير المعتمد الإبداع المستدام.

- 2- تقديم التوصيات التي تساعد الشركات المبحوثة في تحقيق الإبداع عبر الشفافية.
- 3- اختبار مقاييس خاصة بمتغيرات البحث سبق وأن ثبتت فاعليتها في بيئات أجنبية مختلفة وتحديد مدى انسجامها بالتطبيق في البيئة العراقية بشكل خاص.
- 4- إضافة جانب نظري يساعد في إثراء الباحثين بالمعرفة الحديثة.

2.3. مجتمع وعينة البحث

يتكون مجتمع البحث من الأفراد العاملين في ثلاث شركات صناعية تم اختيارهم من مجموعة الشركات في مدينة بغداد فكانت عينة الدراسة لثلاث شركات و (67) من العاملين، وهي عينة مقبولة إحصائياً الجدول الآتي يوضح حجم العينة المختارة.

جدول 2 مجتمع الدراسة وحجم العينة في كل شركة

ت	الشركة الصناعية	العينة
1-	الشركة العامة لصناعة للزيوت النباتية	22
2-	الشركة الوطنية للصناعات الهيدروكربونية /مصنع الهيدروكربونيك	22
3-	الشركة العامة للصناعات الإنشائية /معمل بلاستيك بغداد	23
	المجموع	67

المصدر: إعداد الباحثين

2.4. أداة البحث

الأداة المعتمدة في البحث هي الاستبانة المتكونة من ثلاثة أجزاء ; الجزء الأول التعرف على المتغيرات الشخصية (النوع الاجتماعي، سنوات الخدمة، التحصيل الدراسي). الجزء الثاني يتكون من (15) فقرة لمتغير الشفافية الاستراتيجية والجزء الثالث من (10) فقرة لمتغير الإبداع المستدام. تم اعتماد دراسة كل من (الخانق، 2006 ; وناس، 2008 ; الحدراوي وآخرون، 2017) لتحديد أبعاد الشفافية الاستراتيجية [21,22]. بالنسبة لأبعاد الإبداع المستدام تم تبني المقياس المعتمد من قبل دراسة (Bahrami MA et al.,2016 ; Kulelung & Ussahawanitchakit , 2015) [23,24]. استخدمت عدد من الأساليب الإحصائية وتم توظيفها لغرض وصف وتحليل بيانات متغيرات البحث والإجابة عن تساؤلات البحث عبر الاستعانة في برنامج SPSS V.23 (وبرنامج Amos V.23).

3. الجانب النظري

3.1. الشفافية الاستراتيجية

الاستجابة السريعة للتغيرات البيئية والتغلب على العقبات لتحقيق الأهداف المرجوة والتفوق على المنافسين [25]. وهي القدرة في الاستجابة السريعة لتلبية الحاجات والرغبات والتوقعات المختلفة لزيادتها ومدى مرونة المنظمة في الاستماع لبيئة مضطربة التغير [26]. حدد مفهوم الشفافية الاستراتيجية بأنه القدرة على التكيف مع البيئة المضطربة وتحليلها. ومن الأبعاد المعتمدة للشفافية الاستراتيجية والتي أشار إليها عدد من الباحثين [27,28] (وضوح قواعد العمل، التغيير التنظيمي، القضاء على الهدر [12]، الشفافية وضمان المعلومات [13]).

3.2. الإبداع المستدام

الإبداع هو نتيجة إتباع أسلوب جديد في الإنتاج وتغيير في تصميم ومكونات المنتج [15]. هناك خمس طرق للإبداع وعلى النحو الآتي (إنتاج منتج جديد، إدماج طريقة جديدة ومبتكرة في الإنتاج أو التسويق، استعمال مصدر جديد للمواد الأولية، التعامل مع سوق جديدة، اتباع طرق صناعية حديثة). أشار (Rahman et al.,2015) بأنه عملية ديناميكية تتطلب إدارة مستمرة ومتطورة [17]. يعد تقييم استدامة القدرة الإبداعية للأعمال التجارية وسيلة رئيسية لتحديد مدى كفاءة هذه الشركة في إدارة عملية الإبداع بفعالية وكفاءة [18]، عُرف أيضاً بأنه مزيج من القدرات الشخصية والاستعدادات التي تعمل على ترقية البيئة وإضافة قيمة للشركة سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة [19]. وأوضح (Ganzer, et.al, 2017) بأنه أساليب وإجراءات جديدة من شأنها تحسين أداء الشركة لمواجهة التحديات الإستراتيجية [20]. هناك ثلاثة أبعاد للاستدامة وهي الأكثر شمولاً تم تبنيها باعتماد دراسة كل من; Dembczyk & zaoral,2014 (الخفاجي وآخرون، 2018)، تم تحديدها بـ (البعد الاجتماعي، البعد الاقتصادي، البعد البيئي) [25]، [1].

مما سبق نجد أن مفهوم الإبداع المستدام يمثل استبدال المنتجات القديمة بأخرى جديدة، التي تقود إلى ريادة الأعمال على جميع المستويات مع الحفاظ على البيئة الطبيعية دون المساس باستنزاف الموارد الطبيعية، وتؤدي إلى تحقيق الأرباح من خلال ابتكار المنتجات بأسرع وقت. ويرى الباحثين بأن الإبداع المستدام كل ما من شأنه الرقي بالمنتجات النهائية لتحقيق الميزة التنافسية مصحوبة بتلبية احتياجات المجتمع، بشرط أن لا يتجاوز على هذه الاحتياجات ومواصلة العمل لتلبية احتياجات الإبداع بكل أبعاده (الاجتماعي، البيئي، والاقتصادي).

3.3. علاقة الشفافية الاستراتيجية في تحقيق الإبداع المستدام

تؤدي الشفافية الاستراتيجية دوراً محورياً في الإبداع المستدام لمساهمتها الكبيرة في تحسين الفرص التنافسية لتحقيق النجاح والإبداع. اثبتت العديد من الدراسات أن مستويات الإبداع جميعها تتأثر بأبعاد الشفافية الاستراتيجية، فالسرعة والمرونة والتنوع في إجراء التعديلات وعلاج معوقات العمل بالتغيير التنظيمي من القيم الثقافية لمواجهة تحديات المستقبل ضمن التعديلات والمتغيرات المختلفة [25]. إن مشاركة الآخرين في رؤية المستقبل تزيد من حرصهم على إضافة قيمة عالية لمحل عملهم عبر الحصول على مخرجات إبداعية مختلفة سواء على المستوى الفردي أم على مستوى المنظمة [26]. التشارك للمعلومات والمعرفة تعدان طاقة معالجة لتقديم إبداعات جديدة [27]. كما تلعب الشفافية دوراً بارزاً في تحفيز العاملين بتطبيق أفكار لتطوير العمل والمساهمة في التغيير نحو الأفضل، عبر تقديم منتجات وخدمات وطرائق عمليات جديدة وحل المشكلات المختلفة. وتعزز الشفافية ذلك عبر ما تنتج من معلومات تسهل تبادل الأفكار والآراء والمقترحات وتسهل بيئة التشارك بالمعلومات [28]. إن الانفتاح على العاملين والمشاركة وتوافر المعلومة [19]، يعزز دور الولاء لدى العاملين، ويزيد من إنتاجيتهم والإبداع في عملهم على أساس أنهم جزء من هذه المنظمة [14].

4. الجانب العملي

4.1. منهجية الدراسة الميدانية

4.1.1. الصدق الداخلي

لتحقيق الصدق الداخلي لأداة جمع المعلومات يتم استخدام تحليل (Corrected Item-Total Correlation). الذي يقيس مدى الاتساق الداخلي بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية لجميع الفقرات التي تضمنها ذلك النعد. تعد الفقرة ذات الارتباط أكبر من (0.40) مقبولة ممكن التعويل عليها في التحليل الإحصائي [29]. أستخدم (15) فقرة لمتغير الشفافية الاستراتيجية و(10) فقرة الإبداع المستدام، الجدول (3) يوضح معاملات الصدق الداخلي النهائي وكما يأتي:

جدول 3 معاملات الصدق الداخلي النهائي

متغيرات البحث	Corrected Item-Total Correlation
الشفافية الاستراتيجية	0.631
الإبداع المستدام	0.751

المصدر: إعداد الباحثين

4.1.2. ثبات الأداة

تم استخدام معامل الفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) من أجل تحديد الاتساق الداخلي لفقرات الأداة. وكانت نتائج معادلة كرونباخ الفا كما موضح بالجدول (4) حيث أشارت القيم إلى أن الأداة تتمتع بدرجة ثبات 0.78 لكافة المحاور الدراسة.

جدول 4 معامل الثبات Cronbach's Alpha لمتغيرات البحث

ت	المتغير والابعاد	الفقرات	قيمة Alpha
1	1- الشفافية التنظيمية	15	0.79
	2- وضوح قواعد العمل	4-1	
	3- تغيير التنظيمي	8- 5	
	4- القضاء على الهدر	11-9	
	5- ضمان المعلومات	15-12	0.77
2	الإبداع المستدام	10	
	قيمة الفا للمحاور ككل		0.78

المصدر: إعداد الباحثين

4.1.3. وصف خصائص عينة البحث

يوضح الجدول (5) المتغيرات الشخصية لعينة البحث، فنجد أن عدد الذكور لمتغير النوع الاجتماعي يفوق عدد الإناث، حيث بلغ عددهم 52 ما يعادل 78% من أفراد العينة. متغير التحصيل الدراسي يتفوق به الحاصلين على شهادة البكالوريوس، عدد (34) ما يعادل 51%. وتفوق متغير سنوات الخدمة للحاصلين على أكثر من (10) سنوات، حيث بلغ عددهم (29) ما يعادل 43% من أفراد عينة البحث.

جدول 5 خصائص عينة البحث

المتغير	العدد	النسبة %
النوع الاجتماعي	ذكر	52
	أنثى	15
	المجموع	67
التحصيل الدراسي	دبلوم	25
	بكالوريوس	34
	ماجستير	08
	المجموع	67
سنوات الخدمة	أقل من 5 سنوات	11
	من 5- 10 سنوات	27
	10 فأكثر	29
	المجموع	67

المصدر: إعداد الباحثين

4.2. تحليل النتائج واختبار فرضيات البحث

4.2.1. اختبار علاقة التأثير بين متغيرات البحث

اختبار التوزيع الطبيعي: تم استخدام اختبار (Kolmogorov-Smirnov K-S) لاختبار ما إذا كانت البيانات تتوزع طبيعياً، لقياس أثر تفاعل المتغير المستقل (الشفافية الاستراتيجية) على المتغير التابع (الإبداع المستدام).

يبين الجدول (6) قيمة الدلالة (Sig.) لمتغيرات البحث أكبر من (0.05)، لغت قيمة الدلالة (Sig.) لمتغير الشفافية الاستراتيجية (0.267) والإبداع المستدام (0.302). يعني أن المتغيرات تتبع التوزيع الطبيعي وعليه يمكن قياس أثر تفاعل المتغير المستقل (الشفافية الاستراتيجية) على المتغير التابع (الإبداع المستدام).

جدول 6 نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

قيمة الدلالة (Sig.)	Kolmogorov-Smirnov	المتغيرات
0.267	0.526	الشفافية الاستراتيجية
0.302	0.654	الإبداع المستدام

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.23

4.2.2. علاقة الارتباط بين متغيرات البحث

4.2.1.1. علاقة الارتباط بين أبعاد الشفافية الاستراتيجية مجتمعة والإبداع المستدام

عرض الجدول (7) نتائج علاقات الارتباط بين أبعاد الشفافية الاستراتيجية مجتمعة والإبداع المستدام في الشركات المبحوثة وتحديد وقياس قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرين.

جدول 7 نتائج علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة

متغير معتمد	متغير مستقل
الإبداع المستدام	الشفافية الاستراتيجية
	0.719**

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.23

يتضح من الجدول (7) وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين أبعاد الشفافية الاستراتيجية مجتمعة والإبداع المستدام في الشركات المبحوثة. إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0.719**) عند مستوى معنوية 0.01، مما يدل على قوة العلاقة بين المتغيرين. بحيث إذا تغير أحد المتغيرين يتبعه في نفس الاتجاه. يشير ذلك إلى أنه كلما زادت الشفافية الاستراتيجية كلما زاد الإبداع. تتفق هذه النتيجة مع دراسة (عمر وأخرون، 2016)، إذ أشارت نتائجها إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الشفافية الاستراتيجية والتنمية المستدامة والذي يكون الإبداع أحد متغيراتها.

4.2.1.2. علاقة الارتباط بين كل بعد من أبعاد الشفافية الاستراتيجية والإبداع المستدام

يبين الجدول (8) علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة باستخدام ارتباط الرتب spearman correlation بين متغيرات البحث. كما يوضح نتيجة علاقة الارتباط بين متغيرات البحث، التي تقدم دعماً أولياً للفرضيات بسبب وجود علاقة ارتباط إيجابية بين متغيرات البحث مجتمعة عند ($p < .05$) وبين كل بعد من أبعاد الشفافية الاستراتيجية منفرداً والإبداع المستدام وكما يأتي.

جدول 8 نتائج علاقات الارتباط Correlations بين متغيرات الدراسة

المتغيرات	1	2	3	4	5	الوسط الحسابي	الأحرف المعياري
وضوح القواعد	1					2.96	0.641
التغيير التنظيمي	**0.931	1				2.87	0.635
القضاء على الهدر	**0.971	*0.765	1			2.82	0.821
ضمان لمعلومات	**0.958	**0.763	*0.752	1		2.77	0.631
الإبداع المستدام	.688**	.508**	.287*	.376*	1	2.62	0.680

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Note: N = 67. Alpha reliabilities appear in parentheses

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.23

- 1- هناك علاقة ارتباط معنوية موجبة بين وضوح قواعد البيانات والإبداع المستدام، بلغت قيمة الارتباط (0.688**) عند مستوى معنوية (0.01).
- 2- هناك علاقة ارتباط معنوية موجبة بين التغيير التنظيمي والإبداع المستدام، بلغت قيمة الارتباط (0.508**) عند مستوى معنوية (0.01).
- 3- هناك علاقة ارتباط معنوية موجبة بين القضاء على الهدر والإبداع المستدام، بلغت قيمة الارتباط (0.287*) عند مستوى معنوية (0.05).
- 4- هناك علاقة ارتباط معنوية موجبة بين ضمان المعلومات والإبداع المستدام، بلغت قيمة الارتباط (0.376*) عند مستوى معنوية (0.01).

تشير النتائج ان ابعاد الشفافية الاستراتيجية المتمثلة بـ (وضوح قواعد البيانات، التغيير التنظيمي، القضاء على الهدر، ضمان المعلومات) تساهم في تعزيز الإبداع المستدام.

4.2.3. اختبار علاقة التأثير بين متغيرات البحث

تم إجراء اختبار التأثير بين متغيرات البحث باستخدام تحليل المسار (Path Analyze) في برنامج (Amos V.20)، يتضمن اوزان الإنحدار (Regression Weight) التي تتضمن مخرجاتها معاملات المسار Estimate والنسبة الحرجة (C.R) الذي ينبغي أن تكون قيمتها أكبر من 1.96 (+) (-) عند مستوى معنوية (0.05) لكي تكون الفرضية مقبولة [24]، وكما يأتي.

4.2.3.1. اختبار علاقة التأثير بين المتغيرات الرئيسية وتأثير كل بعد من أبعاد المتغير المستقل (الشفافية الاستراتيجية) على المتغير التابع (الإبداع المستدام)

لغرض التأكد من علاقة التأثير، تم إجراء نتائج اختبار التأثير بين متغيرات البحث باستخدام تحليل المسار (Path Analyze). الجدول (9) يوضح علاقة التأثير بين المتغيرات.

جدول 9 علاقة التأثير المباشر بين المتغيرات

النتيجة Result	C.R.	التأثير المباشر (Estimate)	التأثير الكلي (Effect)	الفرضيات الرئيسية للبحث
تقبل	4.139*	2.002	مباشر	الإبداع المستدام ← وضوح قواعد البيانات
تقبل	2.075*	4.444	مباشر	الإبداع المستدام ← التغيير التنظيمي
تقبل	2.614*	0.112	مباشر	الإبداع المستدام ← القضاء على الهدر
تقبل	8.337*	1.602	مباشر	الإبداع المستدام ← ضمان المعلومات

*** significant at the 0.001 level

يوضح الجدول (9) معاملات المسار في برنامج (Amos V.23). الذي يدل على وجود تأثير ذات دلالة إحصائية لأبعاد الشفافية الاستراتيجية. بوصفها متغيرات مستقلة في تعزيز الإبداع المستدام بوصفه متغيراً معتمداً. إذ يتضح وجود تأثير مباشر وإيجابي ذو دلالة إحصائية قوية أقل من (0.001). وتوضح قيم C.R. المستخرجة من قيمة Estimate مقسوم على الخطأ المعياري (S.R) بلغ مقدارها (1.964 > C.R) وبذلك يكون النموذج قوي. تم قبول فرضية البحث التي تنص على وجود اثر للشفافية الاستراتيجية بأبعادها (وضوح قواعد البيانات، التغيير التنظيمي، القضاء على الهدر، ضمان المعلومات) على الإبداع المستدام. حيث بلغت قيمة التأثير المباشر عند مستوى معنوية*** أقل من (0.05) بين المتغير التابع للإبداع المستدام وكل بعد من أبعاد المتغير المستقل وضوح قواعد البيانات (2.002)، التغيير التنظيمي(4.444)، القضاء على الهدر (0.112) وضمان المعلومات (1.602).

5. المناقشة والتوصيات

تعاني الكثير من الشركات الصناعية من عدم وضوح بالشفافية وقواعد العمل الحديثة، التي تلعب دوراً في تبني أفكاراً إبداعية تحتاجها الكثير من المنظمات من أجل البقاء والاستمرار لتطوير الأعمال وتقديمها بكفاءة وفاعلية في منظمات تكنولوجيا المعلومات. لذا فلا بد من بذل الجهود لمعالجة المشاكل والتعرف على المعوقات التي تواجه التنمية، كالعقوض في أساليب العمل وإجراءاته، فظهرت محاولات لتطبيق الشفافية الاستراتيجية التي تجعل الأمر واضحاً وشفافاً بعيداً عن اللبس والعقوض ولا يحتاج إلى من يفسره. مع تحقيق أبعاده المتمثلة في (وضوح قواعد العمل، التغيير التنظيمي، القضاء على الهدر والشفافية وضمان المعلومات).

أثبتت العديد من الدراسات ومنها دراسة (الحدراوي وآخرون، 2017) أن الشفافية الاستراتيجية تساعد على زيادة ولاء الأفراد لمنظماتهم والإبداع في عملهم وتقديم الخدمات بالجودة العالية. تشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن مستوى الشفافية الاستراتيجية بأبعادها (وضوح قواعد العمل، التغيير التنظيمي، القضاء على الهدر والشفافية وضمان المعلومات) كان متوسط نسبياً، مما يشير إلى تطبيق الشفافية الاستراتيجية في الشركات المبحوثة أقل من المستوى المطلوب. بمعنى أن الإعلان عن المعلومات الضرورية لمن لهم المصلحة للكشف عن المسائل وفي حماية مصالحهم دون المستوى المطلوب. أيضاً عدم توفر إجراءات واضحة لكيفية صنع القرار وفتح تام لقنوات الاتصال بين أصحاب المصلحة والمسؤولين. يؤدي ذلك إلى صعوبة الرقابة على الإجراءات والقرارات لغرض تقويم الانحرافات بسرعة من قبل أصحاب المصلحة.

إن زيادة درجة الشفافية تساهم إلى حد بعيد في زيادة درجة الثقة للأفراد العاملين ومن ثم الإبداع في مجال عملهم. كما أن زيادة مستوى الشفافية في العمليات يعني وضوح إجراءات العمل والابتعاد عن الروتين وتعقيد الإجراءات مما يترتب عليه إشباع الحاجات وتحقيق الرضا وزيادة الإنتاج. كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين متغيرات البحث الرئيسة (الشفافية الاستراتيجية والإبداع المستدام). وهذا يشير إلى أن زيادة الاهتمام بالشفافية الاستراتيجية سيساهم في تعزيز الإبداع المستدام. كما أشارت النتائج لوجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين كل بعد من أبعاد الشفافية الاستراتيجية على الإبداع المستدام وكما يأتي:

- علاقة ارتباط إيجابية بين وضوح قواعد البيانات والإبداع المستدام، تخدم رسالة المنظمة وتتصف بالمرونة وتساهم بالإبداع المستدام.
- علاقة ارتباط إيجابية بين التغيير التنظيمي والإبداع المستدام. حيث يعد التغيير وسيلة للتطوير المستمر وبذلك يساهم في الإبداع المستدام.
- علاقة ارتباط إيجابية بين القضاء على الهدر والإبداع المستدام. فالقضاء على التبذير والقدرة على التوفير ووضع خطة مالية حسب الإمكانيات المتاحة وسيلة للتطوير المستمر.
- علاقة الارتباط الإيجابية وذات دلالة معنوية بين شفافية وضمان المعلومات والإبداع المستدام. كلما كانت المعلومات واضحة ومنظورة ومفهومة من قبل الجميع. سهل الوصول إليها ومشاركة كل الأطراف ذوي العلاقة. وتحميل الجميع مسؤولية الإخفاق. كلما ساهم ذلك في الإبداع المستدام.

نوصي بضرورة توعية الأفراد والشركات والمؤسسات بالاهتمام بتنظيم قواعد البيانات، وتعزيز مهارات العاملين والمبدعين وزيادة حوافزهم كي ينقلوا أفكارهم العلمية إلى حقل العمل. وتحولها إلى منتجات نافعة يمكن تسويقها والإفادة منها. وتطبيق أفكار جديدة لزيادة رضا العملاء وتشجيعهم على الإبداع في العمل. وتبني المبدعين وراعتهم والاهتمام بنشر المعلومات بشفافية. ودعمها بتحقيق الإبداع على مستوى المنظمة. وضرورة استخدام تكنولوجيا المعلومات المتقدمة ونظام اتصالات جيد يدعم التواصل بين الشركة والعاملين والزبائن للوقوف على رغبات الزبائن المتغيرة. ومواصلة المستجدات والتغيرات في البيئة الداخلية والخارجية لمعرفة نقاط الضعف وانتهاز الفرص من أجل التميز والتفوق على المنافسين الاهتمام بما يطرح من أفكار جديدة عن طريق مكافأة العامل الكفاء والمنتج، والتنافس مع من أجل تطوير العاملين، والسعي لترجمة الأفكار الأكاديمية إلى ممارسات عملية، وإشعال روح الاهتمام والنتبع بين العاملين لتقديم أفكارهم وشعورهم بأن نجاح المنظمة هو نجاحهم. تشجيع العاملين على إنجاز أعمالهم بطرق جديدة إبداعية لا تشعرهم بالملل من الإجراءات الروتينية المتكررة. تشجيعهم على مساعدة بعضهم البعض لإيجاد الحلول الإبداعية لمواجهة المشاكل التي قد تحصل أثناء العمل.

References

- [1] Al Khafaji, Assad Ghbeish, Nasser, Wael Hatem, Khalaf, Suen Fadel, Saeedi Karar Fadel Khalaf, (2018), Regulatory Silence and its impact on Sustainable Innovation, Journal of Management Studies Special issue of the Conference on sustainability between reality and future challenges and prospects/Southern Technical College, Iraq.
- [2] Effendi, Attia Hussein, Transparency in the work of public administration, "Public Administration News Magazine, Issue 33, 2001.
- [3] Al-Abedi, Ali Razak Jayad, (2012), organizational agility: A strategic input into the process of enhancing the career of employees, Kufa University, Faculty of Administration and Economics, Al-Azi Journal of Economic and Administrative Sciences.
- [4] Ahmadi, Seyed Ali Akbar, Fathizadeha, Alireza, Sadeghib, Javad, daryabeigib, Mohsen and Taherkhanic, Leili, (2012), " A study on the relationship between organizational structure and organizational agility", Management Science Letters, Vol. 2, PP. 2777–2788.
- [5] Schackenberg, Andrew " The Constitutive Role of Transparency In Organizations " Phd, Department of Organizational Behavior Weatherhead School Of Management Case Western Reserve University, pp1-56.(2011).
- [6] James C. Kaufman and Robert J. Sternberg Change, Creativity Vol. 39, No. 4 (Jul. - Aug., 2007), pp. 55-58 (4 pages) Published By: Taylor & Francis, Ltd <https://www.jstor.org/stable/40178059>
- [7] Rahman, M. N. A., Doroodian, M., Kamarulzaman, Y., & Muhamad, N. (2015), Designing and validating a model for Measuring sustainability of overall innovation capability of small and medium-sized enterprises. Sustainability, 7(1), 537-562.
- [8] Saunila, Minna and Ukko, Juhani and Rantala, Tero, 2017, Sustainability as a Driver of Green Innovation Investment and Exploitation, Journal of Cleaner Production, Vol. XXX.
- [9] Al-Saeedi, Karar Fadel Khalaf, Sustainability oriented towards creative practices and their role in promoting environmental innovation through the mediating role of green transformational leadership in oil companies (case study in the Basra Oil Company), Journal of Management and Economics Research, Volume 2, Numéro 1, Pages 50-68
- [10] Al-Karaawi, Muhammad and Auja, Azhar, (2018), Consolidating the Principles of Strategic Transparency according to the Use of Servant Leadership Practices in the Light of Security Changes: An Applied Research for a Sample of Directors of the Internal Security Forces Centers in Najaf Governorate, the Iraqi Journal of Administrative Sciences, Karbala University, Volume 14, Issue 55.

- [11] Alona & Arsen (PDF) Transparency as competitive advantage of innovation driven companies. Available from: https://www.researchgate.net/publication/316767094_Transparency_as_competitive_advantage_of_innovation_driven_companies [accessed Jan 31 2021].
- [12] Hilal, Mohamed Abdel-Ghani Hassan, Skills of Resisting and Confronting Corruption: The Role of Transparency and Accountability. And Accountability in Fighting Corruption, Heliopolis, Performance and Development Center, 2010
- [13] Al-Hadrawi, Hamed Karim, Leadership as an Entrance to Contemporary Business Organizations in Light of Adopting the Concept of Intellectual Capital, Al Ghari Journal of Economic Sciences, 2013.
- [14] Omar, Abdullah Aziz, Thabet Hassan Thabet, Hatem, Jassim Zeidan (2016), Innovation contribution to promoting Sustainable Development of Information Technology organizations: Field Study, first Scientific Conference to prepare the Road map for Sustainable Development, Ministry of Planning, Iraq.
- [15] Al-Jumaily, Amal, The Role of Strategic Transparency in Developing Administrative Creativity Skills for Kindergarten Principals, Al-Fath Magazine, Issue 48, 2012.
- [16] Laudon, Kenneth C. & Laudon, Jane P. (2008). Management Information systems: Managing the digital firm (9th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- [17] Harb, Naima Muhammad, (2011), the reality of administrative transparency and the requirements for its application in Palestinian universities in the Gaza Strip, the Islamic University - a master's thesis submitted to the Faculty of Commerce, Department of Business Administration, Gaza Al-Rashidi, Ali, Management with Transparency, Amman, Dar Kunouz Al-Maarifa for Publishing and Distribution, edition. First, 20.
- [18] Dreger, Amders, (2002). Situations for Innovation Towards a contingency Model, European journal of Innovation management, 5 (1), pp. 4-17.
- [19] Al-Rashidi, Ali, (2011). Management with Transparency, Amman, Dar Kunouz Al-Maarifa for Publishing and Distribution, first edition.
- [20] Alshamasi, A. A. (2012). "Effectiveness of Leader-Member Exchange (LMX) in the Saudi Workplace Context During Times of Organizational Change: An Investigation of LMX Roles and Their Potential to Enhance Employee Outcomes". The Thesis is Submitted of the University of Portsmouth Business School for the Degree of Doctor of Philosophy Human Resource and Marketing Management.
- [21] Al-Khanaq, Nabil Muhammad, (2006) ,The Impact of Psychological Re-engineering in the Future of Organizational Transparency, unpublished PhD thesis, Al-Mustansiriya University.
- [22] Wanas, Sawsan Abdel-Amir, (2008) , The effect of organizational transparency on job satisfaction, an analysis of the opinions of a sample of workers, a healthy technician Technical Education, PhD thesis, University of Baghdad .
- [23] Kulelung, T. & Ussahawanitchakit, P., (2015), "Organizational agility and firm performance: evidence from information and communication technology (ICT) businesses in Thailand", The Business and Management Review, Vol..7, No.1, pp. 206-217.
- [24] Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., and Anderson, R.E. (2010) . Multivariate Data Analysis, 7th ed, Pearson prentice Hall.
- [25] Dembczyk, Alexandra and Zaoral, Jaromir" Stakeholder Engagement in Sustainable Entrepreneurship and Innovation " Master Thesis, Umea School of Business and Economics.(2014).
- [26] Marie-Claire Shanahan and Martina Nieswandt, Creative Activities and Their Influence on Identification in Science: Three Case Studies ,Journal of Elementary Science Education ,Vol. 21, No. 3 (Summer, 2009), pp. 63-79 (17 pages) ,Published By: Springer , <https://www.jstor.org/stable/43156177>
- [27] Sarim, Nada, The Role of Knowledge Management in Achieving Administrative Creativity / Case Study of the World Food Program and the International Committee of the Red Cross, Research submitted to obtain a specialized MBA degree, Syrian Virtual University 2019.
- [28] Tabachnick, B.G., and Fidell, L.S.(2001), Using Multivariate Statistics, 4th ed. Boston Allyn and Bacon.
- [29] Liu, Y., & Cohen, A. (2010). Values, commitment, and OCB among Chinese employees. International Journal of Intercultural Relations, 34(5), 493-506.