



## دور الوعي الاستراتيجي في تعزيز ادارة الجودة الخضراء دراسة تطبيقية في شركة الجود لتكنولوجيا الصناعة الحديثة

م.د. ضرغام محمد شاطي الخاقاني<sup>1</sup>

<sup>1</sup> جامعة جابر بن حيان للعلوم الطبية والصيدلانية/ كلية الطب – العراق

[dhurgham.m.shatti@jmu.edu.iq](mailto:dhurgham.m.shatti@jmu.edu.iq)

**ملخص.** يهدف البحث الحالي إلى التعرف على دور الوعي الاستراتيجي بأبعاده الوعي الاستراتيجي الفعلي، الوعي الاستراتيجي الخارجي ، الوعي الاستراتيجي المنظوري، الوعي الاستراتيجي الداخلي في تعزيز ادارة الجودة الخضراء في المنظمة المبحوثة، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال توزيع استبانته لأراء عينة من العاملين في شركة الجود لتكنولوجيا الصناعة الحديثة والبالغ عددهم (68) موظف، وتم بناء أنموذج فرضي لدراسة فرضيات البحث، واجري التحليل العملي باعتماد مجموعة من الادوات الإحصائية التي تتناسب وأهداف البحث، وتم اعتماد برنامج الحزمة الاحصائية (Smart PLS)، وتضمن البحث عدد من الاستنتاجات كان من اهمها إن أفراد عينة الدراسة متفقون تماماً وبشكل كبير على ان الوعي الاستراتيجي يعزز من ادارة الجودة الخضراء ، أما أهم التوصيات هو التأكيد على ضرورة تطوير والاستفادة من جعل المهام المناطة بالأفراد العاملين تنفذ بدون ضغوطات وفي ظل اطار عمل استراتيجي يساعد على الابداع والابتكار وتعزيز الفكر المستدام والبيئة المستدامة والتي بدورها تعزز من تحقيق ادارة الجودة الخضراء في المنظمة المبحوثة .

**الكلمات المفتاحية:** الوعي الاستراتيجي، ادارة الجودة الخضراء .



**Abstract.** The current research aims to explore the role of strategic awareness, encompassing its dimensions of actual strategic awareness, external strategic awareness, perspective strategic awareness, and internal strategic awareness, in enhancing green quality management within the researched organization. The study adopted a descriptive approach through distributing a questionnaire to the opinions of a sample of employees at the Joud Technology Company, totaling 68 employees. An hypothetical model was constructed to study the research hypotheses, and practical analysis was conducted using a set of statistical tools appropriate for the research objectives. The statistical package Smart PLS was utilized for analysis. The research yielded several conclusions, among which is the strong consensus among the study sample that strategic awareness enhances green quality management. One of the key recommendations emphasizes the necessity of developing and leveraging tasks assigned to employees to be executed without pressure, within a strategic framework that encourages creativity, innovation, and promotes sustainable thinking and environment, thereby enhancing green quality management within the researched organization.

**Keywords:** strategic awareness, green quality management.

### المقدمة:

في ظل التحولات البيئية والاجتماعية التي تشهدها المجتمعات اليوم، أصبحت قضايا الاستدامة وحماية البيئة من أبرز التحديات التي تواجه الشركات والمؤسسات على مستوى العالم. ومن بين الجوانب الرئيسية في هذا السياق يبرز مفهوم الجودة الخضراء الذي يهدف إلى دمج الأبعاد البيئية في عمليات الإدارة والإنتاج بشكل متكامل. يعتبر الوعي الاستراتيجي في هذا السياق عاملاً محورياً، حيث يمثل القاعدة الأساسية لاتخاذ القرارات المستدامة والموجهة نحو البيئة.

يهدف هذا البحث إلى استكشاف وفهم دور الوعي الاستراتيجي في تعزيز إدارة الجودة الخضراء داخل المؤسسات والشركات. يتطرق البحث إلى دراسة أبعاد الوعي الاستراتيجي، مثل الوعي الفعلي والخارجي والمنظوري والداخلي، وكيفية تأثيرها على عمليات اتخاذ القرارات والسياسات التي تسهم في تعزيز الجودة الخضراء والاستدامة.



سيتم تحليل هذه الأبعاد من خلال دراسة ميدانية تتضمن استطلاع آراء مجموعة من الموظفين في شركة الجود لتكنولوجيا الصناعة الحديثة، حيث سيتم بناء نموذج فرضي لدراسة العلاقة بين الوعي الاستراتيجي وإدارة الجودة الخضراء. ستساهم نتائج البحث في إثراء المعرفة حول كيفية تعزيز الممارسات البيئية داخل المنظمات من خلال تعزيز الوعي الاستراتيجي وتفعيله في إطار إدارة الجودة الخضراء.

تتزايد الاهتمامات البيئية والاجتماعية في العالم اليوم، ومع تزايد الوعي بأثر الأنشطة الاقتصادية والصناعية على البيئة، تتطلب المؤسسات والشركات تكاملاً أكبر لقضايا الاستدامة والجودة البيئية في أنشطتها. يظهر مفهوم الجودة الخضراء كمبادرة استدامة تستهدف دمج الممارسات البيئية الصديقة في جميع مراحل الإنتاج والإدارة.

في سياق هذه التحولات، يتحلى الوعي الاستراتيجي بأهمية خاصة، إذ يعد المحرك الرئيسي لاتخاذ القرارات المستدامة وضمان توجيه الشركات نحو التنمية المستدامة. يمثل الوعي الاستراتيجي عنصرًا أساسيًا في تحديد التوجهات ووضع الاستراتيجيات التي تتجه نحو تحسين الأداء البيئي. يهدف هذا البحث إلى فهم العلاقة بين أبعاد الوعي الاستراتيجي (الفعلي، الخارجي، المنظوري، والداخلي) وإدارة الجودة الخضراء داخل الهياكل التنظيمية. يأخذ البحث منهجية وصفية لاستكشاف وتحليل تأثير أبعاد الوعي الاستراتيجي على صنع القرارات المؤثرة في تحسين الأداء البيئي. سيكون لنتائج هذا البحث دور مهم في تحديد السبل التي يمكن من خلالها تعزيز الممارسات البيئية داخل المؤسسات، بما يساهم في تحقيق التنمية المستدامة والحفاظ على البيئة.

## 1. المبحث الأول: منهجية البحث

### 1.1. اولاً : مشكلة البحث

المشكلة البحث تتمحور حول فهم كيفية تأثير الوعي الاستراتيجي على تنفيذ وإدارة مبادرات الجودة الخضراء في المنظمات، خاصة في قطاع صناعة التكنولوجيا الحديثة. تتساءل هذه المشكلة عن كيفية يمكن للشركات في هذا القطاع أن تستفيد من استراتيجيات الوعي الاستراتيجي لتحسين وتعزيز ممارسات الجودة الخضراء داخل أنشطتها. وبالتالي، يتضمن السؤال ما إذا كان الوعي الاستراتيجي يلعب دوراً رئيسياً في تشجيع المنظمات على اتخاذ قرارات مستدامة وتطبيق مبادرات الجودة الخضراء بفعالية. من خلال فهم العوامل التي تؤثر على مستوى الوعي الاستراتيجي داخل المنظمة، يمكن للباحثين تحديد كيف يمكن تعزيز هذا الوعي لتحقيق أقصى استفادة من المبادرات



البيئية والاستراتيجيات المستدامة. إذ يشمل ذلك أيضًا فهم التحديات التي تواجه المنظمات في تبني مفاهيم الجودة الخضراء وتحديد السبل التي يمكن من خلالها التغلب على هذه التحديات، وتتلخص مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي "هل هناك دور للوعي الاستراتيجي في ادارة الجودة الخضراء" .

### 1.2. ثانيا: اهداف البحث

يهدف البحث الى تحقيق الاتي:

1. التعرف على مستوى توافر الوعي الاستراتيجي في المجتمع عينة الدراسة ؟
2. التعرف على مستوى توافر ادارة الجودة الخضراء في المجتمع عينة الدراسة ؟
3. التعرف على مستوى التأثير بين الوعي الاستراتيجي و ادارة الجودة الخضراء في المنظمة المبحوثة؟

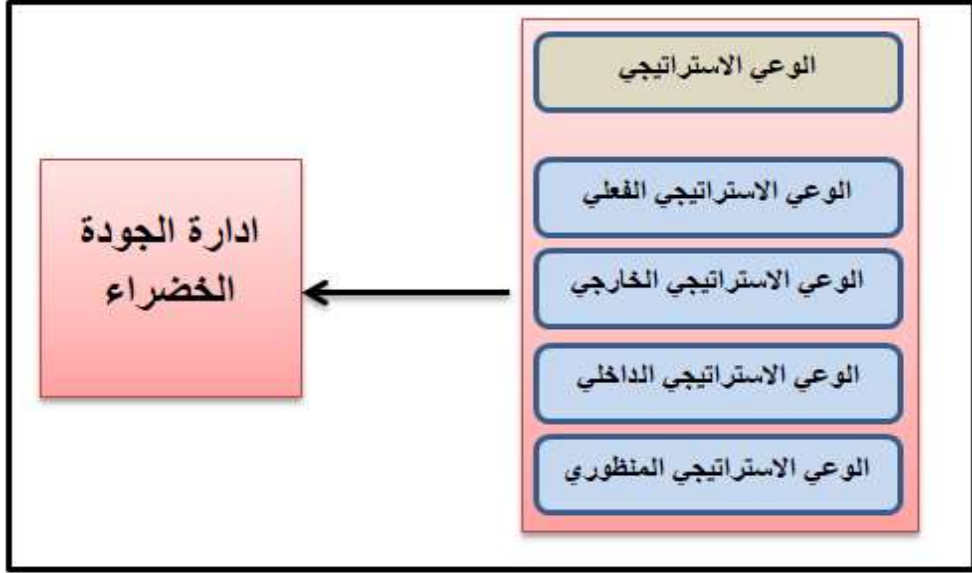
### 1.3. ثالثا: اهمية البحث

التحول نحو الاستدامة في ظل التحديات البيئية التي تواجهها العالم، أصبحت المنظمات تدرك أهمية تبني ممارسات أكثر استدامة. يعتبر التوجه نحو الجودة الخضراء جزءًا لا يتجزأ من هذا التحول، وبالتالي فإن فهم دور الوعي الاستراتيجي يمكن أن يسهم في تحقيق هذه الأهداف. التنافسية التي تعزز إدارة الجودة الخضراء ويمكن أن يعزز تنافسية الشركة في السوق، حيث يمكن أن تصبح الاستدامة واحدة من عوامل القوة التنافسية والتميز. و قد تؤدي الجودة الخضراء إلى تقليل التكاليف عبر زيادة كفاءة استخدام الموارد وتحسين العمليات. التي تعزز سمعة الشركة ككيان مسؤول اجتماعيًا وتزيد من تفاعلها الإيجابي مع المجتمع والبيئة. ويمكن أن تساعد إدارة الجودة الخضراء في التماشي مع القوانين والمتطلبات. بشكل عام لكي تعطي النتائج المطلوبة و يبرز البحث في هذا المجال أهمية فهم كيفية دمج الوعي الاستراتيجي في استراتيجيات إدارة الجودة الخضراء، وكيفية الاستفادة منه في تحقيق الأهداف المستدامة والاقتصادية والاجتماعية للشركات والمجتمعات على السواء.

### 1.4. رابعا: أنموذج البحث الفرضي

يتضمن الأنموذج الفرضي الآتي، وكما موضح في الشكل (1):

- (1) المتغير المستقل: ( الوعي الاستراتيجي) الأبعاد (الوعي الاستراتيجي الفعلي، الوعي الاستراتيجي الخارجي، الوعي الاستراتيجي المنطوري، الوعي الاستراتيجي الداخلي).
- (2) المتغير المعتمد: (اداء الجودة الخضراء، معولية الجودة الخضراء، صلاحية خدمة الجودة الخضراء، مطابقة الجودة الخضراء، متانة الجودة الخضراء).



الشكل (1) أنموذج الدراسة الفرضي

المصدر : اعداد الباحث

#### 1.5. خامسا: فرضيات البحث

تتمثل فرضيات البحث بالاتي:

1. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية اكبر من او يساوي 0.05 للوعي الاستراتيجي في ادارة الجودة الخضراء .
2. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية اكبر من او يساوي 0.05 للوعي الاستراتيجي الفعلي في ادارة الجودة الخضراء .
3. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية اكبر من او يساوي 0.05 للوعي الاستراتيجي الداخلي في ادارة الجودة الخضراء .
4. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية اكبر من او يساوي 0.05 للوعي الاستراتيجي الخارجي في ادارة الجودة الخضراء .
5. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية اكبر من او يساوي 0.05 للوعي الاستراتيجي المنظوري في ادارة الجودة الخضراء .

#### 1.6. سادسا: نموذج القياس





تم قياس متغيرات البحث اعتمد تدرج ليكرت الخماسي لقياس استجابات عينة البحث حول فقرات الأبعاد وذلك عن طريق تبني مجموعة من المقاييس يمكن توضيحها في الجدول (1) الآتي:

الجدول (1) مقياس البحث

المتغير	البعد	عدد الفقرات	المقياس المعتمد
	الوعي الاستراتيجي الفعلي	4	
	الوعي الاستراتيجي المنظوري	4	
الوعي الاستراتيجي	الوعي الاستراتيجي الداخلي	4	Davis et al., ) (2012
	الوعي الاستراتيجي الخارجي	4	
	اداء الجودة الخضراء	3	
	معدلية الجودة الخضراء	3	
ادارة الجودة الخضراء	صلاحية خدمة الجودة الخضراء	3	Gouda , ) (2019
	مطابقة الجودة الخضراء	3	
	متانة الجودة الخضراء	3	

المصدر : اعداد الباحث بالاعتماد على المصادر اعلاه

### 1.7. سادسا: عينة البحث

تم تطبيق هذا البحث وفقا لاراء عينة من الموظفين في شركة الجود لتكنولوجيا الصناعة الحديثة حيث تم اختيار عينة عشوائية من بينهم بلغ حجم العينة المختارة ( 75 ) موظف ، وبلغ عدد الاستثمارات الموزعة (75) استثمار ، تم استرجاع (69) استثمار ، استبعدت (1) استثمار غير صالحة ، وكان عدد الصالح للتحليل منها (68) استثمار ، وبنسبة استرجاع (90.6% ) ، وهنا اصبح حجم العينة (n=68) وهي مناسبة للعدد المطلوب .

### 2. المبحث الثاني: الجانب النظري

#### 2.1. اولاً: الوعي الاستراتيجي

##### 2.1.1. مفهوم الوعي الاستراتيجي



يشير الوعي الاستراتيجي إلى القدرة على إجراء تقييم للتأثير الكلي لأي تغيير معين وهذا لا يعني فقط الوعي بالتأثير المباشر لأي تطور جديد ولكن أيضًا التفكير في التداعيات على المدى الطويل من أجل الحصول على معلومات عن إدراكهم الاستراتيجي للمدراء الذين لديهم توقعات حول عملهم الاستراتيجي والأصول الرأسمالية للشركة والموظفين والمواد الخام والتسويق و في غياب عملية التخطيط الاستراتيجي الصريح في الأعمال وجد أن أهمية الوعي بالبيئة له القدرة على إجراء تقييم للتأثير الكلي لأي تغيير معين أمر حاسم بالنسبة للتنمية بقاء ونمو الأعمال وهذا يعني أن الوعي وإجراء تغييرات في الوقت المناسب والأهم من ذلك إدراك الآثار المترتبة على إجراءاتهم الاستراتيجية أكثر أهمية في الأعمال من مجرد إضفاء الطابع الرسمي على تفكيرهم ووعيهم و قد يظهر هذا بشكل طبيعي مع بعض المدراء ومع ذلك قد تؤثر مدخلات أخرى أيضًا على العملية (Moyeen, 1997) . (22 :)

يساهم الوعي الاستراتيجي إلى جانب درجة عالية من التمكين في تعزيز التحفيز والتزام الموظفين باستراتيجية الشركة قد يكتشف الموظفون فرص العمل ويعتمدون التحسينات وبذلك يمكنهم تشكيل أنظمة التحكم الإدارية ولذلك فإن الهدف الرئيسي من هذه هو الإسهام في المعرفة المحدودة بين آليات التوعية والإشراف الاستراتيجية للموظفين في المؤسسات كما ان تحديد الاستراتيجيات الواضحة وتوصيل تلك الاستراتيجيات للموظفين يمكن أن يؤثر على أنظمة التحكم الإدارية في تلك المجموعة من المؤسسات لذلك سيتم التحقيق في تأثير الوعي الاستراتيجي على تحديد الأهداف التشغيلية (4 : Dyczkowska & Dyczkowska, 2015) .

يتم تقديم مفهوم الوعي الاستراتيجي كإطار لاستكشاف كيفية إدراك المنظمات والتأثيرات في بيئاتهم الخارجية ثم تتم مناقشة عملية ابتكار تمت ملاحظتها في المنظمات وترتبط عند الاقتضاء بقدرات التوعية الاستراتيجية تتمثل في أن الوعي الاستراتيجي يدعم كلا من الابتكار في الشركات ويتم اطلاعه وتشكيله من خلال عملية الابتكار نفسها كما ان الوعي الاستراتيجي هو قدرة ديناميكية تتطور وتتكيف مع تغيرات البيئة اي من عدة نواح مجموعة من الأدوات اللازمة لـ "قراءة" البيئة الخارجية بدلاً من المستوى الثابت للكفاءة التي كانت ذات يوم تحتاج إلى مزيد من التطوير والتحدي كما يشمل المصطلح جميع جوانب الواجهة مع البيئة الخارجية بدءًا من التحديد الأولي وحتى الاستفادة من فرص الأعمال والابتكار (Atherton & Hannon, 1997:196) .



عرف قاموس *Webster* الوعي على أنه معرفة بوجود شيء ما (حالة أو مشكلة) كما يشعر أو يشهد أو يلاحظ شيئاً (صوتاً أو إحساساً أو عاطفة) وبطريقة أكثر شمولاً كمعرفة وفهم لما يحدث في العالم من حولك (Young, 2017: 54) .

كما عرف الوعي الاستراتيجي بأنه القدرة على تطوير من أجل فهم البيئة وتطبيق ذلك على صنع القرار في العمل وفي إطار استكشاف هذا الأمر كان من الممكن تحديد عملية بمراحل محددة تتطلب كل منها مجموعة من الكفاءات الاعتراف بفرص المدير بتخطيط العمل كما ويتم تعريفه على انه العملية" التي من خلالها يتم التحسين المستمر في كيفية تحديد العالم لمفهومه الخاص والتعرف على الأحداث في هذا العالم وتفسير هذه الأحداث واتخاذ القرارات بشأن اتخاذ الإجراءات المناسبة لتحقيق نتائج إيجابية في الأعمال يصف هذا التعريف العملية النشطة التي تحتمل القدرة الفردية والتنظيمية وهي نسبية وذاتية من حيث ما يشكل نتيجة مفيدة للفرد و تتطلب عمليات التصنيع قدرات وتقنيات يمكن تعلمها وتطويرها لتحسين التأثير الكلي للعملية بأكملها وعندما يتم تطوير وتعزيز القدرة على الوعي الاستراتيجي فمن المرجح أن يكون لها تأثير على كيفية التخطيط وكذلك استخدام اساليب مختلفة في التخطيط (Hannon & Atherton, 1998 : 112) .

### 2.1.2. أهمية الوعي الاستراتيجي

وتتأثر بشكل كبير عمليات أسلوب الإدارة والاستراتيجية في إطار شركة صغيرة ذات التكنولوجيا الفائقة بموقف وخبرة منظم الأعمال التقني حيث ان قدرة رجال الاعمال على فهم واستخدام التكنولوجيات الادارية الاستراتيجية هي عامل جوهري في النمو والتطوير الناجحين للعمل وهذا يتسق مع وجهة نظر هؤلاء المؤلفين الذين يقترحون أن الوعي الاستراتيجي بالإدارة والقدرة على تنفيذ عملية صياغة استراتيجية فعالة عوامل نجاح حاسمة فيما يتعلق بتطور الشركات الصغيرة المتطورة المبتكرة كما ان التعلم الرشيد هو شرط اساسي لا دارك الوعي الاستراتيجي حيث ان هذا بدوره يعتبر امكانية التجربة السابقة للمنظمة وتشير النتائج التي توصل إليها هذا الدراسات إلى أن الشركات الصغيرة ذات التقنية العالية التي تحقق نجاحاً في تحول الشركة خلال دورة حياتها هي تلك التي تم فيها زيادة الوعي الاستراتيجي سواء داخل منظمة او خارجها ، قبل بدء العمل أو من خلال الاتصال مع الأفراد خلال مرحلة إطلاق العمل الذين يدركون الفوائد التي ستحققها عمليات الإدارة الاستراتيجية للشركة من المسلم به أن منظمة الحاضنة تلعب دوراً مهماً في تكوين مشاريع جديدة تعتمد على التكنولوجيا فيما يتعلق بالتكنولوجيات والأسواق التي يستهدفها منظم الأعمال في بدء العمل. كما ان الخبرة الادارية





التي تم اكتسابها داخل المنظمة ستحدد بشكل ملحوظ وعي المستوى الاستراتيجي للمنظمة والقدرة على ادارتها بنجاح (Berry, 1996:495).

### 2.1.3. ابعاد الوعي الاستراتيجي

حدد الباحث (Pencarelli et al., 2008 : 6) اربع ابعاد للوعي الاستراتيجي وهي كما يلي:  
 أ. الوعي الاستراتيجي الفعلي : الوعي الاستراتيجي الفعلي يشير إلى قدرة الأفراد والمنظمات على فهم وتقدير العوامل الاستراتيجية المؤثرة على أدائهم وبيئتهم التنافسية بشكل شامل وعميق. يتضمن الوعي الاستراتيجي الفعلي تحليل القوى والضعف والفرص والتهديدات التي تؤثر على القدرة التنافسية للفرد أو المنظمة. في السياق العملي، يتيح الوعي الاستراتيجي الفعلي للمديرين والقادة فهم تأثير القرارات والاستراتيجيات على أداء المؤسسة وموقعها في السوق.

ب. الوعي الاستراتيجي الخارجي : يشير إلى فهم وتقدير العوامل والمتغيرات الخارجية التي تؤثر على النجاح والأداء التنافسي للمنظمة في بيئتها الخارجية. يتعلق هذا النوع من الوعي بفهم عميق للعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتكنولوجية والبيئية التي قد تؤثر على استراتيجيات المنظمة وتوجهاتها في السوق. باختصار، الوعي الاستراتيجي الخارجي يمثل القدرة على فهم وتقدير العوامل الخارجية التي تؤثر على المنظمة وتوجيه استراتيجياتها وقراراتها في بيئة الأعمال الخارجية.

ج. الوعي الاستراتيجي المنظوري : يشير إلى القدرة على فهم وتفسير التحديات والفرص في بيئة الأعمال من خلال مجموعة متنوعة من المنظورات والنماذج الاستراتيجية. يتطلب هذا الوعي القدرة على التحليل العميق والتفكير النقدي لفهم التحولات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والسياسية التي تؤثر على الشركات والمنظمات. المفهوم يتضمن فهم النظريات والمفاهيم التي تحكم عمل الشركة وتوجهاتها المستقبلية، بالإضافة إلى القدرة على تقدير تأثير الاتجاهات العالمية والتغيرات السريعة في السوق على استراتيجيات الشركة.

د. الوعي الاستراتيجي الداخلي : يشير إلى فهم وتقدير العوامل الاستراتيجية والمحتملة للنجاح في إدارة وتطوير الموارد والقدرات الداخلية للمنظمة. يرتبط هذا النوع من الوعي بفهم عميق للموارد والقدرات التي تتوفر للمنظمة، وكيفية استخدامها بشكل فعال لتحقيق



أهدافها الاستراتيجية والنجاح في بيئة الأعمال. باختصار، الوعي الاستراتيجي الداخلي يمثل القدرة على تقييم وتحليل الموارد والقدرات الداخلية للمنظمة وفهم كيفية توجيهها نحو تحقيق المزيد من النجاح والاستدامة في بيئة الأعمال المتغيرة.

## 2.2. ثانيا: ادارة الجودة الخضراء

### 2.2.1. مفهوم ادارة الجودة الخضراء

إدارة الجودة الخضراء تمثل نهجاً متقدماً في إدارة الجودة يهدف إلى دمج الممارسات البيئية المستدامة في جميع جوانب عمل المؤسسة. وتشمل هذه الممارسات التي تستهدف الحفاظ على البيئة وتقليل التأثير البيئي من خلال مختلف عمليات الإنتاج والتوزيع والتسويق والتخزين وغيرها (*Ranjan* 409 : 2019, & Jha).

تطورت إدارة الجودة الخضراء على مر السنين استجابةً لتزايد القلق بشأن التأثير البيئي للأنشطة الصناعية والتنمية الاقتصادية. حيث في السبعينيات والثمانينيات، ظهر القلق من التلوث وتدهور البيئة، مما أدى إلى زيادة الوعي بضرورة تبني الممارسات البيئية. تركزت الجهود على توعية الجمهور والشركات بضرورة حماية البيئة والحد من التلوث. في الثمانينيات والتسعينيات، بدأت الحكومات في إقرار قوانين ولوائح بيئية للحد من التلوث. وشهدت المنظمات زيادة الضغط لتحسين ممارساتها البيئية والامتثال للتشريعات. في القرن الحادي والعشرين، أصبحت الاستدامة محوراً رئيسياً لإدارة الأعمال. تحولت الشركات إلى استراتيجيات أكثر تكاملاً تجمع بين الجودة والاستدامة، حيث تسعى إلى تحسين الأداء البيئي بما يتماشى مع متطلبات السوق والتشريعات (*Giram et al*, 2015). (2008).

تطوّرت مفاهيم مثل "التصنيع النظيف" و"المنتجات المستدامة" و"التسويق الأخضر" و"التعبئة والتغليف الخضراء". من المتوقع أن تستمر التطورات التكنولوجية في تعزيز إدارة الجودة الخضراء، مثل استخدام الطاقة المتجددة والتكنولوجيا النظيفة. يُتوقع أن تزداد أهمية الابتكار في تطوير منتجات وعمليات جديدة تحافظ على البيئة وتحدّ من التأثير البيئي السلبي. بشكل عام، يعكس التطور التاريخي لإدارة الجودة الخضراء تحولاً تدريجياً من التركيز على الوعي والامتثال إلى التكامل مع استراتيجيات الأعمال والابتكار لتحقيق الاستدامة البيئية والاقتصادية (*Guang*, 2008 : 117).

حيث ان إدارة الجودة الخضراء هي مجموعة من المبادئ والممارسات التي تهدف إلى تحسين الأداء البيئي للمنظمات والشركات وتقليل التأثير البيئي السلبي لعملياتها ومنتجاتها. تشمل إدارة الجودة



الخضراء العديد من الجوانب والمفاهيم التي تؤثر على العمليات البيئية للمنظمات، وتشمل تقليل النفايات والتلوث إذ تتضمن إدارة الجودة الخضراء جهودًا لتقليل إنتاج النفايات والتلوث الناتج عن عمليات الإنتاج والتصنيع و الابتكار والتطوير حيث تشجع إدارة الجودة الخضراء على الابتكار في تطوير تقنيات ومنتجات جديدة تحد من التأثير البيئي وتعزز الاستدامة (Prastawa et al , 2018). (1:).

من خلال تبني مبادئ إدارة الجودة الخضراء، يمكن للمنظمات تحسين سمعتها البيئية وتحقيق مزايا تنافسية من خلال تلبية توقعات العملاء المتزايدة نحو المسؤولية الاجتماعية والبيئية. كما ان تطبيق مبادئ إدارة الجودة الخضراء يعتبر تحديًا وفرصة للشركات في الوقت نفسه، حيث يمكن أن يؤدي إلى تحسين الأداء البيئي والاقتصادي والاجتماعي للمنظمات والمجتمعات على المدى الطويل (2: Davis , 2014).

### 2.2.2. أهمية إدارة الجودة الخضراء

إدارة الجودة الخضراء تحمل أهمية كبيرة للمنظمات والمجتمعات من عدة جوانب (Rinawati et al , 2018):

- المسؤولية البيئية: تساهم إدارة الجودة الخضراء في تحسين السلوكيات والممارسات البيئية للشركات، مما يعكس التزامها بالحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية.
- تقليل التكاليف وزيادة الكفاءة: من خلال تحسين العمليات وتقليل الهدر واستخدام الموارد بكفاءة أكبر، يمكن للشركات تقليل التكاليف التشغيلية وزيادة ربحيتها.
- تلبية توقعات العملاء: يزداد الطلب على المنتجات والخدمات البيئية الودية، وبالتالي تعتبر إدارة الجودة الخضراء فرصة لتلبية توقعات العملاء والحفاظ على رضاهم.
- تعزيز السمعة والمسؤولية الاجتماعية: تتيح إدارة الجودة الخضراء للشركات بناء سمعة إيجابية وتعزيز موقفها في المجتمع عن طريق ممارساتها المستدامة والمسؤولة.
- الامتثال للتشريعات والقوانين: يتطلب القانون في العديد من البلدان الامتثال لمعايير بيئية صارمة، ويمكن لإدارة الجودة الخضراء مساعدة الشركات على الامتثال لهذه التشريعات وتقادي العقوبات والمخاطر القانونية.
- الابتكار والتميز التنافسي: يمكن للشركات الابتكار في منتجاتها وعملياتها لتحقيق التميز التنافسي، وقد تكون إدارة الجودة الخضراء مفتاحًا لتحقيق هذا الهدف والتميز في السوق.



### 2.2.3. ابعاد ادارة الجودة الخضراء

وقد تم اعتماد ابعاد ادارة الجودة الخضراء على وفق الباحث (Gouda , 2019) ويمكن توضيح هذه الابعاد كما يلي :

أ. اداء الجودة الخضراء : ان اداء الجودة الخضراء هو الكفاءة التي يحقق بها الغرض المقصود منه وقد يكون هذا هو العائد على الاستثمار في صناديق الاستثمار المشترك، حيث عادة ما يكون الاداء الافضل مرادفا لجودة افضل.

ب. معولية الجودة الخضراء : تشير المعولية الى احتمال فشل المنتج في اطار زمني محدد، وتشير معولية المنتج تقليديا الى استخدام متوسط الوقت للفشل، إذ ان متوسط الوقت بين الاعطال والفشل لكل وحدة زمنية، كما ان المعولية اصبحت سمة مهمة للمنتجات المعمرة وخاصة بالنسبة للألات الثقيلة والمكلفة التي تعمل على مدار الساعة مثل اجهزة الخادم في صناعة تكنولوجيا المعلومات والحفارين في مصافي تكرير النفط.

ج. صلاحية خدمة الجودة الخضراء : تلعب دورا مهما في المنظمات التي تعتمد على الجودة الخضراء اذا يتم وصفها بانها سمة السرعة والدقة والكفاءة في خدمة الاصلاح وتعلب الآراء الموضوعية الذاتية دورا كبيرا في تحديد صلاحية الخدمة.

د. مطابقة الجودة الخضراء : و تعرف على انها فعل مقارنة المواصفات مع تنفيذ تلك المواصفات وغالبا ما تكون المواصفات في شكل نظام قيد اختبار، و يمكن استخدام هذا الاختبار في المطابقة لأثبات ان سلوك البرنامج يكون مساويا للمواصفات الموضوعية، ومن ثم فانه يحتوي على جميع الخصائص التي اثبتت كفاءته.

هـ. متانة الجودة الخضراء : ان المتانة هي الدرجة التي يتحمل فيها المنتج الاجهاد او الصدمة دون الفشل.

### 3. المبحث الثالث: الجانب العملي

اعتمدت الدراسة التحليل الوصفي بما يتضمنه من مقاييس النزعة المركزية والتشتت باستخدام برنامج SPSS، كما تم استخدام نمذجة المربعات الصغرى الجزئية *Partial Least Squares (PLS-SEM)* من خلال برنامج *SmartPLS*.

#### 3.1. أولا: ترميز فقرات الاستبيان



تعد عملية ترميز الفقرات الخطوة الأولى في التحليل الاحصائي، اذ يستعرض الجدول (1) ادناه فقرات الاستبيان فضلا عن ترميز كافة المتغيرات والابعاد والفقرات.

جدول (1) فقرات المقياس وترميزها

رمز الفقرات	المتغير
SA	الوعي الاستراتيجي
GQ	ادارة الجودة الخضراء

### 3.2. ثانيا: التحليل الوصفي

يستهدف التحليل الوصفي تلخيص البيانات التي جمعها الباحث وذلك من خلال مقاييس التشتت ومقاييس النزعة المركزية، ويستعرض الجدول (3) ادناه المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات الاستبانة، والتي أظهرت تجاوز كافة الفقرات للوسط الفرضي البالغ 3 (عند استخدام مقياس ليكرت الخماسي)، وهذا يدل على انتشار كافة المتغيرات في المنظمة قيد الدراسة، كما أظهرت نتائج التحليل الوصفي نسب متدنية من الانحراف المعياري مما يدل دقة إجابات المستجيبين وفهمهم للفقرات.

جدول (3) نتائج التحليل الوصفي

Item	Mean	Standard Deviation
SA1	4.5465	.69717
SA2	4.1395	.68878
SA3	4.3953	.80116
SA4	4.0930	.77654
SA5	4.3953	.72403
SA6	4.0581	.74130
SA7	4.0116	.72751
SA8	4.3605	.78084
SA9	4.4535	.71385
SA10	4.0349	.65883
SA11	4.0930	.83494





SA12	4.0000	.78215
SA13	4.3953	.68878
SA14	4.0581	.80116
SA15	4.0116	.77654
SA16	4.1628	.85213
GQ1	3.9186	.72299
GQ2	4.1512	.83338
GQ3	3.9186	.89725
GQ4	4.4419	.72930
GQ5	4.0698	.69942
GQ6	3.8837	.87338
GQ7	4.0349	.84641
GQ8	4.1279	.80872
GQ9	3.9651	.74277
GQ10	4.0465	.82472
GQ11	3.9302	.80864
GQ12	4.5814	.62243
GQ13	4.2442	.70186
GQ14	4.1163	.84601
GQ15	4.1279	.74828

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

### 3.3. ثالثاً: تقييم أداة القياس

يهدف تقييم أداة القياس الى تقييم صدق وثبات المقاييس التي تم استخدامها في الدراسة، ويتم تقييم أداة القياس في اسلوب نمذجة المربعات الصغرى *PLS-SEM* وفقاً لـ (Hair et al., 2017) من خلال أربعة معايير وكما يلي:

1. معامل كرونباخ الفا: الحد الأدنى 0.7





2. الثبات المركب: الحد الأدنى 0.6

3. ثبات الفقرة (التشبعات): الحد الأدنى 0.7

4. متوسط التباين المستخلص (AVE): الحد الأدنى 0.5

من خلال استخدام برنامج *SmartPLS* فقد تم الحصول على نتائج اختبار اداة القياس والذي يستعرض نتائج الجدول (4) ادناه، والذي يظهر تحقيق كافة الفقرات والابعاد والمتغيرات للحد الأدنى من المعايير الخاصة بتقييم اداة القياس وفقاً لـ (Hair et al., 2017).

جدول (4) نتائج اختبار اداة القياس

الفقرات	التشبعات	كرونياخ الفا	الثبات المركب	AVE
SA1	0.712			
SA2	0.831			
SA3	0.776			
SA4	0.814			
SA5	0.782			
SA6	0.871			
SA7	0.764			
SA8	0.811	0.755	0.845	0.579
SA9	0.717			
SA10	0.817			
SA11	0.788			
SA12	0.799			
SA13	0.764			
SA14	0.821			
SA15	0.717			
SA16	0.738			
GQ1	0.729			
GQ2	0.843			
GQ3	0.755			
GQ4	0.735			
GQ5	0.921			
GQ6	0.712	0.758	0.836	0.565
GQ7	0.737			
GQ8	0.747			
GQ9	0.757			
GQ10	0.796			
GQ11	0.866			



GQ12 0.544

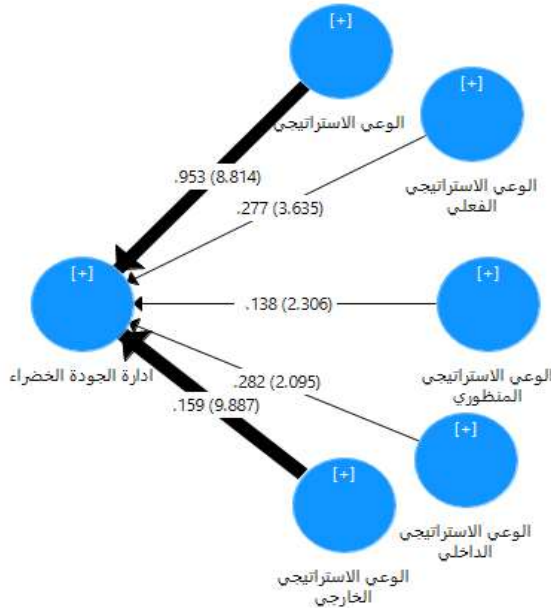
المصدر : مخرجات برنامج *SmartPLS*

### 3.4. رابعا: اختبار الفرضيات

لقد تضمنت الدراسة الحالية الفرضيات الخمس التالية:

1.  $H1$  يوجد تأثير معنوي ايجابي للوعي الاستراتيجي في ادارة الجودة الخضراء .
2.  $H2$  يوجد تأثير معنوي ايجابي للوعي الاستراتيجي الفعلي في ادارة الجودة الخضراء .
3.  $H3$  يوجد تأثير معنوي ايجابي للوعي الاستراتيجي المنظوري في ادارة الجودة الخضراء .
4.  $H4$  يوجد تأثير غير مباشر معنوي ايجابي للوعي الاستراتيجي الداخلي في ادارة الجودة الخضراء .
5.  $H4$  يوجد تأثير غير مباشر معنوي ايجابي للوعي الاستراتيجي الخارجي في ادارة الجودة الخضراء .

لغرض اختبار هذه الفرضيات فقد تم استخدام برنامج *SmartPLS* لغرض بناء انموذج المسار في الشكل (2) والذي يستعرض نتائجه الجدول (5) ادناه.



شكل (2) انموذج المسار لمتغيرات البحث

المصدر: مخرجات برنامج *SmartPLS*



جدول (5) نتائج اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية	معامل المسار	t Value	p Value	النتيجة	معامل التحديد R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> المعدل
H1	0.953	8.814	0.000	قبول	0.830	0.821
H2	0.277	3.635	0.000	قبول		
H3	0.138	2.306	0.003	قبول	0.619	0.614
H4	0.282	2.095	0.000	قبول		
H5	0.159	9.887	0.007	قبول		

المصدر: مخرجات برنامج *SmartPLS*

يستعرض الجدول (5) معاملات المسار التي تمثل حجم التأثير، والتي تكون معنوية عندما تتجاوز قيمة  $t$  عن 1.96 وان تتجاوز قيمة  $P$  عن 0.05 وفقاً لقاعدة (Hair et al., 2017). ولما كانت معاملات المسار تتجاوز الحد الأدنى من قيمة  $t$  و  $p$  فإنه يتم قبول هذه الفرضيات جميعاً، أما معامل التحديد فقد بلغ 83% لمتغير الوعي الاستراتيجي وهذا يشير الى ان متغيري الوعي الاستراتيجي يفسر متغير ادارة الجودة الخضراء 61% وبقيّة النسبة هي عوامل لم تتناولها الدراسة.

#### 4. المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

##### 4.1. المحور الاول : الاستنتاجات

1. من خلال الجانب العملي تظهر النتائج أن الوعي الاستراتيجي يلعب دوراً مهماً في تعزيز إدارة الجودة الخضراء في المنظمة حيث ثبت ان هناك علاقة تأثير معنوية بين الوعي الاستراتيجي وادارة الجودة الخضراء.
2. يتضح أن العاملين الذين يمتلكون وعياً استراتيجياً أعلى يظهرون أداءً بيئياً أفضل في سياق العمل.
3. يشير البحث إلى أن الوعي الاستراتيجي يمكن أن يحفز العاملين على التفكير بشكل إبداعي وابتكاري لتحسين الممارسات البيئية في المنظمة المبحوثة.

##### 4.2. المحور الثاني : التوصيات

1. يُنصح بتنفيذ برامج توعية وتدريب موجهة نحو الوعي الاستراتيجي بين الموظفين لزيادة فهمهم لأهداف ورؤية المنظمة فيما يتعلق بالجودة الخضراء.



2. يُوصى بتطوير وتنفيذ سياسات وإجراءات تعزز الوعي الاستراتيجي وتشجع على الممارسات الصديقة للبيئة داخل المنظمة.
3. ينبغي تشجيع العاملين على المشاركة الفعالة في تطوير وتنفيذ مبادرات الجودة الخضراء، وتشجيع التفاعل والتبادل المعرفي بين مختلف الأقسام والفروع.
4. يجب تشجيع ودعم الابتكار في سياق الجودة الخضراء من خلال تقديم مكافآت وتقدير للمبادرات البيئية والأفكار الابتكارية التي تساهم في تحسين الأداء البيئي للمنظمة.
5. ينبغي تطوير أدوات ومؤشرات لقياس وتقييم أداء الجودة الخضراء وتتبع تقدم التحسينات بانتظام لضمان استمرارية التحسين المستمر وتحقيق الأهداف البيئية.

#### المصادر

- [1] AFM Abdul Moyeen , " Strategic Planning and Strategic Awareness in Small Enterprises - A Study of Small Engineering Firms in Bangladesh " , Department of Management and Organisation Faculty of Management University of Stirling United Kingdom October 1997 .
- [2] ANDREW ATHERTON , PAUL HANNON , " STRATEGIC AWARENESS AND THE PROCESS OF INNOVATION " , Journal of Enterprising Culture Vol. 5, No. 2, (June 1997) 193-208 .
- [3] Gouda, S. K., Awasthy, P., Krishnan, T. S., & Sreedevi, R. (2019). What does "green quality" really mean?. The TQM Journal.
- [4] Giram, P. S., Gaikwad, V. V., Thonte, S. S., Rajurkar, M. R. M., Gholve, S. B., & Bhusnure, O. G. (2015). ENVIRONMENTAL PROTECTION BY IMPLEMENTATION OF GREEN PURCHASING, GREEN PRODUCTIVITY, GREEN MARKETING AND GREEN QUALITY MANAGEMENT SYSTEMS. environmental management, 1, 2.
- [5] Guang, Y. (2008, December). Green Labour-Management Relations: A Guarantee of Enhancing Green Quality of Products and Competitive Power of the Company. In 2008 International Conference on Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering (Vol. 3, pp. 117-122). IEEE.
- [6] Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2014). Quality management for organizational excellence. Upper Saddle River, NJ: pearson.
- [7] Hair, J., Hult., Ringle, C. & Sarstedt, M. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM. Los Angeles:





Sage.

- [8] Juan Humberto Young , " Strategic Awareness: The Key to Well-Being " , 017 John Wiley & Sons, Ltd. Published 2017 by John Wiley & Sons, Ltd. Companion website: www.wiley.com/go/humbertoyoung/mbsat
- [9] Joanna Dyczkowska1, Tomasz Dyczkowski , " An Influence of Strategic Awareness on Management Control: Evidence from Polish Micro, Small and Medium-sized Enterprises " , „Management and Business Administration. Central Europe” Vol. 23, No. 1/2015: p. 3–31, ISSN 2084-3356; e-ISSN 2300-858 .
- [10] M.M.J. Berry , " Technical entrepreneurs , strategic awareness and corporate transformation in small hi -tech firms " , Technovation, 16(9) (1996) 487-498 Copyright © 1996 Elsevier Science Ltd Printed in Great Britain.
- [11] Paul D. HannonAndrew Atherton, (1998),"Small firm success and the art of orienteering: the value of plans, planning, and strategic awareness in the competitive small firm", Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 5 Iss 2 pp.
- [12] Prastawa, H., Hartini, S., Anshori, M., Hans, S., & Wimba, C. (2018). Integration between Green Quality Function Deployment, Modularity Concept and Life Cycle Assessment Toward Sustainable Product Design. In MATEC Web of Conferences (Vol. 159, p. 02070). EDP Sciences.
- [13] Ranjan, A., & Jha, J. K. (2019). Pricing and coordination strategies of a dual-channel supply chain considering green quality and sales effort. Journal of Cleaner Production, 218, 409-424.
- [14] Rinawati, D. I., Sari, D. P., Pujotomo, D., & Kasih, P. H. (2018). Natural Dyes Product Design Using Green Quality Function Deployment II Method To Support Batik Sustainable Production. In E3S Web of Conferences (Vol. 73, p. 04014). EDP Sciences.
- [15] Tonino Pencarelli , Elisabetta Savelli , Simone Splendiani , " STRATEGIC AWARENESS AND GROWTH STRATEGIES IN SMALL SIZED ENTERPRISES (SEs) " , October 18-19th, 2008 Florence, Italy .

