



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العلوم والتكنولوجيا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

الذكاء الاستراتيجي وأثره في الإبداع المنظمي

دراسة ميدانية في شركات صناعة الأدوية العاملة في اليمن

رسالة مقدمة من الطالب
علي مغدي يحي صالح حربي

إلى
مجلس الدراسات العليا والبحث العلمي
وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

المشرف
د. محمد أحمد علي شجاع الدين
أستاذ إدارة الأعمال المساعد
جامعة العلوم والتكنولوجيا



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جَامِعَةُ الْعُلُومِ وَالتَّكْنُولُوجِيَا
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

الذكاء الاستراتيجي وأثره في الإبداع المنظمي: دراسة ميدانية في شركات صناعة
الأدوية العاملة في اليمن

المُلخَص

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر الذكاء الاستراتيجي بأبعاده المتمثلة: بـ(الاستشراف، تفكير النظم، الدافعية، الرؤية المستقبلية، المشاركة) في الإبداع المنظمي بأبعاده: (إبداع المنتج، إبداع العمليات)، في شركات صناعة الأدوية العاملة في اليمن. واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات الأولية للدراسة من مجتمع الدراسة المتمثل في العاملين (محل الدراسة) البالغ عددهم (2106) موظفين، وكان حجم العينة (327) مفردة، وزعت بطريقة عشوائية بسيطة، والتي أجريت عليها عملية التحليل بلغت (275) مفردة باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية (SPSS). وقد كشفت نتائج الدراسة بأن هناك أثراً للذكاء الاستراتيجي بأبعاده الخمسة بدرجات متفاوتة في الإبداع المنظمي (محل الدراسة)، وكان البعد الأكثر إيجاباً هو بعد الاستشراف يليه بعد المشاركة ثم بعد الرؤية المستقبلية، كما جاء على التوالي بعد تفكير النظم والدافعية، كما أن الإبداع المنظمي جاء بمستوى عالٍ بأبعاده، حيث كان البعد الأكثر تحققاً هو إبداع المنتج يليه، إبداع العمليات، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الإبداع المنظمي بين الشركات محل الدراسة تعزى للمتغيرات المنظمية (حجم الشركة، عمر الشركة). وبناءً على النتائج التي تم التوصل إليها؛ أوصت الدراسة الشركات (محل الدراسة) بضرورة الاهتمام بالذكاء الاستراتيجي لما له دور في الإبداع المنظمي، وأن على الشركات (محل الدراسة) أن تركز على بناء قدراتها وخبراتها بما يمكنها من تحقيق مستويات إبداع متقدمة على المدى البعيد وليس من الوهلة الأولى.

المشرف

د. محمد أحمد علي شجاع الدين

أستاذ إدارة الأعمال المساعد
جامعة العلوم والتكنولوجيا

الطالب

علي مغدي يحيى صالح حربي

محرم، 1446هـ

صنعاء

يوليو، 2024م



**Strategic Intelligence and its Impact on Organizational Innovation: A
Field Study at Pharmaceutical Manufacturing Industries Operating in
Yemen**

Abstract

This study This study aimed to identify the impact of strategic intelligence in its dimensions: (foreseeing, systems thinking, motivation, future vision, partnership) on organizational innovation in its dimensions (product creativity, process creativity) in pharmaceutical companies operating in Yemen. The study followed the descriptive analytical method to achieve its objectives and test its hypothesis. The questionnaire was used to collect the primary data for from a sample of (327) individuals was selected using simple random sampling method from the study population represented by the workers in the pharmaceutical manufacturing companies operating in Yemen, including (2106) employees. Data processing was performed statistically using the statistical package software (SPSS). The results of the study revealed that there is an impact of strategic intelligence with its five dimensions in varying degrees on organizational innovation in pharmaceutical companies operating in Yemen, where the most positive impact was from the foresight dimension, followed by the partnership dimension, then the future vision dimension, as it came, respectively, after systems thinking and motivation. The findings revealed that organizational innovation was achieved at a high level with all of its dimensions, as the most achieved dimension was product creativity, followed by process creativity. The results also showed that there were no statistically significant differences in the level of organizational innovation between the companies of the study attributed to the organizational variables (company size and age). Based on the study findings; The study recommended that pharmaceutical manufacturing companies in Yemen need to pay more attention to strategic intelligence because of its role in organizational innovation. And that the companies of the study should focus on building their capabilities and expertise in order to enable them to achieve advanced levels of innovation in the long term, not just for short term basis.

Candidate

Ali Mughdi Yahya Saleh Harbi

July, 2024AD

Supervisor

Dr. Mohammed Ahmed Ali Shujaa Aldeen

Assistant Professor of Business Administration
University of Sciences and Technology

Sana'a

Muharram, 1446AH

Republic of Yemen
Ministry of Higher Education and Scientific Research
University of Science and Technology
Deanship of Postgraduate Studies and Scientific Research



Strategic Intelligence and its Impact on Organizational Innovation

**A Field Study at Pharmaceutical Manufacturing Industries
Operating in Yemen**

A Thesis Submitted by

Ali Mughdi Yahya Saleh Harbi

To

**The Council of Postgraduate Studies and Scientific Research,
in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master Degree in
Business Administration**

Supervisor

Dr. Mohammed Ahmed Ali Shujaa Aldeen

**Assistant Professor of Business Administration
University of Sciences and Technology**

July, 2024AD

Sana'a

Muharram, 1446AH