

دور اليقظة الإستراتيجية في تفعيل عملية اتخاذ القرار -مؤسسة موبيليس بقالة أمموجا-

The Role of Strategic Vigilance in Activating the Decision-Making Process -Mobilis Company in Guelma as a Model-

سارة عمرون^{*}



amroun-sarra@univ-eltarf.dz ، جامعة الشاذلي بن جديد-الطارف (الجزائر)¹

تاريخ الإرسال: 2024-10-31	تاريخ القبول: 2024-12-08
ملخص تهدف هذه الدراسة إلى إبراز العلاقة الارتباطية بين أبعاد اليقظة الإستراتيجية وعملية اتخاذ القرار داخل مؤسسة موبيليس التي تنشط في محيط متغير باستمرار يتطلب جمع المعلومات لاتخاذ القرارات المناسبة لما تواجهه من عوامل تستطيع التحكم فيها أو أخرى يصعب التحكم فيها. ولقد طبقت الدراسة التطبيقية على عينة عشوائية من خلال الإستمارة لجمع البيانات، واستخدمنا برنامج SPSS لتحليل إجابات أفراد العينة، حيث تم معالجة 50 إستمارة قابلة للتحليل الإحصائي، وتوصلنا من خلال هذه الدراسة إلى إهتمام المؤسسة بأبعاد اليقظة الإستراتيجية وعملية اتخاذ القرارات، وأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعدي اليقظة التكنولوجية واليقظة التجارية وعملية اتخاذ القرار. الكلمات المفتاحية: يقظة إستراتيجية؛ أبعاد يقظة إستراتيجية؛ اتخاذ قرار. تصنيفات JEL : M15، L21، L96.	Abstract This study aims to highlight the correlation between the dimensions of strategic vigilance and the decision-making process within the Mobilis organization, which is active in a constantly changing environment that requires gathering information to make appropriate decisions due to the factors it faces that it can control or others that are difficult to control. The applied study was applied to a random sample through the questionnaire to collect data, and we used the SPSS program to analyze the answers of the sample members, where 50 forms were processed for statistical analysis, and we found through this study that the organization is interested in the dimensions of strategic vigilance and the decision-making process, and that there is a statistically significant relationship between the dimensions of technological vigilance and commercial vigilance and the decision-making process. Keywords: Strategic Vigilance; Dimensions of Strategic Vigilance; Make a Decision. JEL Classification Codes: L96, L21, M15.

* المؤلف المرسل

1. مقدمة

تعتمد قدرة المؤسسات على البقاء والاستمرار والتطور على قدرتها على توقع والتكيف مع التغييرات والقوى المتواجدة في البيئة المحيطة بها، حيث تتميز هذه الأخيرة بعدم الاستقرار وعدم التأكد، وبالتالي يتطلب من المؤسسة الحصول على معلومات مهمة حول البيئة الحالية والمستقبلية.

واليقظة الإستراتيجية تعتبر من أهم الوسائل والتقنيات المناسبة لرصد وتتبع محيط المؤسسة وجمع المعلومات المتمثلة في اشارات الانذار المبكر وترجمتها وتحليلها بهدف تقليص عدم التقين، حتى يتمكن صانع القرار من اختيار البديل المناسب. فالاصغاء المبكر للبيئة يسمح للمؤسسة باقتناص الفرص وتجنب المخاطر والتهديدات التي يمكن أن تواجهها من خلال تحليل معلومات مستقبلية. وتهدف المؤسسة من خلال تبني اليقظة الإستراتيجية معالجة اشكالية البيانات الضخمة التي تسبب صعوبة في الوصول إلى المعلومات المفيدة. وبالتالي يتوجب على المؤسسة التحكم في المعلومات من أجل اتخاذ القرارات في الوقت المناسب ونشرها لمن يحتاجها.

وبناء على ما سبق يمكن تحديد إشكالية الدراسة من خلال السؤال الرئيسي التالي:

كيف تؤثر أبعاد اليقظة الإستراتيجية على عملية اتخاذ القرارات في مؤسسة موبيليس بقالة؟

فرضيات الدراسة: قصد الإجابة على إشكالية الدراسة تم وضع الفرضيات التالية:

- **الفرضية الرئيسية الأولى:** لا تولي مؤسسة موبيليس اهتماما بأبعاد اليقظة الإستراتيجية؛
- **الفرضية الرئيسية الثانية:** لا تولي مؤسسة موبيليس اهتماما بعملية اتخاذ القرار؛
- **الفرضية الرئيسية الثالثة:** عدم وجود علاقة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين أبعاد اليقظة الإستراتيجية وعملية اتخاذ القرار لمؤسسة موبيليس.
- **الفرضية الفرعية الأولى:** عدم وجود علاقة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين اليقظة التكنولوجية وعملية اتخاذ القرار لمؤسسة موبيليس.
- **الفرضية الفرعية الثانية:** عدم وجود علاقة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين اليقظة التنافسية وعملية اتخاذ القرار لمؤسسة موبيليس.

◀ **الفرضية الفرعية الثالثة:** عدم وجود علاقة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين اليقظة التجارية وعملية اتخاذ القرار لمؤسسة موبيليس.

◀ **الفرضية الفرعية الرابعة:** عدم وجود علاقة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين اليقظة البيئية وعملية اتخاذ القرار لمؤسسة موبيليس.

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على أهم الجوانب لمتغيري اليقظة الإستراتيجية وعملية اتخاذ القرار. كما تهدف إلى عرض الدور الذي تؤديه الأبعاد الأربعة لليقظة الإستراتيجية على اتخاذ القرار. **منهج الدراسة:** اعتمادنا على المنهج الوصفي لتحديد متغيرات الدراسة وتوضيح العلاقات النظرية بينها. بالإضافة إلى ذلك، استخدمنا المنهج التحليلي لإجراء الدراسة الميدانية، حيث تم توزيع استبانات على موظفي مؤسسة موبيليس بقالة. بهدف جمع البيانات وتحليلها لاختبار الفرضيات باستخدام برنامج SPSS.

الدراسات السابقة:

- دراسة Raquel JANISSEK-MUNIZ, Humbert LESCA (2003) بعنوان: *Veille Stratégique: Application d'Internet et Sites Web pour 'provoquer' des informations à caractère anticipatif* هدفت الدراسة أن الاتصال هو توفير بعض الإجابات الأولية المتعلقة بالمراقبة الاستراتيجية الاستباقية والإنترنت. فالإنترنت تسهيل ظهور معلومات غير موجودة للوهلة الأولى. واعتمدت الدراسة على نهج يركز على المعلومات الاستباقية -بما في ذلك الإشارات الضعيفة-، ويهدف إلى بناء طريقة (معارف قابلة للتطبيق) لاستخدامها من قبل الشركات والأكاديميين.

- دراسة شهيد هدى، بوسهمين أحمد، (2018)، بعنوان: إدارة المعرفة وأثرها على اتخاذ القرار في المؤسسة -دراسة حالة جامعة طاهري محمد بشار-، هدفت الدراسة إلى إبراز أثر إدارة المعرفة على فاعلية عملية اتخاذ القرار، وأجريت الدراسة على عينة من موظفي الجامعة، من خلال توزيع استبيان مكون من 34 فقرة، واعتمدت الدراسة في تحليل النتائج واختبار الفرضيات على برنامج SPSS واستخدام عدد من الأساليب الإحصائية، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متطلبات إدارة المعرفة وفاعلية اتخاذ القرار.

2. عموميات حول اليقظة الإستراتيجية

ظهر هذا المفهوم في الستينيات في دراسات للعديد من الباحثين مثل (Etzioni; 1964) و(Aguilar; 1967)، وأوضح (Jain; 1979) أن فعالية الإدارة الإستراتيجية تتطلب رصد البيئة الخارجية للمؤسسة من خلال تتبع مختلف أبعادها: الإقتصادية والإجتماعية والسياسية والتكنولوجية، وتعتبر هي العملية رسمية في المؤسسات الكبيرة للحصول على المعلومات الخارجية ومعالجتها بهدف التنبؤ أو التوقع لدعم التخطيط الإستراتيجي والتوجيه (LESCA & RAYMOND, Expérimentation d'un Système-Expert pour l'Evaluation de la Veille Stratégique dans les PME, 1993, p. 51) وحسب (Golfarelli et al; 2004) هي العملية التي تقوم بتحويل البيانات إلى معلومات ثم إلى معرفة (KHAN & QUADRI, 2012, p. 65).

1.2 مفهوم اليقظة الإستراتيجية

عرف Ribault اليقظة الإستراتيجية على أنها مراقبة وتتبع المؤسسة لمحيطها بطريقة ذكية للبحث على المعلومات الحالية والمستقبلية (HERMEL, 2007, p. 02). وهي تلك العملية المستمرة الجماعية والاستباقية التي تقوم بها مجموعة من الأفراد طوعا لجمع المعلومات ذات العلاقة ببيئتهم، بهدف خلق فرص وتقليل المخاطر وعدم اليقين، ما يمكن المؤسسة من التصرف بسرعة وفي الوقت وبالطريقة المناسبة للموقف (JANISSEK-MUNIZ & LESCA, 2003, p. 02). كما تعتبر إطار للاستجابة والتكيف بسرعة أكبر لاحتياجات السوق للتقليل عدم يقين المؤسسة من البيئة وهذا بالكشف عن علامات الإنذار المبكر (BOULIFA TAMBOURA & BEN AMMAR MAMLOUK, 2009, p. 187) وحسب P. Baumart لها ارتباط وثيق بمفاهيم إستراتيجية كالأسواق، المنافسة والتحالفات فهي أداة فعالة للقيادة في سياق معين (LOPES DA SILVA, 2002, p. 39). كما تعتبر رادار المؤسسة والأداة التي تسمح بمسح البيئة حتى تكون يقظة باستمرار لرصد الإشارات التي من شأنها تحذير مسبقا مسيري المؤسسة وتزويدهم بالعناصر الأساسية لاتخاذ القرار (LESCA & LESCA, les Signaux Faibles et la Veille Anticipative pour les Décideurs: Méthodes et Applications, 2011, p. 21). وتتحدد أهم المميزات المتعلقة باليقظة الإستراتيجية في النقاط التالية:

- **الإستراتيجية:** وهي إشارة لطبيعة المعلومات التي تمّ اليقظة، وتستخدم لاتخاذ مختلف القرارات غير المبرجة وغير المتكررة، والتي ليست ضمن أي نموذج من النماذج المعدة مسبقا بحكم التجربة، والتي لها تأثير ملموس على بقاء المؤسسة، وتلك التي تتخذ في حالات عدم اليقين (بن خديجة، 2018، صفحة 105)؛

- **الطوعية:** اليقظة ليست عملا محدودا بتتبع ومراقبة البيئة لكونها هدف إبداعي، فهي تعتبر تطوعية تشتت وتنشيط كل الحواس للتحري عن المعلومات والانتباه الحاد لمصادر المعلومات المتوقعة (نبوية وأوبختي، 2020، صفحة 102)؛

- **الذكاء الجماعي:** تتطلب اليقظة الذكاء الجماعي والذي يعني وجود اتصال وتفاعل بالشكل الملائم بين مجموعة من الأفراد لملاحظة العلامات والإشارات في المحيط، اختيارها وتفعيلها ومقارنتها لإعطائها معنى محدد (أبو عريش، 2016، صفحة 80)؛

- **التوقع:** وترتكز على حصول المؤسسة على المعلومات والبيانات وترجمتها من خلال التحليل والتوقع لترصد التغيرات الموجودة في محيطها في المستقبل القريب والمتوسط وحتى البعيد (ضربان و حمو، 2019، صفحة 384)؛

- **البيئة:** هي مجموعة من العوامل السائدة في البيئة الخارجية والداخلية التي تؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على أداء المؤسسات والأفراد، كما تعبر عن مجموعة المتغيرات التي تتأثر بها المؤسسة ولا تستطيع الرقابة عليها إلا أنه يمكن الاستفادة منها، فقد تكون قوى إيجابية فتستخدم لصالح المؤسسة أو سلبية تعمل في غير صالحها (ليثيم و نجيمي، 2018، صفحة 08)؛

- **الإبداع:** لا تصف معلومات اليقظة الأحداث والأعمال المنفذة سابقا فقط، بل تعمل على تفسير وترجمة الإشارات المنتقاة من المحيط، والمخزنة في ذاكرة المؤسسة (بنك المعرفة) لانشاء رؤية إبداعية (ضربان و حمو، 2019، صفحة 384).

2.2 أهداف اليقظة الإستراتيجية: يمكن ابرازها كما يلي (GUERRAOU & RICHET, 2005, p.176):

- توقع الفرص من أجل حسن استغلالها وتجنب التهديدات وما ينجم عليها من آثارها سلبية على المؤسسة؛

- تضمن للمؤسسة مواجهة منافسيها من خلال تشخيص وتحديد أفضل الممارسات والإستراتيجيات؛
- تعمل على الوصول إلى كفاءة نظام المعلومات الإستراتيجي في المجال التسويقي والتجاري؛
- تسمح بتحليل بيئة المؤسسة العلمية، التقنية والتكنولوجية؛
- تسعى لإكساب المؤسسة ميزة تنافسية من خلال مقارنة أدائها مع من ينافسها وتطويره باستمرار؛
- تعمل على التقييم الموضوعي للموقع التنافسي الحالي والمستقبلي للمؤسسة مقارنة بالمنافسين؛
- التنبؤ بأنشطة وممارسات المنافسين الحالية والمستقبلية وإتجاهاتهم؛
- رفع أرباحها زيادة حجم مبيعاتها مما يحقق لها أرباح أكبر بالإضافة إلى تحسين جودة منتجاتها، كما تسمح لها باختراق أسواق جديدة.

3.2 أنواع اليقظة الإستراتيجية: حسب (Martinet et Ribault; 1989) هناك أربعة أنواع رئيسية من اليقظة تتمثل فيما يلي (DUMAS, 2005, p. 88):

1.3.2 اليقظة التكنولوجية: وهي مجموعة من التقنيات المنظمة بطريقة منهجية لجمع، معالجة، توزيع واستغلال المعلومات التقنية الضرورية التي تضمن حماية المؤسسات ونموها (GUERRAOUI & RICHET, 1969, p. 69). فهي الجهود المبذولة للبحث، تحليل ونشر المعلومات المتعلقة بالميدان التكنولوجي، فعلى المؤسسة مراقبة المحيط التكنولوجي والتقني لمواكبة تطوراتها وعمليات التصنيع والكشف عن مختلف المستجدات الحاصلة في المعايير والقواعد فنية (BELEN & KOSMA-LACROZE, 2012, p. 148)، ومن فوائدها توقع الاختراقات والتطورات التكنولوجية (COUTENCEAU & al, 2010, p. 23).

2.3.2 اليقظة التنافسية: تقوم المؤسسة بالتعرف قدر الإمكان على المنافسين من خلال مراقبتهم، تحليل إجراءاتهم وهياكلهم وعملياتهم في السوق بهدف التعلم لوضع إستراتيجيتها الخاصة (BELEN & KOSMA-LACROZE, 2012, p. 148). وبالتالي فاليقظة التنافسية تسمح للمؤسسة بمراقبة إستراتيجية منافسيها، سياستهم التسعيرية ومنتجاتهم (الحالية و/أو الجديدة)، سياسة الشراكة التي يقومون بها (المباشرة وغير المباشرة)، بالإضافة إلى تحديد المنافسين الداخليين الجدد إلى السوق. وأوضح (Porter; 1980) أن تحليل المنافسة تعتبر المشكلة الرئيسية في عملية تحديد الإستراتيجية، ففهم وتحليل وضع السوق

وإستراتيجيات المنافسين هو أساس تصميم الإستراتيجيات المستقبلية، فهذه المعلومات تسمح بتقييم فرص وكفاءات المنافسين الرئيسيين في السوق (GRAČANIN, KALAC, & JOVANOVIĆ, 2015, p. 28).

3.3.2 اليقظة التجارية: تعتبر النظام المسؤول عن مراقبة السوق، لتزويد المؤسسة باستمرار بالمعلومات عن مختلف جوانب البيئة المحيطة بها، أدائها وموقعها التنافسي... إلخ (SEGUR, 2011, p. 34). فهي تهتم بالزبائن (أو الأسواق) والموردين، وتهدف من الدراسات التسويقية التعرف على تطور إحتياجات الزبائن على المدى الطويل، وتحليل الدائرة التي سيمر من خلالها المنتج ليصل إلى المستهلك النهائي حسب نوع السوق، ففي سوق الاستهلاك الواسع يتم التركيز بشكل أساسي على كبار الموزعين ومراقبتهم نظرا لقوتهم التنافسية وتأثيرهم على المنتج فيجب عليه استخدام معلومات اليقظة التجارية واليقظة التنافسية، بينما في الأسواق الصناعية "B to B" تكون عملية الشراء معقدة يشارك فيها العديد من الأطراف (المشتري، المستخدم، الوسيط... إلخ) تتطلب اليقظة على الجوانب الفنية والعلائقية (HERMEL, 2007, p. 11).

4.3.2 اليقظة البيئية: حسب (Romagni et Wild; 1998) هي الإهتمام بالبيئة الكلية للمؤسسة بمختلف أبعادها الإجتماعية، الإقتصادية، المؤسسية، السياسية، القانونية والطبيعية (DUMAS, 2005, p. 82). فهي تركز على الجوانب التنظيمية، المالية، الضريبية، البيئة الإقتصادية، السياسية، الإجتماعية والموارد البشرية، ولذلك فهو يتوافق مع مسألة المساواة والشرعية في ممارستها للذكاء الإستراتيجي (GUERRAOUÏ & RICHET, 2005, p. 70). أي أنها تغطي كل المجالات المتعلقة بالمؤسسة باستثناء المجال التكنولوجي، المنافسة والتجارية، فاهتمام المؤسسة بها تساعد على إحداث فرقا مقارنة مع منافسيها (HERMEL, 2007, p. 12).

3. اتخاذ القرار

القرار مأخوذ من المصطلح اللاتيني Decision ويقصد به القطع أو الفصل Cut Off، بمعنى تغليب أحد الجانبين على الآخر (طعمة، 2010، صفحة 15، 16). وهو نقطة تتوازن عندها مصالح المؤسسة مع الأطراف المستفيدة منها (محمد، 2012، صفحة 15). فهو يمثل الإجراء الذي يقوم به المدير لحسم الموقف والفصل في المشاكل المطروحة من زاوية حكمه الشخصي عليها (رايس، 2016، صفحة 73).

1.3 تعريف اتخاذ القرار

يعرف على أنه أساس العملية الإدارية وجوهر عمل القادة، فهو يتمثل في إدارة وممارسة الوظائف الإدارية للمؤسسة، فكل عملية إدارية وكل قرار يتضمن جمع المعلومات والبحث عن البدائل الممكنة والاختيار من بينها لتنتهي العملية باتخاذ القرار الرشيد والمناسب الذي يحقق الهدف (معتوق، 2016، صفحة 100). كما يعبر عن سيورة اختيار بديل من بين عدة بدائل محتملة لتحقيق هدف أو مجموعة من الأهداف خلال فترة زمنية بالاعتماد على معلومات البيئة الداخلية والخارجية والموارد والامكانيات المتاحة للمؤسسة (رايس، 2016، صفحة 73).

2.3 مراحل اتخاذ القرار

- حسب نظرية صنع القرار الكلاسيكية التي حددها (Herbert Simon;1955) اقترح أن هناك أربع مراحل رئيسية لاتخاذ القرار (CHAFFEY & WOOD, 2005, p. 33):
- **الدكاء:** يتم في هذه المرحلة التعرف وإدراك أن هناك مشكلة تحتاج لايجاد طريقة لحلها؛
 - **التصميم:** العمل على تحديد البدائل الممكنة لحل المشكلة ودراستها، بهدف تقييم مخاطر وفوائد للأساليب المختلفة المقترحة؛
 - **الاختيار:** اختيار أفضل الحلول من بين البدائل المقترحة ثم اتخاذ القرار؛
 - **التنفيذ:** تنفيذ القرار والعمل على مراجعته بهدف ضمان نجاحه.

3.3 أنواع القرارات

يصنف باحثين القرارات إلى عدة أنواع منها ما يلي (خلف، 2015، صفحة 83، 84):

- #### 1.3.3 القرارات المبرمجة:
- تكون فيها قرارات موضوعة مسبقا مثل القرارات اليومية الاعتيادية كقيام الموظف المختص بالاجراء اللازم للمطالبة بديون المدينين عند وصول المديونية إلى مستوى معين، فهو قرار لا يمر بالمراحل المعروفة، فتحديد المشكلة هو الاجراء المطلوب اتخاذه ضمن معطيات محددة أو وقت محدد ويتم التصرف بناء على ذلك وبشكل مباشر؛

2.3.3 القرارات شبه المبرمجة: تصنع في ظروف لا يمكن تحديدها مسبقا، ويكون فيها تحديات من قبل البيئة المحيطة، وقد يكون جزء منها مبرمجا ولكنها غير كافية لعملية صنع القرار، وعليه يمر بمراحل حل المشكلة المتعارف عليها بالإضافة لتطوير حلول ممكنة؛

3.3.3 القرارات غير المبرمجة: يقوم صانع القرار باتخاذها في ظروف يصعب تحديدها مسبقا، وتعتبر ذات صبغة إجتماعية بحيث يكون الدور الكبير لعناصر التقييم الفردي، فهي قرارات تصنع وتتخذ بناء على غموض تام حول المشكلة المراد اتخاذ قرار بشأنها والتي تحتاج دعم المدراء ومختلف النظم المحسوبة.

4.3 اليقظة الإستراتيجية وصنع القرار في المؤسسات

تسمح اليقظة بتزويد المؤسسة بالمعلومات الضرورية لاتخاذ القرارات الإستراتيجية، فهي تجعلها في حالة يقظة مستمرة لمحيطها المتغير وغير مؤكد، حيث تمكنها من رصد معظم المعلومات التي تساعد على تفعيل وتصويب القرارات الإستراتيجية خاصة، ولأنها تستهدف اشارات الإنذار المبكر يجعلها تتخذ قراراتها بروية ووضع كافة الخيارات المناسبة، بسبب هامش المناورة الذي ينتج عن استشعار علامات الإنذار المبكرة، فضلا عن توفير المعلومات الحديثة في الوقت المناسب فهذا يسهل عملية اتخاذ القرارات. وبالتالي فهي عملية إعلامية لتوضيح صنع القرار، فالمتيقظ قادرا على تسهيل عمل صانعي القرار من خلال توجيه المعلومات مباشرة لتمكين المسيرين التنفيذيين بوضع عدد من العناصر التي يمكن أن تثري قراراتهم الإستراتيجية، فاليقظة أداة تهدف نتائجها إلى اتخاذ قرارات حول مستقبل المؤسسة (شادي، 2017، صفحة 444).

وبين Simon أن العملية تتم في ثلاثة مراحل هي التحري، التصميم والاختيار، وأضاف آخرون مرحلة التنفيذ على أساس أن اتخاذ القرارات إنما هو في النهاية عملية متعلقة بحل المشكلات، ففي مرحلة التحري تبدأ عملية اتخاذ القرارات عندما يدرك متخذها أن هناك حاجة لاتخاذ قرار معين أي وجود مشكلة تحتاج حل أو فرصة يجب اغتنامها، وتحتاج هذه المرحلة مسح البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة، وهو ما توفره اليقظة من المعلومات، بالإضافة لما تقدمه من تقارير في تيسير عملية البحث عن المشكلات، وذلك بمقارنة الأداء الفعلي بالمخطط، وأثناء مرحلة التصميم تساعد اليقظة في التعرف على بدائل الحلول

وتقييمها، كما يمكن أن تساعد في إظهار بدائل الحل بالنسبة للمشكلات المعقدة، وتسهم في إجراء عمليات التنبؤ بنواتج هذه البدائل، بينما في مرحلة الاختيار تقوم اليقظة بإجراء عمليات التقييم للبدائل وتحليل الحساسية وتقديم الإجابات السليمة ثم يمكن تحديد الحلول البديلة للمشكلة، ليتم في مرحلة التنفيذ وضع الحل الذي تم التوصل إليه (بن خديجة، 2018، الصفحات 231-233).

ومهمة توفير المعلومة في الوقت المناسب تتولها خلايا اليقظة بالاعتماد على أحدث تكنولوجيا المعلومات، واتفق الباحثين على أهمية معلومات اليقظة بالنسبة لمتخذي القرارات خاصة الإستراتيجية، يعد أكثر أهمية من إرساء آلية اليقظة في حد ذاتها، ويمكن توضيح الدور الإستراتيجي الذي تؤديه معلومات اليقظة (علوط و السيد، 2018، صفحة 206، 207):

- فاليقظة تعتمد بشكل أساسي على المعلومات الإستراتيجية، ويعمل متخذ القرار من خلال رصد الأحداث بشكل استباقي واستقراء السلوكيات المحتملة على الكشف عن الفرص والتهديدات الممكنة. كما تساعد المعلومات متخذ القرار على استيعاب ما يحدث في المحيط، وبالتالي إبراز الجانب الهجومي في كيفية اغتنام الفرص، والجانب الدفاعي من خلال الكشف عن التهديدات؛

- تسمح في استشراف المستقبل والاستعداد المسبق، فغالبا ما يلجأ متخذ القرار لأسلوب النمذجة، من أجل تبسيط الواقع ووضع الفروض الممكنة مستقبلا. فقرار دخول سوق جديد، أو طرح منتج جديد، أو الانسحاب من قطاع معين لا يتم إلا على أساس جملة من الفرضيات المصاغة بشكل مسبق؛

- تقوم بإدارة الغموض والتعامل مع التعقيد، فرؤية المستقبل بتوقعاته وتقديراته مسألة نسبيا تثير الشكوك، وعند ظهور هذه الأخيرة نكون أمام حالة عدم اليقين. وكلما تعمقت الرؤية، وامتد التوقع في عمق الزمن من أجل استشراف المستقبل البعيد، إلا وقد زادت المواقف غموضا وتعقيدا، وارتفع عندئذ مؤشر الخطر.

وكل ذلك له انعكاسات على متخذ القرارات. فاليقظة على رصد ومتابعة واعطاء اشارات تنبيهية عن أي خطر قادم أو فرصة مواتية. ومنه يمكن تحديد أهمية الدور الاستراتيجي من خلال الاشارات السابقة، مقارنة بما أنفق على عمليات الجمع، المعالجة، الحفظ والاسترجاع، وبقدار ما تساهم به في تخفيض نسبة عدم التأكد الذي قد يحيط بمتخذ القرار خاصة في المواقف المعقدة.

4. الجانب التطبيقي للدراسة

1.4 الأساليب الإحصائية المستخدمة: تم استخدام برنامج SPSS في التحليلات الإحصائية المختلفة لغرض اختبار الفرضيات حيث تم اختبار (K-S) للتأكد من أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، معامل الثبات Cronbach's Alpha للتعرف على الإتساق الداخلي للعبارات، الوسط الحسابي بوصفه مؤشرا لإجابات أفراد العينة، الانحراف المعياري لقياس درجة التشتت عن الوسط الحسابي، اختبار T ومعامل الارتباط لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة، تحليل One Way ANOVA واختبار الإنحدار الخطي المتعدد والبسيط لقياس تأثير أبعاد المتغير المستقل مجتمعة ومنفصلة على المتغير التابع.

2.4 وصف أداة الدراسة: بهدف تحديد درجة موافقة أو عدم موافقة مفردات عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الإستمارة التي تتكون من 32 عبارة، والمقاسة على مقياس **Likert** الخماسي، اعتمدنا التدرج التالي: (غير موافق تماما=1، غير موافق=2، محايد=3، موافق=4، موافق تماما=5) (UGBORO & OBENG, 2000, p. 253).

3.4 صدق وثبات أداة الدراسة: يقصد بالصدق التأكد من قدرة أداة الدراسة على قياس الغرض المعدة لأجله لضمان أنها تشتمل على مجموعة من الفقرات الممثلة لمتغيرات الدراسة، فكلما كانت الفقرات أكثر تمثيلا للدراسة كلما زاد صدق الأداة، أما ثباتها فهو أنها تحقق نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط.

1.3.4 الصدق البنائي: استخدمنا معامل ارتباط بيرسون لإيجاد العلاقة بين متغيرين أو أكثر، ويكون الارتباط كبير إذا كان مستوى المعنوية أقل من 0,05، ولحساب صدق الإستمارة تم حساب معاملات الارتباط بين الإستمارة ككل والمحاور التي تنتمي إليها، ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

الجدول 1: معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل الإستمارة والمحاور التي تنتمي لها

معامل ارتباط بيرسون	محاور الاستبيان
926,0 (**)	المحور الأول
919,0 (**)	المحور الثاني

(**) La corrélation est significative au niveau 01,0

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS.

معاملات الصديق البنائي الموضحة في الجدول دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0,01، وتراوحت معاملات الارتباط بين 926,0 في حدها الأعلى و 919,0 في حدها الأدنى، فصدق الإستمارة يعتبر مرتفع وبالتالي تحقق الأهداف التي وضعت من أجلها.

2.3.4 ثبات الإستمارة: استخدامنا معامل **Cronbach's Alpha** لقياس مستوى ثبات الأداة من ناحية الاتساق الداخلي للعبارات، وجاءت نتائجه كما يلي:

الجدول 2: معامل **Cronbach's Alpha** لقياس الثبات

محاور الإستمارة	عدد الفقرات	قيمة ألفا كرومباخ
الخور الأول	16	0,893
الخور الثاني	16	0,869
كامل الإستمارة	32	0,927

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS.

يوضح الجدول أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لكامل الإستمارة عالية حيث بلغت حوالي 93%، وبالتالي تتمتع أداة الدراسة بدرجة عالية من الثبات تبرر اعتمادها، إذ تجاوزت النسبة المقبولة إحصائياً 70%.

4.4 اختبار التوزيع الطبيعي: قبل الشروع في إجراء مختلف الإختبارات يجب التأكد من أن بيانات الدراسة موزعة توزيعاً طبيعياً، لهذا قمنا باستخدام اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات متغيرات الدراسة One-Sample Kolmogorov-Smirnov، لأن معظم الإختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً، وتفرض قاعدة القرار بقبول أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي إذا كانت قيمة Sig أكبر من 5%.

- الخور الأول: إهتمام مؤسسة موبيليس باليقظة الإستراتيجية

❖ الفرضية الصفرية: البيانات المتعلقة بالخور الأول لا تخضع للتوزيع الطبيعي.

❖ الفرضية البديلة: البيانات المتعلقة بالخور الأول تخضع للتوزيع الطبيعي.

- الخور الثاني: إهتمام مؤسسة موبيليس بعملية اتخاذ القرار

❖ الفرضية الصفرية: البيانات المتعلقة بالخور الثاني لا تخضع للتوزيع الطبيعي.

الفرضية البديلة: البيانات المتعلقة بالمحور الثاني تخضع للتوزيع الطبيعي.

الجدول 3: اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات متغيرات الدراسة (K.S)

المحاور	قيمة اختبار (K.S)	مستوى المعنوية
المحور الأول	0,796	0,550
المحور الثاني	0,711	0,694

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS.

يتضح أنه يمكننا من استخدام الاختبارات المعلمية فمستوى المعنوية Sig لكل من المحورين أكبر من

0,05، وبالتالي رفض الفرضية الصفريّة قبول الفرضية البديلة، وبالتالي تتبع بيانات المحورين التوزيع الطبيعي.

5.4 التحليل الإحصائي لآراء عينة من مؤسسة موبيليس حول محاور الدراسة

1.5.4 التحليل الإحصائي لآراء عينة من مؤسسة موبيليس لمحور اليقظة الإستراتيجية

الجدول 4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الأول

رقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	SIG	الإجابات	التجاهات
المحور الأول: اليقظة الاستراتيجية						
البعد الأول: اليقظة التكنولوجية						
1.	تعمل مؤسستكم على رصد التطورات التكنولوجية ذات الصلة بنشاطها.	4,14	0,857	0,000	عالية	
2.	توفر مؤسستكم قاعدة بيانات تسهل وصول الموظفين للمعلومات الضرورية.	4,04	0,807	0,000	عالية	
3.	توفر مؤسستكم إجراءات أمنية قوية لحماية المعلومات المخزنة.	3,76	0,938	0,000	عالية	
4.	تقوم مؤسستكم بتدريب الموظفين على استخدام التكنولوجيا الحديثة.	4,08	0,804	0,000	عالية	

البعد الثاني: اليقظة التنافسية				
عالية	0,000	0,805	3,62	5. توفر مؤسساتكم معلومات حول المنافسين الذين ينشطون في نفس القطاع.
عالية	0,000	0,858	3,72	6. تعمل مؤسساتكم على وضع استراتيجيات لدخول أسواق جديدة.
عالية	0,000	0,938	3,76	7. تشجع مؤسساتكم على ابتكار تطوير منتجات جديدة للتفوق على المنافسين.
عالية	0,000	0,727	3,96	8. تسعى مؤسساتكم لاتباع سياسة سعرية أقل من المنافسين.
البعد الثالث: اليقظة التجارية				
عالية	0,000	0,904	3,80	9. تعمل مؤسساتكم على التعرف على حاجات الزبائن.
عالية	0,002	0,928	3,42	10. تقوم مؤسساتكم بتقديم حلول للمشاكل التي تواجه الزبائن لتحقيق الرضا.
عالية	0,000	0,782	3,80	11. تسعى مؤسساتكم للتعاون مع موردين تتوفر لديهم منتجات تتميز بالجودة.
عالية	0,312	0,969	3,14	12. تحتم مؤسساتكم بالحصول على المنتجات المستخدمة في العملية الإنتاجية بسعر أقل من المنافسين.
البعد الرابع: اليقظة البيئية				
عالية	0,003	1,013	3,44	13. ترصد مؤسساتكم المعلومات عن التطورات القوانين في البلد التي تنشط فيها.
عالية	0,000	,8570	3,60	14. تسعى مؤسساتكم للتعرف على القدرة الشرائية للزبائن.
عالية	0,000	,9320	3,78	15. تعمل مؤسساتكم على التعرف عادات الزبائن الذين تستهدفهم.

16.	تتم مؤسساتكم بعدم تلويث البيئة جراء مخلفاتها.	3,72	,8340	0,000	دلالة
-----	---	------	-------	-------	-------

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج SPSS.

يتبين أن إجابات أفراد العينة كانت جميعها عالية، تراوحت بين أعلى قيمة لبعد اليقظة التكنولوجية قدرت بـ 4,14، والفقرة 01، وبانحراف معياري بلغ 0,857 وهو يفسر عدم وجود تشتت بين إجابات المستجوبين، وقيمة احتمالية Sig=0,000 وهو ما يعتبر هذا المتوسط دال إحصائياً عند مستوى دلالة يساوي 0,05، فمتوسط الفقرة قد زاد عن درجة الحياد 3، مما يعني أن درجة الموافقة مرتفعة من أفراد العينة على أن مؤسسة موبيليس تهتم برصد التطورات التكنولوجية ذات الصلة بنشاطها.

وأعلى قيمة لبعد اليقظة التنافسية كانت 3,96، والفقرة 08، وبانحراف معياري بلغ 0,727 وهو يفسر عدم وجود تشتت بين إجابات المستجوبين، وقيمة احتمالية Sig=0,000 وبذلك يعتبر المتوسط دال إحصائياً عند مستوى دلالة يساوي 0,05 زاد عن درجة الحياد 3، مما يعني أن درجة الموافقة مرتفعة من أفراد العينة على أن مؤسسة موبيليس تسعى لاتباع سياسة سريعة أقل من المنافسين.

كذلك أعلى قيمة لبعد اليقظة التجارية قدرت بـ 3,80، والفقرتين 09 و 11، وبانحراف معياري بلغ على التوالي 0,904 و 0,782 وهو يفسر عدم وجود تشتت بين إجابات المستجوبين بالنسبة للفقرتين، وقيمة احتمالية Sig=0,000 وبذلك يعتبر المتوسط دال إحصائياً عند مستوى دلالة يساوي 0,05 زاد عن درجة الحياد 3، مما يعني أن درجة الموافقة مرتفعة من أفراد العينة على أن مؤسسة موبيليس تسعى للتعرف على حاجات الزبائن، وللتعاون مع موردين تتوفر لديهم منتجات ذات الجودة.

بينما أعلى قيمة لبعد اليقظة البيئية كانت 3,78، والفقرة 15، وبانحراف معياري بلغ 932,0 وهو يفسر عدم وجود تشتت بين إجابات المستجوبين، وقيمة احتمالية Sig=0,000 وبذلك يعتبر المتوسط دال إحصائياً عند مستوى دلالة يساوي 0,05 زاد عن درجة الحياد 3، مما يعني أن درجة الموافقة مرتفعة من أفراد العينة على أن مؤسسة موبيليس تهتم بعادات الزبائن الذين تستهدفهم.

2.5.4 التحليل الإحصائي لآراء عينة من مؤسسة موبيليس لمخبر عملية اتخاذ القرار

الجدول 5: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثاني

الرقم	الفقرات	الحسابي	الوسط	المعياري	الإخوف	SIG	الإجابة	تجاهات
المحور الثاني: اتخاذ القرار								
17.	توضح مؤسستكم للموظفين المهام المطلوبة منهم.	3,80	0,969	0,000	عالية			
18.	تعقد مؤسستكم اجتماعات مع الموظفين عند الحاجة لاتخاذ القرار حول مشكلة معينة.	3,82	0,800	0,000	عالية			
19.	تقوم مؤسستكم بتوضيح جميع الجوانب المتعلقة بالمشكلة المراد اتخاذ قرار بشأنها.	3,60	0,904	0,000	عالية			
20.	تخصص مؤسستكم فريق لجمع المعلومات حول المشكلة المطروحة.	3,78	0,840	0,000	عالية			
21.	تعزز مؤسستكم الثقة لدى الموظفين للمشاركة في اتخاذ القرارات المتعلقة بأنشطتها.	4,02	0,845	0,000	عالية			
22.	تشجع مؤسستكم العمل الجماعي لاختيار البديل المناسب لحل المشكلة التي تواجهها.	3,74	0,828	0,000	عالية			
23.	تمتلك مؤسستكم قاعدة بيانات حول نشاطاتها.	3,62	0,855	0,000	عالية			
24.	تسهل مؤسستكم وصول الموظفين للمعلومات الضرورية لاتخاذ القرارات.	3,56	0,812	0,000	عالية			
25.	تستخدم مؤسستكم الخبرات السابقة لاتخاذ القرارات حول المشاكل المتشابهة.	3,26	0,986	0,068	عالية			
26.	تسعى مؤسستكم لتقليص مدة معالجة المعلومات المتعلقة بالمشكلة المراد اتخاذ قرارات حولها.	3,60	0,833	0,000	عالية			
27.	تستخدم مؤسستكم التكنولوجيا الحديثة لمعالجة المعلومات.	3,30	1,055	0,050	متوسطة			

28.	تفوض مؤسساتكم السلطة للموظفين لاتخاذ القرارات حول المهام الروتينية.	3,76	0,822	0,000	عالية
29.	تسخر مؤسساتكم الموارد اللازمة لتنفيذ القرار.	3,50	0,909	0,000	عالية
30.	تقوم مؤسساتكم بتقييم عملية تنفيذ القرار المتخذ.	3,84	0,889	0,000	عالية
31.	تعمل مؤسساتكم على تصحيح الانحرافات التي تسببت في عدم التنفيذ الجيد للقرار.	2,84	1,095	0,006	متوسطة
32.	تقدم مؤسساتكم حوافز على القرارات الجيدة التي تم اتخاذها من قبل الموظفين.	3,08	1,047	0,051	متوسطة

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج SPSS.

الجدول السابق يوضح أن إجابات أفراد العينة على فقرات محور اتخاذ القرارات كانت متقاربة وبمتوسطات حسابية أغلبها عالية، تراوحت بين أعلى قيمة كانت عالية 4,02 للفقرة 21، وبانحراف معياري بلغ 0,845 وهو يفسر عدم وجود تشتت بين إجابات المستجوبين وقيمة احتمالية $Sig=0,000$ ، وبذلك يعتبر هذا المتوسط دال إحصائياً عند مستوى دلالة يساوي 0,05، وأن متوسط درجة الإجابة للفقرة قد زاد عن درجة الحياد 3، مما يعني أن درجة الموافقة مرتفعة من أفراد العينة على أن مؤسسة موبيليس تعزز الثقة لدى الموظفين للمشاركة في اتخاذ القرارات المتعلقة بأنشطتها.

وبين أدنى قيمة كانت متوسطة للفقرة 31 بقيمة بلغت 2,84، وبانحراف معياري 1,095 وهو يفسر وجود تشتت بين إجابات المستجوبين وقيمة احتمالية $Sig=0,006$ ، وبذلك يعتبر هذا المتوسط دال إحصائياً عند مستوى دلالة يساوي 0,05، ويدل أن متوسط درجة الإجابة للفقرة أقل من درجة الحياد 3، مما يعني أن درجة الموافقة منخفضة من أفراد العينة على أن مؤسسة موبيليس تعمل مؤسساتكم على تصحيح الانحرافات التي تسببت في عدم التنفيذ الجيد للقرار.

6.4 اختبار فرضيات الدراسة

1.6.4 اختبار الفرضية الأولى

– الفرضية العدمية H_0 : لا تهتم مؤسسة موبيليس باليقظة الإستراتيجية؛

- الفرضية البديلة H_1 : تهم مؤسسة موبيليس باليقظة الإستراتيجية.

الجدول 6: اختبار الفرضية الأولى

المتوسط المرجح=3								
المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	ddI	SIG	الفرق بين المتوسطين	مستوى الثقة 95%	
							القيمة الدنيا	القيمة القصوى
المحور 1	3,75	0,547	9,677	49	0,000	0,749	0,59	0,90

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS.

تبين المخرجات أن الوسط الحسابي لعبارات المحور اليقظة الإستراتيجية قد بلغ 3,75 وبانحراف قدره 0,547، وحيث أن قيمة T_{cal} قد بلغت 9,677، وهي أكبر من T_{tab} ، هذا ما يدفعنا إلى رفض الفرضية الصفريّة وقبول الفرضية البديلة، وما يؤكد هذه النتيجة أن مستوى الدلالة المحسوب 0,000 كان أقل من 0,05 أي أقل من المستوى المعتمد، ومنه فإن مؤسسة موبيليس تهم باليقظة الإستراتيجية.

2.6.4 اختبار الفرضية الثانية

- الفرضية العدمية H_0 : لا تهم مؤسسة موبيليس بعملية اتخاذ القرار؛

- الفرضية البديلة H_1 : تهم مؤسسة موبيليس بعملية اتخاذ القرار.

الجدول 7: اختبار الفرضية الثانية

المتوسط المرجح=3								
المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	ddI	SIG	الفرق بين المتوسطين	مستوى الثقة 95%	
							القيمة الدنيا	القيمة القصوى
المحور 2	3,56	0,525	7,509	49	0,000	0,558	0,41	0,71

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS.

يوضح الجدول أن الوسط الحسابي لعبارات المحور اتخاذ القرار قد بلغ 3,56 وبإنحراف قدره 0,525، وقيمة T_{cal} قد بلغت 7,509، وهي أكبر من T_{tab} ، يدفعا إلى رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، وما يؤكد هذه النتيجة أن مستوى الدلالة المحسوب 0,000 كان أقل من 0,05 أي أقل من المستوى المعتمد، ومنه فإن مؤسسة موبيليس تهتم بعملية اتخاذ القرار.

3.6.4 اختبار الفرضية الثالثة

1.3.6.4. الفرضية الرئيسية:

- الفرضية العدمية H_0 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين إهتمام مؤسسة موبيليس باليقظة الإستراتيجية وبين عملية اتخاذ القرار؛
- الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين إهتمام مؤسسة موبيليس باليقظة الإستراتيجية وبين عملية اتخاذ القرار.

الجدول 8: نتائج اختبار الإنحدار الخطي المتعدد

المتغير	معاملات غير موحدة		معاملات موحدة	قيمة t	مستوى المعنوية
	β	الخطأ المعياري	بيتا Beta		
الثابت	0,947	0,369		1,863	0,014
البعد الأول	0,290	0,093	0,383	-0,707	0,003
البعد الثاني	-0,103	0,117	-0,129	3,257	0,385
البعد الثالث	0,308	0,126	0,353	0,351	0,018
البعد الرابع	0,203	0,111	0,268	0,374	0,074

Dependent Variable: Decision-Making, R= 0,743, R Square= 0,553, F=13,895, α = 0,05.

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS.

ومن خلال ما سبق يمكننا كتابة معادلة الإنحدار الخطي المتعدد كما يلي:

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + \varepsilon_i$$

عملية اتخاذ القرار = 0,947 + 0,290 اليقظة التكنولوجية - 0,103 اليقظة التنافسية

+ 0,308 اليقظة التجارية + 0,203 اليقظة البيئية

يظهر من الجدول أن معامل التحديد R^2 قد بلغ 0,553، والذي يشير إلى تفسير المتغير المستقل المتمثل في اليقظة الإستراتيجية بأبعادها الأربعة للمتغير التابع المتمثل في عملية اتخاذ القرار بنسبة حوالي 55%، وأن عوامل أخرى لها تأثير بنسبة حوالي 45% في المتغير التابع، كما تشير قيمة F_{cal} المحسوبة التي بلغت 13,895 بمستوى ثقة 95% إلى ملائمة خط الإنحدار للعلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع وهي أكبر من F_{tab} لذلك سوف نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة. وتشير قيمة معامل الارتباط R التي بلغت 0,743 إلى وجود علاقة موجبة قوية بين المتغيرين. وبلغ مستوى المعنوية للمتغيرين المستقلين والمتمثلين في البعد الثاني والرابع على التوالي 0,385 و 0,074 وهي قيم مرفوضة تحقق فرضية العدم لأنها أكبر من مستوى الدلالة 0,05 مما يعني عدم وجود أثر ذو دلالة لكل من بعد اليقظة التنافسية والبيئية، بينما بلغت معنوية البعد الأول والثالث على التوالي 0,003 و 0,018 وهي قيم مقبولة تحقق الفرضية البديلة، وبالتالي توجد علاقة إحصائية عند مستوى دلالة 5% بين اليقظة التكنولوجية والتجارية وعملية اتخاذ القرار، وبالتالي تصبح المعادلة:

$$\text{عملية اتخاذ القرار} = 0,976 - 0,304 \text{ اليقظة التكنولوجية} + 0,385 \text{ اليقظة التجارية}$$

2.3.6.4. الفرضيات الفرعية:

-الفرضية الفرعية الأولى:

الفرضية العدمية H_0 : لا توجد علاقة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين إهتمام مؤسسة موبيليس باليقظة التكنولوجية وبين عملية اتخاذ القرار؛

الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين إهتمام مؤسسة موبيليس باليقظة التكنولوجية وبين عملية اتخاذ القرار.

الجدول 9: نتائج اختبار الإنحدار الخطي البسيط

المتغير	معاملات غير موحدة		معاملات موحدة		مستوى المعنوية
	β	الخطأ المعياري	بيتا Beta	قيمة t	
الثابت	1,173	0,369		2,145	0,037
البعد الأول	0,796	0,152	0,603	5,233	0,000

Dependent Variable: Decision-Making, R= 0,603, R Square= 0,363, F=27,380, α = 0,05.

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS.

ومن خلال ما سبق يمكننا كتابة معادلة الإنحدار الخطي البسيط كما يلي:

$$Y = B_0 + B_1X + \varepsilon_i$$

عملية اتخاذ القرار = $0,796 + 1,173$ اليقظة التكنولوجية

يظهر من الجدول أن معامل التحديد R^2 قد بلغ 0,363، والذي يشير إلى تفسير المتغير المستقل المتمثل في اليقظة التكنولوجية للمتغير التابع المتمثل في عملية اتخاذ القرار بنسبة حوالي 36%، وأن عوامل أخرى لها تأثير بنسبة حوالي 64% في المتغير التابع، كما تشير قيمة F المحسوبة F_{cal} التي بلغت 27,380 بمستوى ثقة 95% إلى ملائمة خط الإنحدار للعلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع وهي أكبر من F_{tab} لذلك سوف نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة. وتشير قيمة معامل الارتباط R التي بلغت 0,603 إلى وجود علاقة موجبة متوسطة بين المتغيرين. وبلغ مستوى المعنوية للمتغير المستقل والمتمثل في بعد اليقظة التكنولوجية 0,000 وهي قيمة مقبولة تحقق الفرضية البديلة، وبالتالي توجد علاقة إحصائية عند مستوى دلالة 5% بين اليقظة التكنولوجية وعملية اتخاذ القرار.

-الفرضية الفرعية الثانية:

الفرضية العدمية H_0 : لا توجد علاقة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين إهتمام مؤسسة

موبيليس باليقظة التنافسية وبين عملية اتخاذ القرار؛

الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين إهتمام مؤسسة

موبيليس باليقظة التنافسية وبين عملية اتخاذ القرار.

الجدول 10: نتائج اختبار الإنحدار الخطي البسيط

المتغير	معاملات غير موحدة		معاملات موحدة	قيمة t	مستوى المعنوية
	β	الخطأ المعياري	بيتا Beta		
الثابت	1,608	0,573		2,806	0,007
البعد الثاني	0,606	0,159	0,482	3,806	0,000

Dependent Variable: Decision-Making, R= 0,482, R Square= 0,232, F=14,488, α = 0,05.

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS.

ومن خلال ما سبق يمكننا كتابة معادلة الإنحدار الخطي البسيط كما يلي:

$$Y = B_0 + B_1X + \varepsilon_i$$

عملية اتخاذ القرار = 0,606 + 1,608 اليقظة التنافسية

يظهر من الجدول أن معامل التحديد R^2 قد بلغ 0,232، والذي يشير إلى تفسير المتغير المستقل المتمثل في اليقظة التنافسية للمتغير التابع المتمثل في عملية اتخاذ القرار بنسبة حوالي 23%، وأن عوامل أخرى لها تأثير بنسبة حوالي 77% في المتغير التابع، كما تشير قيمة F المحسوبة F_{cal} التي بلغت 14,488 بمستوى ثقة 95% إلى ملائمة خط الإنحدار للعلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع وهي أكبر من F_{tab} لذلك سوف نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة. وتشير قيمة معامل الارتباط R التي بلغت 0,482 إلى وجود علاقة موجبة ضعيفة بين المتغيرين. وبلغ مستوى المعنوية للمتغير المستقل والمتمثل في بعد اليقظة التنافسية 0,000 وهي قيمة مقبولة تحقق الفرضية البديلة، وبالتالي توجد علاقة إحصائية عند مستوى دلالة 5% بين اليقظة التنافسية وعملية اتخاذ القرار.

-الفرضية الفرعية الثالثة:

الفرضية العدمية H_0 : لا توجد علاقة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين إهتمام مؤسسة

موبيليس باليقظة التجارية وبين عملية اتخاذ القرار؛

الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين إهتمام مؤسسة

موبيليس باليقظة التجارية وبين عملية اتخاذ القرار.

الجدول 11: نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط

المتغير	معاملات غير موحدة		معاملات موحدة		مستوى المعنوية
	β	الخطأ المعياري	بيتا Beta	قيمة t	
الثابت	0,990	0,369		2,128	0,039
البعد الثالث	0,717	0,129	0,625	5,540	0,000

Dependent Variable: Decision-Making, R= 0,625, R Square= 0,390, F=30,690, α = 0,05.

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS.

ومن خلال ما سبق يمكننا كتابة معادلة الانحدار الخطي البسيط كما يلي:

$$Y = B_0 + B_1X + \varepsilon_i$$

عملية اتخاذ القرار = 0,717 + 0,990 = القيمة التجارية

يظهر من الجدول أن معامل التحديد R^2 قد بلغ 0,390، والذي يشير إلى تفسير المتغير المستقل المتمثل في القيمة التجارية للمتغير التابع المتمثل في عملية اتخاذ القرار بنسبة حوالي 39%، وأن عوامل أخرى لها تأثير بنسبة حوالي 61% في المتغير التابع، كما تشير قيمة F المحسوبة F_{cal} التي بلغت 30,690 بمستوى ثقة 95% إلى ملائمة خط الانحدار للعلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع وهي أكبر من F_{tab} لذلك سوف نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة. وتشير قيمة معامل الارتباط R التي بلغت 0,625 إلى وجود علاقة موجبة متوسطة بين المتغيرين. وبلغ مستوى المعنوية للمتغير المستقل المتمثل في بعد القيمة التجارية 0,000 وهي قيمة مقبولة تحقق الفرضية البديلة، وبالتالي توجد علاقة إحصائية عند مستوى دلالة 5% بين القيمة التجارية وعملية اتخاذ القرار.

-الفرضية الفرعية الرابعة:

الفرضية العدمية H_0 : لا توجد علاقة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين إهتمام مؤسسة

موبيليس بالقيمة البيئية وبين عملية اتخاذ القرار؛

الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين إهتمام مؤسسة

موبيليس بالقيمة البيئية وبين عملية اتخاذ القرار.

الجدول 12: نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط

المتغير	معاملات غير موحدة		معاملات موحدة		مستوى المنعوية
	β	الخطأ المعياري	بيتا Beta	قيمة t	
الثابت	0,813	0,545		1,490	0,034
البعد الرابع	0,807	0,152	0,609	5,322	0,003

Dependent Variable: Decision-Making, R= 0,609, R Square= 0,371, F=28,327, α = 0,05.

المصدر: من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج SPSS.

ومن خلال ما سبق يمكننا كتابة معادلة الانحدار الخطي البسيط كما يلي:

$$Y = B_0 + B_1X + \varepsilon_i$$

عملية اتخاذ القرار = 0,813 + 0,807 اليقظة البيئية

يظهر من الجدول أن معامل التحديد R^2 قد بلغ 0,371، والذي يشير إلى تفسير المتغير المستقل المتمثل في اليقظة البيئية للمتغير التابع المتمثل في عملية اتخاذ القرار بنسبة حوالي 37%، وأن عوامل أخرى لها تأثير بنسبة حوالي 63% في المتغير التابع، كما تشير قيمة F المحسوبة F_{cal} التي بلغت 28,327 بمستوى ثقة 95% إلى ملائمة خط الانحدار للعلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع وهي أكبر من F_{tab} لذلك سوف نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة. وتشير قيمة معامل الارتباط R التي بلغت 0,603 إلى وجود علاقة موجبة متوسطة بين المتغيرين. وبلغ مستوى المنعوية للمتغير المستقل المتمثل في بعد اليقظة البيئية 0,000 وهي قيمة مقبولة تحقق الفرضية البديلة، وبالتالي توجد علاقة إحصائية عند مستوى دلالة 5% بين اليقظة البيئية وعملية اتخاذ القرار.

5. الخاتمة

لليقظة الإستراتيجية أهمية في رصد المتغيرات والقوى للبيئة الداخلية والخارجية بهدف تقليل عدم اليقين عند اتخاذ القرارات، وأوضحت النتائج إلى رفض الفرضيات الصفرية وقبول الفرضيات البديلة، وبالتالي تهم وكالات مؤسسة موبيليس بقالة بأبعاد اليقظة الإستراتيجية كما تعتبر اتخاذ القرارات عملية إستراتيجية. وبين اختبار الانحدار الخطي المتعدد وجود علاقة موجبة قوية بين متغيري الدراسة، وأن هناك

علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعدي اليقظة التكنولوجية والتجارية وعملية اتخاذ القرارات، وعدم وجود أثر ذو دلالة لكل من بعدي اليقظة التنافسية والبيئية وعملية اتخاذ القرارات. ومن جهة أخرى أوضح اختبار الانحدار الخطي البسيط وجود علاقة موجبة متوسطة بين أبعاد اليقظة التكنولوجية، التجارية والبيئية وعملية اتخاذ القرار، بينما توجد علاقة موجبة ضعيفة بين بعد اليقظة التنافسية والبيئية وعملية اتخاذ القرار.

وبالتالي على مؤسسة موبيليس الإهتمام بمتبع وجمع المعلومات المتعلقة بالمنافسين نظرا لأن المؤسسة تنشط في بيئة متغيرة ولأن رغبات الزبائن تتطور بسرعة، والعمل على تقديم خدمات مبتكرة مقارنة بالمنافسين بهدف زيادة الحصة السوقية من خلال ارضاء توقعات الزبائن، كما يتوقع من المؤسسة مواكبة مختلف التظاهرات الاجتماعية للزبائن التي تسمح بانشاء علاقة عاطفية بين المؤسسة والزبائن، بالإضافة إلى مراعات الظروف الاقتصادية والقدرة الشرائية للزبائن التي تؤثر على ولائهم للمؤسسة، وهذا من أجل دعم تنافسيتها في سوق الهاتف النقال، ولأن التكنولوجيا تعتبر أساس نشاط المؤسسة فأهمية تدريب موظفيها يعتبر أساسيا لتحسين الخدمات المقدمة كما يسمح للموظفين بالسرعة في معالجة الشكاوي التي تواجه الزبائن.

ولأن موضوع اليقظة الإستراتيجية يعتبر أساسيا في عصر يتميز بضخامة المعلومات من جهة وتأثير اتخاذ القرار في الوقت المناسب من خلال تقليص فترة معالجة المعلومة الضخمة بهدف الاستفادة من الفرص المتاحة والقدرة على مواجهة التهديدات والمخاطر.

6. قائمة المراجع

- BOULIFA TAMBOURA, I, BEN AMMAR MAMLOUK, Z. (2009), Identification et Validation des Facteurs Critiques de Succès pour la Mise en Place d'un Dispositif de Veille Stratégique, La Revue des Sciences de Gestion, 237-238.
- UGBORO, I. O, OBENG, K, (2000), Top Management Leadership, Employee Empowerment, Job Satisfaction, And Customer Satisfaction In TQM Organizations: An Empirical Study, Journal Of Quality Management, (05).
- BELEN, V, KOSMA-LACROZE, C, (2012), Etude et Veille Commerciale, 3^{ème} Trimestre, Le Génie des Glaciers, France.
- CHAFFEY, D, WOOD, S. (2005), Business Information Management: Improving Performance Using Information Systems, Pearson Education Limited, 1st Published ed, London, England.

- COUTENCEAU, C, al, (2010), Guide Pratique de l'Intelligence Economique, Éditions d'Organisation, Paris, France.
- DUMAS, L, (2005), Elaboration d'un Prototype de Veille Marketing en Hôtellerie. Trois-Rivières, Département des Sciences de la Gestion, Université du Québec, Canada.
- GRAČANIN, Š, KALAC, E, JOVANOVIĆ, D, (2015), Competitive Intelligence: Importance and Application in Practice, Review of Innovation and Competitiveness, 01(01).
- GUERRAOUI, D, RICHEL, X, (2005), Intelligence Économique et Veille Stratégique: Défis et Stratégies pour les Économies Emergentes, L'Harmattan, 1ère Edition, Paris, France.
- HERMEL, L, (2007), Maîtriser et Pratiquer...Veille Stratégique et Intelligence Economique, Editions Afnor, 2eme édition, France.
- JANISSEK-MUNIZ, R, LESCA, H, (2003), Veille Stratégique: Application d'Internet et Sites Web pour 'Provoquer' des Informations à Caractère Anticipati. 8^{ème} Colloque AIM. France.
- KHAN, R. A, QUADRI, S, (2012, January), Business Intelligence: An Integrated Approach, Business Intelligence Journal, 05(01).
- LESCA, H, LESCA, N, (2011), les Signaux Faibles et la Veille Anticipative pour les Décideurs: Méthodes et Applications, Lavoisier, Paris, France.
- LESCA, H, RAYMOND, L, (1993), Expérimentation d'un Système-Expert pour l'Evaluation de la Veille Stratégique dans les PME, Revue Internationale P.M.E, 06(01).
- LOPES DA SILVA, A, (2002), L'Information et l'Entreprise: des Savoirs à partager et à capitaliser, Méthodes, Outils et Applications à la Veille, Sciences de Gestion: Université de Droit, d'Economie et des Sciences d'Aix-Marseille.
- SEGUR, L, (2011). Marketing Stratégique, Le Génie Des Glaciers, 4^{ème} Trimestre, France.
- خلف، أحمد محمود محمد، (2015)، دور نظم المعلومات الإدارية في دعم اتخاذ القرارات الإدارية في المنشآت التجارية، مكتبة القانون والإقتصاد، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- طعمة، أمل أحمد، (2010)، اتخاذ القرار والسلوك القيادي: برنامج تدريبي، دار ديونو للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، الأردن.
- معتوق، حسن علي، (2016)، برامج التنمية الادارية وأثرها على فاعلية اتخاذ القرارات، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى. عمان، الأردن.
- خالد ليتيم، عيسى نجيمي، (2018)، اليقظة الإستراتيجية نظام معلوماتي فعال لإدارة الأزمات -دراسة نظرية تحليلية-، مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية، (09).
- خولة شادي، (جوان، 2017)، المعلومات وصنع القرار عبر اليقظة الإستراتيجية: نحو نظام فعال لسيروية المعلومات، مجلة العلوم الإجتماعية والإنسانية، (12).

- محمد، طارق شريف يونس، (2012)، أنماط التفكير الإستراتيجي وأثرها في اختيار مدخل اتخاذ القرار، دار الكتاب الثقافي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، إريد، الأردن.
- عيسى نبوية، نصيرة أويحي، (ديسمبر، 2020)، اليقظة الإستراتيجية كآلية لدعم القدرة التنافسية للمؤسسات الصناعية الجزائرية -دراسة حالة المؤسسة الصناعية الجزائرية للاتصالات Sitel بتلمسان-، مجلة التنمية الاقتصادية، 04(02).
- فتيحة علوط، معين أمين السيد، (2018)، اليقظة الإستراتيجية كوسيلة فعالة في عملية اتخاذ القرارات بالمنظمة، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، (07).
- بن خديجة، منصف، (2018)، اليقظة الإستراتيجية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- هارون ضربان، نادية همو، (ديسمبر، 2019)، اليقظة الإستراتيجية ومدى إسهامها في تعزيز القدرات التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية -دراسة حالة مؤسسة Condor-، مجلة الباحث الاقتصادي، 07(12).
- أبو عريش، وسيم، (2016)، الذكاء الإقتصادي واليقظة الإستراتيجية، دار خالد اللحاني للنشر والتوزيع، مكة المكرمة، المملكة العربية السعودية.
- رايس، وفاء، (2016)، نظام التسيير بالأهداف في المؤسسات العامة بين النظرية والتطبيق، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

The Role of Strategic Vigilance on the Decision-Making Process - Mobilis Corporation in Guelma as Model-

Sarra AMROUN ^{1*}

¹ Chadli Bendjedid University-El Tarf (Algeria), amroun-sarra@univ-eltarf.dz 

Received: 31-10-2024

Accepted: 08-12-2024

Abstract

This study aims to highlight the correlation between the dimensions of strategic vigilance and the decision-making process within the Mobilis organization, which is active in a constantly changing environment that requires gathering information to make appropriate decisions due to the factors it faces that it can control or others that are difficult to control.

The applied study was applied to a random sample through the questionnaire to collect data, and we used the SPSS program to analyze the answers of the sample members, where 50 forms were processed for statistical analysis, and we found through this study that the organization is interested in the dimensions of strategic vigilance and the decision-making process, and that there is a statistically significant relationship between the dimensions of technological vigilance and commercial vigilance and the decision-making process.

Keywords:

Strategic Vigilance;
Dimensions of Strategic Vigilance;
Make A Decision.

JEL Classification Codes: L96, L21, M15.

* Auteur correspondant