

مدى توافر أبعاد الذكاء الاستراتيجي في الشركة العامة للصناعات الكهربائية والإلكترونية
دراسة استطلاعية(*)

أ.د. عادل ذاهر النعمة

جامعة الموصل
كلية الإدارة والاقتصاد

Adaelalniman@yahoo.com

الباحث: عبدالهادي احمد حمود

جامعة الموصل
كلية الإدارة والاقتصاد

Alhadeabd254@gmail.com

ISSN 2709-6475 DOI: <https://dx.doi.org/10.37940/BEJAR.2023.5.5.10>

تأريخ النشر ٢٠٢٣/١١/٣٠

تأريخ قبول النشر ٢٠٢٣/٤/١٠

تأريخ استلام البحث ٢٠٢٣/٣/٢٩

المستخلص

يهدف البحث الحالي تحديد إمكانية توظيف أبعاد الذكاء الاستراتيجي في الشركة العامة للصناعات الكهربائية والإلكترونية ومن خلال جانبين، الأول تضمن عرضاً لما أوردته الأدبيات حول موضوعه، أما الثاني فتجسد بدراسة استطلاعية لأراء عينة من العاملين في الشركة ميدان البحث حول مديات إمكانية توظيف تلك الأبعاد، وحددت مشكلة البحث بعدة تساؤلات تخص أبعاد الذكاء الاستراتيجي وكالاتي:

١. هل هناك تصور واضح لدى القيادات الإدارية في الشركة المبحوثة إزاء أبعاد الذكاء الاستراتيجي؟

٢. ما هو مستوى توافر أبعاد الذكاء الاستراتيجي في الشركة المبحوثة؟

وقد عمل الباحثان على محاولة الإجابة على هذه التساؤلات من خلال تبني المنهجين الوصفي والتحليلي مع اعتماد أدوات عديدة في جمع البيانات والمعلومات، فضلاً عن الاستبانة، واختير المدراء والمشرفين الشركة المبحوثة بوصفهم عينة قصدية فيها، إذ بلغ عددهم (60) فرداً وتم توزيع الاستبانة عليهم استرجع منها (45) استبانة صالحة للتحليل، وبعد تحليل البيانات باعتماد بعض الوسائل الإحصائية، توصل البحث إلى مجموعة من النتائج لعل من أهمها أن المعدل العام لإدراك الأفراد المبحوثين إزاء أبعاد الذكاء الاستراتيجي التي اعتمدها البحث كان جيداً في الشركة المبحوثة وفي ذلك إشارة إلى أن هذه القيادات استطاعت أن توظف قدرتها بالذكاء الاستراتيجي بأبعاده (الاستشراف، التفكير بمنطق النظام، الرؤية المستقبلية، الشراكة، تحفيز العاملين) باتجاه بناء رؤية استراتيجية سليمة لما سيكون عليه مستقبل الشركة المبحوثة، واعتماداً على تلك النتائج تم تقديم مجموعة من المقترحات المنسجمة معها أهمها ضرورة عمل إدارة الشركة المبحوثة على تعزيز استثمار أبعاد الذكاء الاستراتيجي المتوفرة لدى قياداتها. والعمل على تطبيقها بهدف تحسين أدائها ويمكنها قدرأ من الأسبقية في مجال التنافس.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاستراتيجي، أبعاد الذكاء الاستراتيجي.



مجلة اقتصاديات الأعمال

المجلد (٥) العدد (٥) ٢٠٢٣

الصفحات: ١٨١-١٩٨

(*) البحث مستل من رسالة ماجستير للباحث الأول.

The availability of the dimensions of strategic intelligence in the General Company for Electrical and Electronic Industries Exploratory study^(*)

Researcher: Abdul Hadi Ahmed Hammoud

Mosul University

College of Administration & Economics

Alhadeabd254@gmail.com

Prof.Dr. Adel Thakir Al-Nemah

Mosul University

College of Administration & Economics

Adaelalniman@yahoo.com

Abstract

The current research aims to determine the possibility of employing the dimensions of strategic intelligence in the General Company for Electrical and Electronic Industries, and through two aspects, the first included a presentation of what was mentioned in the literature on its subject, while the second was embodied in an exploratory study of the opinions of a sample of employees in the company in the field of research about the extents of the possibility of employing these dimensions, and the research problem was identified. With several questions related to the dimensions of strategic intelligence, my agencies:

1. Is there a clear perception among the administrative leaders of the researched company about the dimensions of strategic intelligence?
2. What is the level of availability of strategic intelligence dimensions in the researched company?

The researchers worked on trying to answer these questions by adopting the descriptive and analytical approaches with the adoption of numerical tools in collecting data and information, as well as the questionnaire. (45) A valid questionnaire for analysis, and after analyzing the data by adopting some statistical methods, the research reached a set of results, perhaps the most important of which is that the general rate of awareness of the respondents regarding the dimensions of strategic intelligence adopted by the research was good in the researched company, and this is an indication that these leaders were able To employ its ability with strategic intelligence in its dimensions (foreseeing, thinking in the logic of the system, future vision, partnership, motivating employees) towards building a sound strategic vision of what the future of the researched company will be like, and based on those results, a set of proposals consistent with it was presented, the most important of which is the need for the management of the researched company to work To enhance the investment of the dimensions of strategic intelligence available to its leaders. Work to implement them in order to improve their performance and give them a degree of precedence in the field of competition.

Key words: Strategic Intelligence, Dimensions of Strategic Intelligence.

(*) The research is extracted from a master's thesis of the second researcher.

المقدمة:

تشهد منظمات الأعمال بصورة عامة والمنظمات الصناعية منها تحديداً، العديد من التحديات والصعوبات التي تنشأ وتتراكم نتيجة التغيرات والتطورات السريعة التي يشهدها العالم اليوم، فضلاً عن تزايد التعقيد في البيئة الداخلية والخارجية لها، التي قد تكون السبب الرئيسي في نجاحها أو فشلها، عليه فإن التغلب على هذه الصعوبات والتحديات يتطلب وجود قادة استراتيجيين يتمتعون بذكاء استراتيجي ويمتازون بكفاءة عالية تمكنهم من التكهن بمستقبل المنظمة وتمنحهم القدرة على القيام بأعمالهم بأفضل وجه من أجل تحقيق الأهداف المرسومة، ومن هذا المنطلق ظهر مفهوم الذكاء الاستراتيجي باعتباره أحد الأطر المفاهيمية الأكثر أهمية في أدبيات الإدارة الاستراتيجية وعلى النحو الذي جعل منه مدخلاً لإدارة الشركة الصناعية وبما يجعلها في إطار الاستعداد لمواجهة التحديات واحتواء المفاجآت غير المتوقعة في المستقبل، ولما كان واقع القطاع الصناعي العراقي ليس ببعيد بمشاكله عن تلك الصورة التي تواجهها الشركة الصناعية العالمية، عليه يأتي البحث الحالي ليشكل مساهمة بحثية متواضعة لتمكين القيادات الإدارية من تفعيل أبعاد هذا النمط من الذكاء في تفكير إدارتها سعياً لرسم رؤية مستقبلية واضحة لها وبما يمنحها القدرة على التكيف مع هذه التغيرات والحفاظ على سمعتها وموقعها التنافسي لمواجهة تلك التحديات في ظل التأكيدات التي أشرت إليها النقاشات والحوارات على المستويين الأكاديمي والحكومي التي تناولت معوقات الصناعة العراقية أنها لا تتعلق بنقص الموارد بل تكمن في إدارتها. وتحقيقاً لما تقدم، فقد قسم البحث إلى أربعة مباحث وكما يأتي:

المبحث الأول: منهجية البحث.

المبحث الثاني: الإطار النظري.

المبحث الثالث: الإطار الميداني.

المبحث الرابع: الاستنتاجات والمقترحات.

المبحث الأول: منهجية البحث:

أولاً: مشكلة البحث:

يشير المشهد المعاصر لواقع الشركات الصناعية العراقية اليوم انها تواجه تحديات وصعوبات كبيرة في ظل الظروف والمتغيرات البيئية المعاصرة التي تعمل بوسطها بفعل التطور التقني المتسارع، فضلاً عن تحديات المنافسة التي تمثل إحدى أهم العوامل التي أمام الكثير منها، الأمر الذي حتم عليها ضرورة العمل لتبني تفكيراً استراتيجياً في رسم خططها عبر اعتماد مداخل غير تقليدية تساهم بتعزيز مكانتها في بيئتها، ويعدّ الذكاء الاستراتيجي أحد المداخل للتفكير الشمولي باتجاه رسم رؤيتها المستقبلية وبما يساعدها في تحقيق أعلى مستويات التميز في أداء أعمالها، عموماً يمكن تجسيد مشكلة البحث الحالي التي يسعى الباحثان للتعامل معها بشكل مبسط من خلال طرح التساؤلات الآتية:

١. هل لدى إدارة الشركة المبحوثة تصور واضح عن مفهوم الذكاء الاستراتيجي؟

٢. ما المستوى المتوافر من أبعاد الذكاء الاستراتيجي في الشركة المبحوثة؟

ثانياً: أهمية البحث:

تتضح هذه الأهمية من كونه محاولة لتأطير الإسهامات النظرية والتطبيقية إزاء موضوع الذكاء الاستراتيجي، وتوضيح دوره من تمكين الشركة من الاستجابة لتغيرات البيئة الحالية والمستقبلية والتنبؤ بالنتائج والتخطيط بالشكل الذي ينعكس إيجابياً على سمعتها وموقعها عبر توظيف مفهوم الذكاء الاستراتيجي بدلالة أبعاده في الشركة المبحوثة.

ثالثاً: أهداف البحث:

انطلاقاً مما جاء في مشكلة البحث وأهميته، فبالإمكان تحديد أهداف البحث الحالي بالنقاط الآتية:

1. عرض الاطر النظرية المرتبطة بموضوعات الذكاء الاستراتيجي.
2. تحديد مستوى ما متوافر من أبعاد الذكاء الاستراتيجي التي اعتمدها البحث الحالي في الشركة المبحوثة.

رابعاً: فرضيات البحث:

تماشياً مع أهداف البحث ومشكلته المطروحة فقد تم تبني التخمينات الآتية بوصفها فرضيات بحثية، وهي:

الفرضية الأولى: تتوافر لدى الشركة المبحوثة مجموعة من أبعاد الذكاء الاستراتيجي.

الفرضية الثانية: هناك تباين في مستوى توافر أبعاد الذكاء الاستراتيجي في الشركة المبحوثة.

خامساً: منهج البحث:

اعتمد البحث في إجراءاته على المنهجين الوصفي والتحليلي لاستكمال الاطر النظرية والعملية له، بسبب ملائمة هذا المنهج مع طبيعة وأهداف البحث، لوصف الظاهرة موضوع البحث وتحليل بياناتها بصورة أكثر واقعية للمنطق العلمي والبحثي.

سادساً: مجتمع البحث وعينته وأداته:

تمثل مجتمع البحث الحالي بالعاملين في الشركة العامة للصناعات الكهربائية والإلكترونية في بغداد، فيما انحصرت عينته بالمدرء والمشرفين فيها، إذ بلغ عددهم (60) مستجيباً وتم توزيع استمارة الاستبانة عليهم استرجع منها (45) استمارة صالحة للتحليل، أي أن نسبة الاستمارات الصالحة للتحليل (91.66%) من مجموع الاستبانات الموزعة، أما أداة البحث فقد كانت الاستبانة مصدراً أساسياً لجمع بيانات الجانب الميداني وتم صياغة أسئلتها بشكل يتم مراعاة قدرتها على تحديد المضامين المتعلقة بمحور البحث في ضوء ما جاء به الاطار النظري للبحث واعتمد الباحثان مقياس ليكرت الخماسي وفق المؤشرات (اتفق تماماً، اتفق، محايد، لا اتفق، لا اتفق تماماً)، وبأوزان قياس (5، 4، 3، 2، 1) على التوالي وقد تم إعداد فقرات الإستبانة من خلال المؤشرات التي قدمها الباحثون أمثال (Mcdowell,2009:24) و (Atwa,2013:23) و (Aghe,et.al.,2014:7) و (Maccoby,2015:77) و (Hassan,2015:41) و (Sheri,et.al.,2021:138) و (Wibeck, et.al.,2022:292) وكُيفت على وفق متطلبات البحث الحالي.

سابعا: الأساليب المعتمدة في التحليل الإحصائي:

يهدف الوصول إلى النتائج المطلوبة من البحث، والتحقق من صحة العلاقات فرضية البحث، وانسجاماً مع مضامين أهداف البحث فقد اختيرت الحزمة البرمجية الجاهزة SPSS V26 بوصفها أداة رئيسة في التحليل الإحصائي للبحث مع التركيز على الأساليب الإحصائية الآتية:

١. التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستخدامها في وصف متغيرات البحث وتشخيصها.
٢. معامل الاختلاف: والهدف من استخدامه هو تحديد مستوى انسجام إجابات الأفراد المبحوثين إزاء متغيرات البحث وحسب وفق الصيغة الآتية:

$$\text{معامل الاختلاف} = \frac{\text{الانحراف المعياري القياسي}}{\text{الوسط الحسابي}} \times 100$$

٣. قياس نسبة الاستجابة: لتحديد مواقف الأفراد المبحوثين إزاء متغيرات البحث على وفق الصيغة الآتية:

$$\text{نسبة الاستجابة إلى مساحة المقياس} = \frac{\text{الوسط الحسابي لإجابات الأفراد المبحوثين}}{\text{مساحة المقياس}} \times 100$$

ثامنا: حدود البحث:

١. الحدود الزمنية: تمثلت بالفترة (٢٠٢٢/٦/٢٤ إلى ٢٠٢٣/١/٢٥) التي تضمنت الحصول على مصادر البحث وانجاز جانبه العملي.
٢. الحدود المكانية: تم اختيار الشركة العامة للصناعات الكهربائية والإلكترونية في بغداد ميداناً لإجراء البحث الميداني ولعل من مسوغات اختيار هذه الشركة هو سعيها المستمر لتطوير نشاطاتها وعملياتها لمواكبة التطورات الحاصلة في السوق باتجاه بلوغ ميزة تنافسية لمنتجاتها، فضلاً عن وضوح متغيرات البحث لأغلب الأفراد المبحوثين في تلك الشركة.

المبحث الثاني: الإطار النظري:

أولاً: الذكاء الاستراتيجي:

١. المفهوم:

في أدبيات الإدارة أصبحت منظمات الأعمال المعاصرة تحاور نفسها للتجرد من الإدارة التقليدية والبحث عن مفاتيح سر النجاح لعالم الأعمال والدخول في منظومة الذكاء الاستراتيجي التي كان لها وقعاً على محاور عديدة تمثلت في سلسلة متعاقبة ابتداءً من قمة هرمها (الإدارة العليا) والمستويات الوسطى وأفرادها العاملين وصولاً للأنشطة التي تتعلق بإداء عملياتها التي تسعى إليها (جثير وآخرون، ٢٠١٣: ٣٧١)، وبهذا الشأن يؤكد (أبو عيادة، ٢٠١٦: ١٣) بأن الذكاء الاستراتيجي يسهم بشكل كبير في دعمه للإدارة العليا في المنظمات المعاصرة كونه يمددهم بالرؤى المستقبلية والقدرات الإبداعية، فضلاً عن توفير المعلومات الأساسية عن بيئة أعمال المنظمة وكذلك معالجتها وتحليلها لصياغة الخطط والسياسات الاستراتيجية بطريقة مثالية واتخاذ القرارات التي تلبي احتياجاتها والجهات المعنية وتمكنهما من البقاء والاستمرار بالمستوى المتميز، أما (Barnea, 2020:1) فيرى بأنه الاستخدام الواعي للخبرات المتراكمة للتعامل مع المفاجآت وحالات اللاتأكد وفق رؤية استباقية تستند على التحليل السليم، فضلاً عن سرعة الاستجابة، ويصف

(Abuktaish & Alkshali,2020:259) الذكاء الاستراتيجي على انه شكل من أشكال التطوير في الفكر الإداري، إذ تعمل جميع المنظمات على تحقيق أهدافها والوصول إلى هدفها من خلال الحصول على المعلومات المناسبة لاستخدامها في التنبؤ بالمستقبل، وتكوين رؤية متكاملة للنظام الإداري من خلال ابتكار أفكار جديدة والإبداع في الأعمال لمواجهة التغيرات في البيئة المحيطة والتكيف معها، وفي نفس الاتجاه فقد بين (الحبيب والسلطان، ٢٠٢١: ٩٢) بأن قدرات ذهنية خاصة تتسم بها القيادات والمنظمات بهدف إنتاج معرفة صحيحة ودقيقة جداً يتم تجهيزها وإعطائها في الوقت المناسب للأشخاص المناسبين والقياديين داخل المنظومات وبما يضمن لهم اتخاذ القرارات الأكثر صواباً.

وفي ضوء المعروض من وجهات النظر آنفاً لمفهوم الذكاء الاستراتيجي فإن المفهوم الاجرائي له لأغراض البحث الحالي يتمثل بأنه (مجموعة من القدرات العقلية المميزة التي يتصف بها قادة المنظمات بالشكل الذي يتيح لهم تأمين الرؤية اللازمة للواقع التنافسي وبيئة الأعمال من أجل استشراف المستقبل والاستعداد له بشكل سليم، فضلاً عن التعامل مع التغيرات اللازمة لمواجهة التحديات الجديدة واتخاذ القرارات الصائبة التي تعزز من قدرة المنظمة لرسم سياسات وخطط طويلة الأمد تساهم في تحقيق أهدافها).

٢. أهمية الذكاء الاستراتيجي:

"يمثل الذكاء الاستراتيجي المحور الأساس في تنمية وصياغة الخطط المستقبلية للمنظمة، وقد ازدادت أهميته في جميع مجالات الإدارة الاستراتيجية نتيجة للتحديات العديدة التي أفرزتها البيئة الخارجية للمنظمات (عطا، ٢٠١٥: ١٤٢)، ويضيف (الطعاني، ٢٠١٧: ٥٩) بأن الذكاء الاستراتيجي يستمد أهميته من الدور الكبير الذي يحظى به هذا المصطلح عبر الارتقاء بمستوى التخطيط للمنظمات، والتنبؤ القائم على أسس علمية ضمن خطط محكمة، كما يعزز الصفات القيادية ويسهم في التغيير نحو الأفضل وهو أداة تنافسية متميزة لدعم صناعة القرار وتشجيع صانعيه.

فمنظمات الأعمال تسعى دوماً لتحديد رؤيتها وتوجيهها الاستراتيجي بهدف معرفة السياق الذي ستعمل فيه والتركيز على اتجاهات المنافسين والتعرف على سياساتهم واستراتيجياتهم التنافسية، فالذكاء الاستراتيجي يزود القادة بالمعلومات الصحيحة وذات المعنى الملائم مع نهجهم لتجاوز الازمات التي تواجه المنظمات (صقور، ٢٠١٧: ١٩٩)، ويشير (Barnea,2020:4) إلى أن أهمية الذكاء الاستراتيجي، تكمن في كونه يمثل نظام إنذار مبكر يعمل على تنبيه القيادات العليا في المنظمات، لغرض الاستعداد والتهيؤ لأي طارئ يمكن تواججه المنظمة، وكذلك منحهم القدرة بعدم الإخفاق في عملية اتخاذ القرارات المهمة، ومن هنا كان هناك اهتمام كبير من الباحثين بموضوع الذكاء الاستراتيجي نظراً لما يقدمه من معلومات استباقية عن البيئة المحيط بالمنظمة من خلال تغيير الأنماط التقليدية والاعتماد على معطيات مفهوم الذكاء الاستراتيجي في مواجهة مشكلات بينتها (Al Kharassani & Hassan,2021:2256).

ومن خلال ما تقدم يرى الباحثان بأن أهمية الذكاء الاستراتيجي تكمن في ان يمنح سعة فكرية للقائد الإداري للتعامل مع مجريات الاحداث وافرازات البيئة مما يتيح له من فهم واسع وبالشكل الذي يمكن معه تأمين الرؤية السليمة له للواقع، كما يعمل بمثابة جهاز إنذار مبكر لتشخيص التهديدات المحتملة وتهيئة الاستعدادات اللازمة للحد من آثارها وكل ذلك يشكل منطلقاً رصيناً من أجل تحقيق الميزة التنافسية والحفاظ عليها.

٣. أهداف الذكاء الاستراتيجي:

- يتفق العديد من الكتاب و الباحثين أمثال (Metoyer,2002:13)، (صالح وآخرون، ٢٠١٠: ١١٨)، (عطا، ٢٠١٥: ١٤٣)، (عمران، ٢٠١٥: ١٢٧٨)، (العزاوي، ٢٠١٦: ٣١٢)، (هاشمي، ٢٠١٩: ١٤١)، أن أهداف الذكاء الاستراتيجي تتمثل بالآتي:
١. توفير تنبؤات وتحذيرات مبكرة بالتهديدات المحيطة بالمنظمة واتخاذ الاجراءات الوقائية ازائها.
 ٢. تمكين المنظمات من الاستجابة لتغيرات البيئة الحالية والمستقبلية والتخطيط والتنبؤ بالنتائج بالشكل الذي ينعكس ايجابياً على سمعتها وموقعها.
 ٣. تشكيل القناعات لدى صناعات القرارات وصياغة السياسات لغرض الوصول الى القرارات وسياسات إبداعية مثلى.
 ٤. النهوض بمهمة جمع المعلومات وتحليلها عن البيئة الخارجية وجعل المنظمات تقيم تحالفات في مجال الدراسة والتطور.
 ٥. تقديم الأفكار الهادفة الى تحول الابتكارات والاختراعات الى سلع قابلة للتداول.
 ٦. تطوير آراء تخمينية بصدد الاحداث المستقبلية واعتماد هذه الأحداث كأساس في المشكلات.
 ٧. توفير معلومات استراتيجية تمكن المنظمات من فهم التهديدات التي تحيط بها حالياً ومستقبلاً.
- كما أضاف (Liebowitz,2010:87) الى ما سبق من أهداف بالآتي:
١. تحقيق المرونة اللازمة للتعامل مع الأحداث البيئية التي تنسم بالغموض والتعقيد.
 ٢. تسخير معرفة الأفراد العاملين وتحفيز إبداعاتهم من أجل تحقيق الميزة التنافسية والحفاظ عليها.
 ٣. تحفيز عمليات الابتكار للمنتجات والخدمات الجديدة.
 ٤. توفير عمليات مستنيرة لاتخاذ القرارات الاستراتيجية.
- واستناداً إلى ما سبق، يرى الباحثان أن الهدف الأساس من تفعيل الذكاء الاستراتيجي في منظمات اليوم يكمن في كونه يساعد قياداتها الإدارية في تأمين القراءة السليمة الواعية للأحداث والمعطيات البيئية ومن ثم بناء التصورات والتنبؤات ازاء المستقبل وبناء وضع تنافسي لها افضل بين منافسيها.

٤. أبعاد الذكاء الاستراتيجي:

تجمع الادبيات الإدارية ان نجاح المنظمات يعتمد على ذكائها في التفرد بموقعها امام منافسيها، وان الذكاء الاستراتيجي هو ما تحتاجه اليوم لاقتناص فرصها بكونه منظومة ذكية ترتقي بقدرات المنظمة وقادتها لترسم الملامح المستقبلية، وقد اتفق العديد من الكتاب والباحثين على أن أبعاد الذكاء الاستراتيجي في هذا المجال أمثال (Maccoby,2011:34) و (Atwa,2013:23) و (Aghe,et.al.,2014:7) و (Maccoby,2015:77) و (Hassan,2015:41) و (Sheri,et.al., 2021:138) تشمل الآتي:

أ. الاستشراف: اختلف الباحثون في تحديد ماهية الاستشراف كل بحسب وجهة نظره والزاوية التي انطلق منها، إذ عرفه البعض بأنه منهج الحياة التي يصوغ عليها الفرد متطلبات وجوده، وفي ذلك استحضار لعالم الغد الذي يستلزم توظيف نتائج مختلف العلوم، وهذا يؤكد أن الاستشراف يعد نظرة موضوعية تتجاوز حدود التقليد من أجل مواكبة التغيرات المستمرة، وبالمقابل فإن (العاني، ٢٠١٢: ٢٠٢) يصف الاستشراف بأنه وسيلة منظمة للسلوك الإنساني وبما يمكنه من التعامل مع البيانات وتحسين العمليات لصالح القرارات لمساعدة القيادات الإدارية على الاختيار

بحكمة ما بين البدائل المتاحة وعرف (Leitner, et.al., 2018:3) الاستشراف بكونه عملية منهجية ذات طابع تشاركي بقصد جمع المعلومات الاستخباراتية الخاصة بالمستقبل والتي على ضوئها يتم بناء رؤية بعيدة الأمد بقصد اتخاذ القرارات مع مراعاة الحد من المخاطر، ويذهب (Wibeck, et.al., 2022:292) إلى القول بأن الاستشراف يتمثل بمجموعة من الأدوات التي يتم استخدامها في مجال البحث والتخطيط لضمان تصور المستقبل في ضوء معرفة محركات التغيير التي تتحرك ضمن بيئة تتسم بالتعقيد وحالات اللاتأكد، فيما أشار (Izadi, et.al., 2022:1,2) إلى أن الاستشراف هو موهبة فردية يتمتع بها فرد دون آخر ويمكن أن يظهر في شكلي الاستبصار (الحديسي والاستقرائي) وفقاً للعلوم الاجتماعية وبعد من أكثر المجالات الدراسية جاذبية وعملية وذلك لاستخدامه لرسم مستقبل مفضل وصياغة استراتيجيات مناسبة لتحقيق الأهداف المحددة مسبقاً.

ب. التفكير بمنطق النظام: ويتعلق بالقدرة على تجميع العناصر أو دمجها بدلاً من تقسيمها إلى أجزاء لغرض التحليل، وفهم كيف تتفاعل هذه العناصر، وكيف تتلاءم مع بعضها البعض لصنع النظام الكلي (Maccoby, 2001:58)، كما أن هذا النمط التفكير يضع النظام في سياق البيئة الأوسع نطاقاً التي يشكل جزءاً منها ويدرس الدور الذي يلعبه في المنظمة ككل (Shaked & Schechter, 2013:6)، وتنسجم هذه الرؤية مع ما جاد به (قاسم، ٢٠١١: ٤٢) في وصفه التفكير بمنطق النظام بأنه يمثل القدرة على تكامل وتركيب العناصر المختلفة لفهم كيف تتفاعل مع بعضها البعض لغرض الوصول إلى أهداف المنظمة، إذ يتم دراسة الأجزاء وعلاقتها بالكل وتقييمها من حيث نجاحها في خدمة أهداف النظام، بينما يرى (Bartolucci & Gallo, 2013:2) أن التفكير بمنطق النظام يمثل نهجاً مثالياً لفهم الظواهر والمشكلات المعقدة من خلال رؤية الواقع كنظام ومراعاة النمط المعقد للعلاقات المتبادلة بين أجزائه وكذلك تفاعلهم مع البيئة.

ت. الرؤية المستقبلية: تعد الرؤية المستقبلية حجر الزاوية لبناء وتحقيق استراتيجية فاعلة في بلوغ المنظمة لأهدافها كونها ترسم المسار المستقبلي للمنظمة، الذي يمكن معه تحديد الوجهة التي تريد الوصول إليها، فضلاً عن المكانة السوقية وجودة القدرات التي تنوي تحقيقها، فهي منهج للفكر الاستراتيجي المرتبط بمستقبل المنظمة والتميز في أنشطتها وموقعها التنافسي الأمر الذي يساعد على وضع المنظمة في مسار استراتيجي فعال (Al Shobaki, et.al., 2021:26)، وهي بذلك تمثل نظرة المنظمة للمستقبل التي على أساسها تشرع إلى تهيئة وتطوير السياسات والنشاطات والأهداف الاستراتيجية التي سيتم تنفيذها وتدعم تحقيق طموحاتها وتطلعاتها بعد إجراء تحليل علمي سليم لبيئة المنظمة سواء الداخلية منها أو الخارجية (Jelonek, et.al., 2022:198).

ث. الشراكة: تعني الشراكة القدرة على إقامة شراكات استراتيجية، إذ يمكن للقادة الذين لديهم مستويات عالية من الذكاء الاستراتيجي أن يدركوا أنهم بحاجة إلى الشراكة (Maccoby, 2001:59) ويرى (Atwa, 2013:39) بأن الشراكة المقصود بها هنا تدور حول وضع تصور واضح بنظام إنتاج جديد سوف ينتج منتجات وخدمات جديدة ومحسنة، وعلى هذا الأساس فإن الهدف من العمل تحت مبدأ الشراكة هو منع النزاعات والحد من الصراعات وتحسين الأداء، إذ أن كل الأطراف تكون على نفس ميدان المشاركة من خلال تعزيز التعاون بين الأطراف المتعاقدة مع اختلاف المصالح وتحسين الاتصالات بين الطرفين (العبيدي وسالم، ٢٠١٢: ٧٥٧)، أن التشارك والتعاون بين الرؤساء والعاملين هو أحد نقاط القوة داخل المنظمة بما يمكنها من اكتساب معرفة وثيقة بالأعمال الداخلية للمنظمة، الأمر الذي ينعكس إيجابياً على تركيز

جهود جمع البيانات عن الزبائن والموردين وأصحاب المصلحة والبيئة المحيطة وتكوين فهم دقيق وشامل عن القيود والحواجز التي تحول دون تنفيذ برامج المنظمة، فضلاً عن أهميتها في التقليل من طول عمر معالجة المشكلات وتحديد احتياجات الزبائن بشكل أكثر دقة (Marshall, et.al., 2022:8).

ج. الدافعية (القدرة على تحفيز الأفراد): يصف (Maccoby, 2013:20) الدافعية بأنها "القدرة على اشراك دوافع الأفراد وتحفيزهم من خلال توفير أسباب المساعدة لتحقيق الرؤية، والقائد الذكي هو الذي يستطيع استخدام الوسائل المختلفة لتحفيز العاملين لتنفيذ التصورات التي وضعها"، وبين (Atwa, 2013:37) بأن الدافعية هو "شيء يدور حول حث الناس على تبني هدف مشترك وتنفيذ تلك الرؤية وهي ليست مجرد شيء يمكن الحديث عنه بل أنها أشياء يجب أن يتم التحرك تجاهه في العمل"، في حين كانت وجهة نظر (عمران، ٢٠١٥: ٢٢) حول مفهوم الدافعية بأنها "ذلك الفعل الذي يدفع الأفراد ويعمل على تحفيز العواطف والرغبات وفق وجهة نظر ورؤية المنظمة، إذ العمل يد بيد وعلى مبدأ التعاون والمشاركة بين جميع المستويات الوظيفية داخل الشركة لإنجاز العمل الذي تم تكليف الأفراد به".

أما (العزاوي، ٢٠١٦: ٢٩٤) فذكر بأن الدافعية تتمحور حول القدرة على حث الأفراد العاملين على تشغيل المنظمة وتقويتها وتحمل المسؤولية وهذا ما أكدته (Abuzaid, 2017:885) حينما أشار على أن الدافعية هي "قدرة القائد على تنفيذ الأهداف والخطط المختلفة للرؤية الجديدة ووضع الأهداف والخطط الاستراتيجية في مكانها الصحيح والقدرة على تشجيع العاملين على المشاركة الفعالة في تنفيذ الخطط والقدرة على الإلهام والتحفيز لتحقيق الأداء العالي".

تأسيساً على ما تقدم، يرى الباحثان أن أبعاد الذكاء الاستراتيجي سيكون لها انعكاس على مستوى أداء الشركة الحالية بوصفه ذكاءً يُساعد في استشراف مستقبل المنظمة ويساعدها في صياغة وتحقيق أهدافها المستقبلية وتجاوز التهديدات المحتملة واستثمار الفرص المتاحة بالشكل الذي يؤدي إلى زيادة ربحيتها وتحسين مركزها التنافسي.

المبحث الثالث: الاطار الميداني:

يهدف التعرف على مدى توافر أبعاد الذكاء الاستراتيجي في الشركة المبحوثة، فقد استعمل الباحثان برنامج SPSS V26 للاستدلال على التكرارات ونسبها المئوية والأوساط الحسابية ومعامل الانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة إلى مساحة المقياس^(**) ومعامل الاختلاف لأبعاد الذكاء الاستراتيجي لاختبار فرضيات البحث وكما يأتي:

(**) تدرج مواقف المبحوثين إزاء متغيرات الدراسة على وفق مؤشر نسبة الإجابة إلى مساحة المقياس على النحو الآتي:

تقسم مساحة المقياس على خمسة مستويات متساوية: (محمد، ٢٠٢٠: ٢٠)

المستوى الأول يقع بين 20-39.99 ويمثل تدنياً شديداً في مستوى الحالة المدركة.

المستوى الثاني يقع بين 40-59.99 ويمثل تدني مستوى الحالة المدركة.

المستوى الثالث يقع بين 60-69.99 ويمثل المستوى المتوسط للحالة المدركة.

المستوى الرابع يقع بين 70-89.99 ويمثل ارتفاع مستوى الحالة المدركة.

المستوى الخامس يقع بين 90-100 ويمثل ارتفاعاً شديداً في مستوى الحالة المدركة.

أولاً: اختبار الفرضية الأولى:

أظهرت نتائج اختبار هذه الفرضية ما يأتي:

١. الاستشراف:

يهدف الوقوف على واقع هذا البُعد في الشركة المبحوثة، فقد توصل الباحثان إلى الإفادة من إجابات الأفراد المبحوثين عن المتغيرات الفرعية المعبرة عن هذا البُعد، الذي مثلته المتغيرات (X11-X15) من خلال معطيات الجدول (1).

الجدول (1) التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة إلى مساحة المقياس ومعامل الاختلاف لإجابات الأفراد المبحوثين إزاء بُعد (الاستشراف) في الشركة المبحوثة

نسبة الاستجابة %	معامل الاختلاف %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقياس الاستجابة										رمز المتغير	اسم المتغير
				لا اتفق بشدة (1)		لا اتفق (2)		غير متأكد (3)		اتفق (4)		اتفق بشدة (5)			
				%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد		
77.34	20.29	0.785	3.867	1.9	1	1.9	1	20.8	11	58.5	31	17.0	9	X11	الإستشراف
78.86	20.13	0.794	3.943	-	-	3.8	2	22.6	12	49.1	26	24.5	13	X12	
83.38	17.41	0.726	4.169	-	-	1.9	1	13.2	7	50.9	27	34.0	18	X13	
75.08	25.51	0.958	3.754	5.7	3	3.8	2	15.1	8	60.4	32	15.1	8	X14	
78.48	19.87	0.780	3.924	-	-	3.8	2	22.6	12	50.9	27	22.6	12	X15	
78.62	20.64	0.808	3.931	1.52		3.04		18.86		53.96		22.64		المعدل العام	
						4.56		18.861		76.6				المجموع	

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج البرمجية الإحصائية SPSS V 26.

عن وجود (اتفاق) بين إجابات الأفراد المبحوثين بشأن فقرات هذا البُعد (الاستشراف)، إذ بلغ معدل الانسجام (العام) لإجابات الأفراد المبحوثين بالاتفاق (اتفق بشدة، اتفق) (76.6%)، وهذا يدل على أن هناك درجة انسجام لإجابات الأفراد المبحوثين على فقرات هذا البُعد (الاستشراف)، أي إن إجابات الأفراد المبحوثين تتجه نحو القطب الإيجابي بالاعتماد على مقياس (ليكرت) الخماسي وعزز ذلك الوسط الحسابي العام (3.931) الذي هو أعلى من الوسط الحسابي الفرضي للمقياس (العام) البالغ (3) كما تبين أن (4.56%) منهم (غير متفقين)، وبلغت نسبة (المحايدين) (العام) (18.861%)، وذلك بوسط حسابي (عام) (3.931) وانحراف معياري (عام) (0.808) وبمعامل اختلاف (عام) (20.64%). وهذا يعني اتفاق الأفراد المبحوثين وبدرجة واضحة فيما يتعلق بهذه الفقرات وفقاً لوجهة نظرهم الشخصية، في حين بلغت نسبة الاستجابة (العام) إلى مساحة المقياس (العام) (78.62%)، وهذا يدل على أن مستوى إدراك الأفراد المبحوثين قد بلغ المستوى الرابع من مساحة المقياس (ارتفاع مستوى الحالة المدركة) التي تؤثر أهمية بعد الاستشراف الشركة المبحوثة، ومن أبرز الفقرات التي أسهمت في إغناء هذا البُعد هو (X13) الذي ينص على (تكتشف شركتنا مشكلات العمل على نحو استباقي بقصد الاستعداد لمعالجتها) وهذا ما فسرت إجابات (84.9%) من المجيبين بوسط حسابي (4.169) وانحراف معياري (0.726).

٢. التفكير بمنطق النظام:

يهدف الوقوف على واقع هذا البُعد في الشركة المبحوثة فقد توصل الباحثان إلى الإفادة من إجابات الأفراد المبحوثين عن المتغيرات الفرعية المعبرة عن هذا البُعد الذي مثلته المتغيرات (X16-X20)، من خلال معطيات الجدول (2) وجود (اتفاق) بين إجابات الأفراد المبحوثين بشأن فقرات هذا البُعد (التفكير بمنطق النظام)، إذ بلغ معدل الانسجام (العام) لإجابات الأفراد المبحوثين

بالاتفاق (اتفق بشدة، اتفق) (70.94%). وهذا يدل على أن هناك درجة انسجام عالية الأهمية لإجابات الأفراد المبحوثين على فقرات هذا البُعد (التفكير بمنطق النظام، أي إن إجابات الأفراد المبحوثين تتجه نحو القطب الإيجابي بالاعتماد على مقياس (ليكرت) الخماسي وعزز ذلك الوسط الحسابي (العام) (3.845) الذي هو أعلى من الوسط الحسابي الفرضي للمقياس (العام) البالغ (3) كما تبين أن (18.48%) منهم (غير متفقين)، وبلغت نسبة (المحايدين) (العام) (6.08%)، وذلك بوسط حسابي (عام) (3.845) وانحراف معياري (عام) (0.787) وبمعامل اختلاف (عام) (20.5%). وهذا يعني اتفاق الأفراد المبحوثين وبدرجة واضحة حول هذه المتغيرات وفقاً لوجهة نظرهم الشخصية، بينما بلغت نسبة الإستجابة إلى مساحة المقياس (العام) (76.9%)، وهذا يدل على أن مستوى إدراك الأفراد المبحوثين قد بلغ المستوى الرابع من مساحة المقياس (ارتفاع مستوى الحالة المدركة) التي توشر أهمية بُعد التفكير بمنطق النظام في الشركة المبحوثة، ومن أبرز الفقرات التي أسهمت في إغناء هذه البُعد هو (X16) الذي ينص على (تعمل شركتنا بهيئة نظام متناسق الاجزاء سعياً لتحقيق أهدافها بكفاءة). وهذا ما فسرت إجابات (75.05%) من المجيبين بوسط حسابي (3.792) وانحراف معياري (0.862).

الجدول (2) التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة إلى مساحة المقياس ومعامل الاختلاف لإجابات الأفراد المبحوثين ازاء بُعد (التفكير بمنطق النظام) في الشركة المبحوثة

اسم المتغير	رمز المتغير	مقياس الاستجابة												الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	نسبة الاستجابة %
		اتفق بشدة (5)		اتفق (4)		غير متأكد (3)		لا اتفق (2)		لا اتفق بشدة (1)							
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%						
التفكير بمنطق النظام	X16	8	15.1	32	60.4	8	15.1	4	7.5	1	1.9	3.792	0.862	22.73	75.84		
	X17	14	26.4	26	49.1	12	22.6	1	1.9	-	-	4.00	0.759	18.97	80		
	X18	10	18.9	30	56.6	11	20.8	2	3.8	-	-	3.905	0.740	18.95	78.1		
	X19	9	17.0	29	54.7	12	22.6	3	5.7	-	-	3.830	0.777	20.28	76.6		
	X20	4	7.5	36	67.9	6	11.3	7	13.2	-	-	3.698	0.798	21.57	73.96		
	المعدل العام	16.98		53.96		18.48		6.42		0.38		3.845	0.787	20.5	76.9		
المجموع		70.94		18.48		6.8											

المصدر: الجدول من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرمجية الإحصائية SPSS V 26.

٣. الرؤية المستقبلية:

بهدف الوقوف على واقع هذا البُعد في الشركة المبحوثة، فقد توصل الباحثان إلى الإفادة من إجابات الأفراد المبحوثين عن المتغيرات الفرعية المعبرة عن وهذا البُعد الذي مثلته المتغيرات (X21-X25)، من خلال معطيات الجدول (3) وجود (اتفاق) بين إجابات الأفراد المبحوثين بشأن فقرات هذا البُعد (الرؤية المستقبلية)، إذ بلغ معدل الانسجام (العام) لإجابات الأفراد المبحوثين بالاتفاق (اتفق بشدة، اتفق) (74%). وهذا يدل على أن هناك درجة انسجام لإجابات الأفراد المبحوثين على فقرات هذا البُعد (الرؤية المستقبلية)، أي إن إجابات الأفراد المبحوثين تتجه نحو القطب الإيجابي بالاعتماد على مقياس (ليكرت) الخماسي وعزز ذلك الوسط الحسابي (العام) (3.822) الذي هو أعلى من الوسط الحسابي الفرضي للمقياس (العام) البالغ (3) كما تبين أن (7.2%) منهم (غير متفقين)، وبلغت نسبة (المحايدين) (العام) (18.88%)، وذلك بوسط حسابي (عام) (3.822) وانحراف معياري (عام) (0.861) وبمعامل اختلاف (عام) (22.54%). وهذا

يعني اتفاق الأفراد المبحوثين وبدرجة واضحة فيما يتعلق بهذه المتغيرات وفقاً لوجهة نظرهم الشخصية، في حين بلغت نسبة الاستجابة (العام) إلى مساحة المقياس (76.44%)، وهذا يدل على أن مستوى إدراك الأفراد المبحوثين قد بلغ المستوى الرابع من مساحة المقياس (ارتفاع مستوى الحالة المدركة) التي تؤثر أهمية بُعد الرؤية المستقبلية في الشركة المبحوثة، ومن أبرز الفقرات التي أسهمت في إغناء هذه البُعد هو (X24) الذي ينص على (تحدد شركتنا اتجاهات عملها الداعمة لوظيفتها المستقبلية عبر ممارساتها هادفة لتوحيد جهود عامليها). وهذا ما فسرت إجابات (77.4%) من المجيبين بوسط حسابي (3.867) وانحراف معياري (0.760).

الجدول (3) التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة إلى مساحة المقياس ومعامل الاختلاف لإجابات الأفراد المبحوثين ازاء بُعد (الرؤية المستقبلية) في الشركة المبحوثة

اسم المتغير	رمز المتغير	مقياس الاستجابة										الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	نسبة الاستجابة %
		اتفق بشدة (5)		اتفق (4)		غير متأكد (3)		لا اتفق (2)		لا اتفق بشدة (1)				
		عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%			
الزوجة المستجيبة	X21	11	20.8	30	56.6	8	15.1	2	3.8	2	3.8	0.920	23.79	77.34
	X22	11	20.8	26	49.1	11	20.8	4	7.5	1	1.9	0.927	24.44	75.84
	X23	8	15.1	33	62.3	8	15.1	3	5.7	1	1.9	0.825	21.54	76.6
	X24	8	15.1	33	62.3	10	18.9	1	1.9	1	1.9	0.760	19.65	77.34
	X25	9	17.0	27	50.9	13	24.5	3	5.7	1	1.9	0.874	23.28	75.08
المعدل العام			17.76		56.24		18.88		4.92		2.28	0.861	22.54	76.44
المجموع				74			18.88			7.2				

المصدر: الجدول من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرمجية الإحصائية SPSS V 26.

٤. الشراكة:

يهدف الوقوف على واقع هذا البُعد في الشركة المبحوثة، فقد توصل الباحثان إلى الإفادة من إجابات الأفراد المبحوثين عن المتغيرات الفرعية المعبرة عن هذا البُعد الذي مثلته المتغيرات (X26-X30)، من خلال معطيات الجدول (4) وجود (اتفاق) بين إجابات الأفراد المبحوثين بشأن فقرات هذا البُعد (الشراكة)، إذ بلغ معدل الانسجام (العام) لإجابات الأفراد المبحوثين بالاتفاق (اتفق بشدة، اتفق) (73.22%). وهذا يدل على أن هناك درجة انسجام لإجابات الأفراد المبحوثين على فقرات هذا البُعد (الشراكة)، أي إن إجابات الأفراد المبحوثين تتجه نحو القطب الإيجابي بالاعتماد على مقياس (ليكرت) الخماسي وعزز ذلك الوسط الحسابي (العام) (3.841) الذي هو أعلى من الوسط الحسابي الفرضي للمقياس (العام) البالغ (3) كما تبين أن (10.94%) منهم (غير متفقين)، وبلغت نسبة (المحايدين) (العام) (15.86%)، وذلك بوسط حسابي (عام) (3.841) وانحراف معياري (عام) (0.913) وبمعامل اختلاف (عام) (23.79%). وهذا يعني اتفاق الأفراد المبحوثين وبدرجة واضحة عن هذه المتغيرات وفقاً لوجهة نظرهم الشخصية، بينما بلغت نسبة الاستجابة إلى مساحة المقياس (العام) (76.82%)، وهذا يدل على أن مستوى إدراك الأفراد المبحوثين قد بلغ المستوى الرابع من مساحة المقياس (ارتفاع مستوى الحالة المدركة) التي تؤثر أهمية بُعد الشراكة في الشركة المبحوثة، ومن أبرز الفقرات التي أسهمت في إغناء هذه البُعد هو (X28) الذي ينص على (تقوم شركتنا بالانفتاح على العالم الخارجي عبر اوجه التعاقد مع المنظمات المناظرة لها). وهذا ما فسرت إجابات (79.3%) من المجيبين بوسط حسابي (3.905) وانحراف معياري (0.860).

الجدول (4) التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة إلى مساحة المقياس ومعامل الاختلاف لإجابات الأفراد المبحوثين إزاء بُعد (الشراكة) في الشركة المبحوثة

نسبة الاستجابة %	معامل الاختلاف %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقياس الاستجابة										رمز المتغير	أسم المتغير
				لا اتفق بشدة (1)		لا اتفق (2)		غير متأكد (3)		اتفق (4)		اتفق بشدة (5)			
				%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد		
76.22	24.16	0.921	3.811	-	-	13.2	7	13.2	7	52.8	28	20.8	11	X26	الذكاء:
72.44	24.93	0.903	3.622	1.9	1	13.2	7	15.1	8	60.4	32	9.4	5	X27	
78.1	22.02	0.860	3.905	1.9	1	5.7	3	13.2	7	58.5	31	20.8	11	X28	
78.86	22.47	0.886	3.943	-	-	7.5	4	18.9	10	45.3	24	28.3	15	X29	
78.48	25.40	0.997	3.924	-	-	11.3	6	18.9	10	35.8	19	34.0	18	X30	
76.82	23.79	0.913	3.841	0.76		10.18		15.86		50.56		22.66		المعدل العام	المجموع
						10.94		15.86		73.22					

المصدر: الجدول من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرمجية الإحصائية SPSS V 26.

٥. الدافعية (القدرة على تحفيز الأفراد):

بهدف الوقوف على واقع هذا البُعد في الشركة المبحوثة فقد توصل الباحثان إلى الإفادة من إجابات الأفراد المبحوثين عن المتغيرات الفرعية المعبرة عن هذا البُعد الذي مثلته المتغيرات (X31-X35)، من خلال معطيات الجدول (5) وجود (اتفاق) بين إجابات الأفراد المبحوثين بشأن فقرات هذا البُعد (الدافعية) (القدرة على تحفيز الأفراد))، إذ بلغ معدل الانسجام (العام) لإجابات الأفراد المبحوثين بالاتفاق (اتفق بشدة، أوافق) (75%) . وهذا يدل على أن هناك درجة انسجام لإجابات الأفراد المبحوثين على فقرات هذا البُعد (الدافعية، القدرة على تحفيز الأفراد)، أي إن إجابات الأفراد المبحوثين تتجه نحو القطب الإيجابي بالاعتماد على مقياس (ليكرت) الخماسي وعزز ذلك الوسط الحسابي (العام) (3.818) الذي هو أعلى من الوسط الحسابي الفرضي للمقياس (العام) البالغ (3) كما تبين أن (9.41%) منهم (غير متفقين)، وبلغت نسبة (المحايدين) (العام) (15.4%)، وذلك بوسط حسابي (عام) (3.818) وانحراف معياري (عام) (0.878) وبمعامل اختلاف (عام) (23.3%). وهذا يعني اتفاق الأفراد المبحوثين وبدرجة واضحة حول هذه المتغيرات وفقاً لوجهة نظرهم الشخصية، في حين بلغت نسبة الاستجابة (العام) إلى مساحة المقياس (76.36%)، وهذا يدل على أن مستوى إدراك الأفراد المبحوثين قد بلغ المستوى الرابع من مساحة المقياس (ارتفاع مستوى الحالة المدركة) التي توضح أهمية بُعد (الدافعية) (القدرة على تحفيز الأفراد)) في الشركة المبحوثة، ومن أبرز الفقرات التي أسهمت في إغناء هذه البُعد هو (X32) الذي ينص على (تركز شركتنا على اقرار مبدأ الثقة بين المستويات التنظيمية في نطاق حدودها). وهذا ما فسرت إجابات (81.01%) من المجيبين بوسط حسابي (3.792) وانحراف معياري (0.793).

الجدول (5) التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونسبة الاستجابة إلى مساحة المقياس ومعامل الاختلاف لإجابات الأفراد المبحوثين إزاء بُعد (الدافعية) (القدرة على تحفيز الأفراد) في الشركة المبحوثة

نسبة الاستجابة %	معامل الاختلاف %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقياس الاستجابة										رمز المتغير	اسم المتغير
				لا اتفق بشدة (1)		لا اتفق (2)		غير متأكد (3)		اتفق (4)		اتفق بشدة (5)			
				%	لا	%	لا	%	لا	%	لا	%	لا		
75.08	24.98	0.938	3.754	1.9	1	11.3	6	13.2	7	56.6	30	17.0	9	X31	الداعية
75.84	20.91	0.793	3.792	1.9	1	7.5	4	9.4	5	71.7	38	9.4	5	X32	
80	20.20	0.808	4.000	1.9	1	1.9	1	15.1	8	56.6	30	24.5	13	X33	
74.7	27.84	1.040	3.735	3.8	2	9.4	5	18.9	10	45.3	24	22.6	12	X34	
76.22	21.22	0.809	3.811	-	-	7.5	4	20.8	11	54.7	29	17.0	9	X35	
76.36	23.3	0.877	3.818	1.9		7.52		15.48		56.98		18.1		المعدل العام	
				9.42				15.48		75				المجموع	

المصدر: الجدول من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرمجية الإحصائية SPSS V 26.

يتبين من النتائج الواردة بالجدول (1)، (2)، (3)، (4)، (5) إلى أن نسب اتفاق (اتفق + اتفق تماماً) للأفراد المبحوثين عن مدى توافر أبعاد الذكاء الاستراتيجي في الشركة المبحوثة كانت بأوساط حسابية تجاوزت الوسط الحسابي الفرضي في إجابات المبحوثين عن جميع تلك الأبعاد، وعزز ذلك قيم الانحراف المعياري التي اظهرت جميعاً مستويات منخفضة من التشتت في إجابات المبحوثين، ومن شأن ذلك أن يؤكد امتلاك الشركة المبحوثة لهذه الأبعاد ولكن بمستويات متفاوتة، الأمر الذي يؤكد صحة الفرضية الأولى التي تنص على (تتوافر لدى الشركة المبحوثة مجموعة من أبعاد الذكاء الاستراتيجي).

ثانياً: اختبار الفرضية الثانية:

بموجب نسب الاتفاق الموضحة في الجداول (1)، (2)، (3)، (4)، (5) يمكن القول هناك تباين الأهمية النسبية لأبعاد الذكاء الاستراتيجي بحسب درجة أهميتها بحسب رأي المبحوثين، وعليه يمكن ترتيب تلك الأهمية النسبية لأبعاد الذكاء الاستراتيجي قيد البحث كما في الجدول (6).

الجدول (6) الأهمية النسبية لتبني أبعاد الذكاء الاستراتيجي من وجهة نظر الأفراد المبحوثين بالشركة المبحوثة

ت	الأبعاد	الوسط الحسابي	نسبة الاستجابة %
١	الاستشراف	3.931	78.62
٢	التفكير بمنطق النظام	3.845	76.9
٣	الرؤية المستقبلية	3.822	76.44
٤	الشراكة	3.841	76.82
٥	الدافعية (القدرة على تحفيز الأفراد)	3.818	76.36

المصدر: الجدول من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج البرمجية الإحصائية SPSS V 26.

يتبين من معطيات الجدول (6) أن بُعد (الاستشراف) ليس فقط أهم أبعاد الذكاء الاستراتيجي في الشركة المبحوثة بل (أولها) من وجهة نظر الأفراد المبحوثين، وتلها (الدافعية) بالمرتبة (الثانية) ثم (الرؤية المستقبلية) بالمرتبة (الثالثة) و(الشراكة) بالمرتبة (الرابعة) وأخيراً (التفكير بمنطق النظام) بالمرتبة (الخامسة)، وهذا يعني أن هناك تبايناً في تبني تلك الأبعاد للذكاء الاستراتيجي في

الشركة المبحوثة، الأمر الذي يؤكد صحة فرضية البحث الثانية التي تنص على أن (هناك تباين في مستوى توافر أبعاد الذكاء الاستراتيجي في الشركة المبحوثة).

المبحث الرابع: الاستنتاجات والمقترحات:

يتضمن هذا المحور تحديد الاستنتاجات المستنبطة من العرض النظري، وتلك التي توصل إليها البحث في جانبه العملي ومن ثم تقديم المقترحات الملائمة.

أولاً: الاستنتاجات:

في ضوء ما جاء بالعرض النظري ونتائج اختبار فرضيات البحث تم تأشير الاستنتاجات الآتية:

١. حققت إجابات الأفراد المبحوثين توافقاً عالياً المستوى بشأن توافر أبعاد الذكاء الاستراتيجي لدى القيادات الإدارية في الشركة المبحوثة، مما يعكس انطباعاً لدى الباحثين بأن هذه القيادات تمتلك ذكاءً استراتيجياً يمكنها من استثمار الفرص المتاحة فضلاً عن تجنب مخاطر التهديدات المحتملة.
٢. إن المعدل العام لإدراك الأفراد المبحوثين بالشركة المبحوثة كان جيداً ومع الاتجاه الإيجابي مما يؤكد انهم يولون اهتماماً متزايداً بأبعاد الذكاء الاستراتيجي في الشركة المبحوثة التي اعتمدها البحث الحالي.
٣. إن الأهمية النسبية لتبني أبعاد الذكاء الاستراتيجي حسب الإدراك الأولي للأفراد المبحوثين في الشركة المبحوثة جاءت حصول بُعد (الاستشراف) على المرتبة (الأولى) وهي أعلى نسبة استجابة مقارنة بالأبعاد الأخرى، الأمر الذي يفسر لنا اعتماد الشركة المبحوثة على هذا البعد وعده مرتكزاً للذكاء الاستراتيجي لدى قياداتها الإدارية ليعود منطقاً للأبعاد الأخرى وركيزة تحدد من خلالها القيادات الإدارية التغيرات التي يمكن أن تحدث في البيئة الداخلية والخارجية، تلتها (الدافعية) بالمرتبة (الثانية) من حيث استجابة المبحوثين قياساً بالأبعاد الأخرى وبنسبة ممتازة لجميع الفقرات الممثلة له وهذا يفسر لنا أن القيادة الإدارية في الشركة المبحوثة تعتمد الحوافز المادية والمعنوية وتستخدمها كمدخل لتحقيق الفاعلية المطلوبة على نحو يمكنها من توظيفها كمثيرات إيجابية للعمل، و(الرؤية المستقبلية) بالمرتبة (الثالثة) مما يؤكد استخدام الشركة المبحوثة الرؤية المستقبلية كأساس للتخطيط الاستراتيجي وتطوير استراتيجيات الشركة بما يتوافق مع متطلبات التغيير المستقبلي، ثم (الشراكة) بالمرتبة (الرابعة) حقق بُعد الشراكة نسبة استجابة عالية، وفي ذلك مؤشر جيد لاعتماد الشركة المبحوثة على هذا البعد وسعيها الجاد في تعزيز مشاركة كافة التشكيلات التابعة لها في اقرار رؤيتها الاستراتيجية، وأخيراً (التفكير بمنطق النظام) بالمرتبة (الخامسة)، مما يفسر لنا أن قيادات الشركة المبحوثة يتعاملون مع المنظمة على أنها نظام مترابط ومتناسق إلا أنها جاءت الأقل قياساً بالأبعاد الأخرى.

ثانياً: المقترحات:

في ضوء الاستنتاجات التي تم تقديمها، في أدناه بعض المقترحات لإدارة الشركة المبحوثة لتعزيز مديات اهتمامها لأبعاد الذكاء الاستراتيجي التي اعتمدها البحث الحالي:

١. ضرورة زيادة اهتمام إدارة الشركة المبحوثة بمضامين الفكر الإداري في مجالات الذكاء الاستراتيجي وتعميقها لدى المدراء وأصحاب القرار لديها لما في ذلك من إسهام في تعزيز قدرتها

على تحقيق نتائج أفضل عبر استثمار الفرص المتاحة فضلاً عن تقليل مخاطر التهديدات المحتملة.

٢. على إدارة الشركة المبحوثة توسيع مديات اهتمامها بأبعاد الذكاء الاستراتيجي والعمل على تطبيقها بشكل سليم من خلال عقد المؤتمرات والندوات وإقامة الدورات التدريبية للمدراء والعاملين في مختلف المستويات الإدارية بهدف تحسين أدائها في مجال الذكاء الاستراتيجي.

المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر العربية:

١. أبو عيادة، ندى عمر عبدالله (٢٠١٦)، الذكاء الاستراتيجي وعلاقته بالنجاح التنظيمي: دراسة تطبيقية على المديرين في مجموعة الاتصالات الفلسطينية قطاع غزة، رسالة ماجستير منشورة في إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، فلسطين غزة.
٢. جثير، سعدون حمود والعبادي، هاشم فوزي والقيسي، بلال جاسم (٢٠١٣)، صياغة استراتيجية إدارة علاقات الزبون عبر تحقيق العلاقة بالذكاء الاستراتيجي والذكاء التنظيمي، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (٥)، العدد (١٠)، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الأنبار.
٣. الحبيب، ربي عبدالعزيز حبيب والسلطان، مي عبدالرحمن منصور (٢٠٢١)، أثر أبعاد الذكاء الاستراتيجي على أداء العاملين: دراسة ميدانية في وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية بمنطقة القصيم، المجلة العربية للنشر العلمي (AJSP)، العدد (٣٥).
٤. صالح، أحمد علي وآخرون (٢٠١٠)، الإدارة بالذكاءات منهج التميز الاستراتيجي والاجتماعي للمنظمات، ط١، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
٥. صفور مجد، قياس أبعاد الذكاء الاستراتيجي لدى مديري الشركات الخاصة والمتوسطة وأثرها في القدرات التنافسية في الجمهورية العربية السورية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (٣٣)، العدد (١)، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا.
٦. العاني، أسامة عبدالمجيد (٢٠١٢)، السنة النبوية واستشراف المستقبل، مجلة الدنانير، المجلد ١، العدد ١، الجامعة العراقية، بغداد، ص١٩٩-٢٣٨.
٧. العبيدي، محمد عبدالعزيز والسالم، قصي سالم (٢٠١٢)، الذكاء الاستراتيجي لتدعيم التدقيق: دراسة استطلاعية لآراء عينة من الرقباء الماليين في ديوان الرقابة المالية، المؤتمر العلمي السنوي (١١) لذكاء الأعمال، جامعة الزيتون الأردنية، عمان، الأردن.
٨. العزاوي، فراس رحيم يونس (٢٠١٦)، تعزيز الذكاء الاستراتيجي في استسقاء الواقع التطبيقي الفاعل لنظم المعلومات الاستراتيجية: بحث تطبيقي لشركات الاتصالات المتنقلة في إقليم كردستان، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (٢٢)، العدد (٩)، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
٩. عطا، خالدية مصطفى (٢٠١٥)، الذكاء الاستراتيجي وأثره في تحديد الخيار الاستراتيجي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في الشركة العامة لتصنيع الحبوب التابعة لوزارة التجارة، مجلة بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد (٤٣)، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة العراقية.
١٠. عمران، نضال عبدالهادي (٢٠١٥)، أثر الذكاء الاستراتيجي على الابداع التنظيمي: دراسة تطبيقية في شركة آسياسيل للاتصالات، مجلة بابل للعلوم الصرفة التطبيقية، المجلد (١٣)، العدد (٣)، جامعة الفرات الأوسط التقنية.
١١. قاسم، سعد حرب (٢٠١١)، أثر الذكاء الاستراتيجي على عملية اتخاذ القرارات: دراسة تطبيقية على المدراء في مكتب غزة الإقليمي التابع للانونروا، رسالة ماجستير منشورة في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، فلسطين، غزة.
١٢. محمد، رؤى سعد (٢٠٢٠)، مكونات تطبيق إدارة علاقات الزبائن ودورها في التسويق الشمولي: دراسة لآراء عينة من مديري المطاعم في إقليم كردستان، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم إدارة الأعمال، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة الموصل.
١٣. مطر، محمد عبدالهادي (٢٠١٨)، دور الذكاء الاستراتيجي في تعزيز سمعة المنظمات التعليمية: دراسة تطبيقية على وزارة التربية والتعليم بقطاع غزة، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الإسلامية، غزة.
١٤. هاشمي، اناس (٢٠١٩)، دور الذكاء الاستراتيجي في دعم التميز المؤسسي: دراسة حالة مؤسسة الشفق لصناعة البطاريات، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، الجزائر.

ثانياً: المصادر الأجنبية:

15. Abed, A.P.D.A.A. & Abbas, A.P.D.A.A. (2019). Transactional and Empowering Leadership as Two Modified Variables for the Relationship between Strategic Intelligence and the Strategic Map. Tikrit Journal of Administration and Economics Sciences, Vol. 15, No. 48, pp.544-587.
16. Abuzaid, Ahmad Nasse (2017), Exploring the Impact of strategic Intelligence on Entrepreneurial Orientation, International Journal of Business Management and Economic Research (IJBMER) Business Faculty, Tafial Technical University Tafila, Jordan Vol. 8 (17).
17. Agha, S., Atwa, E. & Hiwan, S. (2014), The Impact of strategic intelligence on firm performance and the mediator role of strategic flexibility: An empirical research in biotechnology industry International Journal of Management Science, 1(5).
18. Al Kharassani, F.A.R. & Hassan, A.M. (2021). Strategic intelligence and its impact on achieving the effectiveness of the national security apparatus/Field research. Review of International Geographical Education Online, Vol. 11, No.8, PP. 2255-2265.
19. Al Shobaki, AbdElal, A.A., M.J., Abu-Naser, S.S. & El Talla, S.A. (2021). The Impact of Strategic Planning on Crisis Management in Egyptian Ceramic Companies. International Journal of Academic Accounting, Finance & Management Research (IJAAFMR) ISSN: 2643-976X Vol. 5, No. 12, PP. 23-45.
20. Atwa, Eyad (2013), performance Management in the public Sector international Journal of public Sector Management, Vol. 22, No. 6, pp 478-498.
21. Barnea, A. (2020). Strategic intelligence: a concentrated and diffused intelligence model. Intelligence and National Security, Vol.35, No.5, PP.701-716, DOI: 10.1080/02684527.2020.1747004.
22. Barnea, A. (2020). Strategic intelligence: a concentrated and diffused intelligence model. Intelligence and National Security, 35(5), 701-716.
23. Bartolucci, V. & Gallo, G. (2013). Terrorism, system thinking and critical discourse analysis. Systems Research and Behavioral Science, Vol. 32, No. (1), PP. 15-27.
24. Hassan, Anwar Mustafa (2015), Effect of strategic intelligence and investment Decisions on the success of public projects investment in Iraq. Degree of Doctor of philosophy Commerce and Business studies Jamia Milla Islamia.
25. Izadi, M., Seiti, H. & Jafarian, M. (2022). Foresight: a new approach based on the Z-number cognitive map. European Journal of Futures Research, Vol.10, No.1, PP. 1-14.
26. Jelonek, D., Tien, N.H., Dao, M.T.H. & Minh, D.T. (2022). Comparative analysis of business strategy of Vietnamese real estate developers: The use of Hoffer matrix. International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation, Vol.3, No.1, PP. 197-204.
27. Leitner, M., Bentz, J., Lourenco, T.C., Swart, R., Allenbach, K. & Rohat, G.T. (2018). Foresight for policy & decision-makers. Work package 4-institutional strengthening. Task 4.3-promote foresight.
28. Liebowitz, J. (2010). Strategic intelligence, social networking, and knowledge retention. Vol.43, No.2, PP.87-89.
29. Maccoby Micheel. (2011), Strategic intelligence a conceptual system of Leadership for chong international society For performance Imporement, Vol. 50, No. 3.
30. Maccoby, M. (2001). The human side: Successful leaders employ strategic intelligence. Research-Technology Management, Vol. 44, No.3, pp. 58-60.
31. Maccoby, M. (2015). Strategic intelligence: Conceptual tools for leading change. Oxford University Press, USA.
32. Maccoby, Michael (2016), The Human Side: Successful Leaders Employ Strategic Intelligence, Journal homepage Research-Technology Management , 44:3, 58-60.

33. Marshall, C., Arteaga, S., Arcara, J., Cuentos, A., Armstead, M., Jackson, A. & Manchikanti Gómez, A. (2022). Barriers and Facilitators to the Implementation of a Community Doula Program for Black and Pacific Islander Pregnant People in San Francisco: Findings from a Partnered Process Evaluation. *Maternal and Child Health Journal*, Vol. 26, No. (4), PP. 872-881
34. McDowell, D. (2009). *Strategic Intelligence: A Handbook for Practitioners. Managers, and Users*, Scarecrow professional intelligence education series.
35. MCDwell, Don (2009). *Strategic intelligence a handBook for practitioners Management and users*, United states of America Scarecrow press, Inc.
36. Metoryer. E. (2002). *Competitive intelligence Turning intelligence into actions to Succeed Globally What it Means for SMEs Competia ararlabil*.
37. Shaked, H. & Schechter, C. (2013). Seeing wholes The Concept of systems thinking and it implementation in school leadership international review of education. 59 (6).
38. Sheri, A.M.A., Nori, N.R. & Gupta, S.K. (2021). The Role of Strategic Intelligence in Enhancing Effective Talent Management: A Study on some Academic Institutions of Duhok Governorate. *Academic Journal of Nawroz University*, Vol. 10, No. 2, PP.137-155.
39. Wibeck, V., Eliasson, K. & Neset, T.S. (2022). Co-creation research for transformative times: Facilitating foresight capacity in view of global sustainability challenges, *Environmental Science & Policy* Vol. 128, PP. 290-298.