



تأثير الاستشراف الاستراتيجي لزبائن المستقبل في الحد من الاضطراب الرقمي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في شركة آسيا سيل في محافظة النجف الأشرف

أ.د. حاكم حواري الخفاجي

جامعة الكوفة، كلية الإدارة والاقتصاد

Hakimg.alkhafaji@uokufa.ed

u.iq

الباحثة. هدى حيدر رزاق

جامعة الكوفة، كلية الإدارة والاقتصاد

hudah.alseedie@student.uokufa.edu.iq

okufa.edu.iq

المستخلص:

يهدف هذا البحث إلى اختبار تأثير الاستشراف الاستراتيجي لزبائن المستقبل في الحد من الاضطراب الرقمي، بما يعزز قدرة المنظمات على التكيف مع البيئة الرقمية المتغيرة. تم تطبيق الدراسة على مجتمع مكون من العاملين في متاجر الجملة والمفرد لبيع أجهزة الموبايل في مدينة النجف الأشرف، والبالغ عددهم (203) فرداً، حيث تم توزيع الاستبانة واسترجاع (144) استبانة صالحة للتحليل (141). اعتمد الباحثان الاستبانة كأداة رئيسة تضمنت ثلاثة محاور: المعلومات العامة للمستجيبين، مقياس الاستشراف الاستراتيجي لزبائن المستقبل، ومقياس الاضطراب الرقمي. تم تحليل البيانات باستخدام البرامج الإحصائية SPSS V.26 و Smart PLS V.24 و AMOS، مع الاستعانة بمجموعة من الأساليب الإحصائية للتحقق من الفرضيات.

أظهرت النتائج أن الاستشراف الاستراتيجي يسهم بشكل فاعل في فهم سلوك الزبائن المستقبلي وتوقع احتياجاتهم، مما يدعم دقة القرارات التسويقية والتكنولوجية للمنظمات. كما بينت النتائج أهمية إدراك الإدارات العليا للتكامل بين الاستشراف الاستراتيجي والتحول الرقمي، الذي لا يقتصر على الجانب التقني فقط، بل يتطلب مراعاة ديناميكيات السوق وسلوك الزبائن.

الكلمات المفتاحية: الاستشراف الاستراتيجي لزبائن المستقبل، الاضطراب الرقمي، التحول الرقمي.



The Impact of Strategic Foresight on Reducing Digital Disruption: A Survey Study of the Opinions of a Sample of Asiaccell Employees in Najaf Governorate

Huda Haidar Razzaq

University of Kufa, Faculty of
Administration and Economics

hudah.alseedie@student.uokufa.edu.i

q

Hakim Jabbori Al- Khafaji

University of Kufa, Faculty of
Administration and Economics

Hakimg.alkhafaji@uokufa.edu.iq

Abstract:

The purpose of this study is to examine the effect of strategic foresight of future customers in reducing digital disruption, thereby enhancing organizational adaptability to the dynamic digital environment. The study was applied to a population of 203 employees working in wholesale and retail mobile phone stores in Najaf, from whom 144 questionnaires were retrieved, and 141 were valid for analysis. The researchers employed a structured questionnaire as the primary tool, covering three dimensions: respondents' general information, strategic foresight of future customers, and digital disruption. Data were analyzed using SPSS V.26, Smart PLS V.24, and AMOS, supported by a set of statistical techniques to test the research hypotheses.

The findings revealed that strategic foresight plays a vital role in understanding future customer behavior and anticipating their needs, which strengthens the accuracy and flexibility of marketing and technological decisions. Furthermore, results highlighted the importance of top management's awareness of the integration between strategic foresight and digital transformation, emphasizing that transformation should not be limited to technology but must also consider market dynamics and future customer behavior.

Keywords: *Strategic foresight of future customers, digital disruption, digital transformation.*



المبحث الأول: المنهجية العلمية للبحث

سوف يتم تناول مجموعة من الخطوات المتسلسلة للوصول الى اهداف البحث وهي:

اولاً: مشكلة البحث والتساؤلات:

تشهد بيئة الأعمال تحولات تقنية متسارعة، خاصة في القطاعات المعتمدة على التكنولوجيا مثل قطاع الحواسيب وأجهزة الاتصال، ومن بينها سوق الهواتف المحمولة. حيث أصبحت هذه التغيرات تشكل تهديداً تنافسياً كبيراً للمنظمات العاملة في هذا القطاع، مما دفع الكثير منها إلى اعتماد استراتيجيات استشرافية تمكنها من التنبؤ بسلوك زبائن المستقبل واحتياجاتهم، بما يتيح التكيف مع التغيرات المستمرة وتقليل آثار الاضطراب الرقمي.

هل يؤثر الاستشراف الاستراتيجي في الحد من الاضطراب الرقمي؟

ووضع الباحثان مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تراها اسباب لمشكلة البحث وهي:

1. ما مدى تطبيق الاستشراف الاستراتيجي لزبائن المستقبل من وجهة نظر عينة الدراسة، وتأثيره في الحد من الاضطراب الرقمي؟

2. ما مستوى تأثير بعد المسح البيئي في الحد من الاضطراب الرقمي؟

3. ما مستوى تأثير بعد الاختيار الاستراتيجي في الحد من الاضطراب الرقمي؟

4. ما مستوى تأثير بعد تكامل القدرات في الحد من الاضطراب الرقمي؟

ثانياً: اهمية البحث

تظهر الاهمية من خلال الجانبين المعرفي والتطبيقي وكالاتي:

1. أهمية البحث المعرفية وتتضمن:

أ- تُعد هذه الدراسة محاولة علمية لاستكشاف وتحليل العلاقة بين الاستشراف الاستراتيجي لزبائن المستقبل بوصفه متغيراً مستقلاً والاضطراب الرقمي بوصفه متغيراً معتمداً، وهي علاقة لم تُدرس بشكل مباشر ومتكامل في البيئة المحلية بحسب اطلاع الباحثان، ما يُسهم في ردم فجوة معرفية قائمة في الأدبيات.

ب- يأتي هذا البحث ليسهم في إثراء الإطار النظري حول موضوع الاستشراف التسويقي والتحديات الرقمية، من خلال توظيف المفاهيم ضمن نموذج بحثي قابل للتطوير، بما يفتح الباب أمام دراسات مستقبلية تستكشف هذه العلاقة في قطاعات وأسواق مختلفة. تظهر أهمية البحث الحالي لإسهامها في رفد الجانب المعرفي من خلال عرض أفكار عدد من الباحثين فيما يخص متغير وجودة



الخدمة وبشكل خاص متغير سلوك القيادة بصورة شاملة، من خلال تبني مقياس هذا المتغير لتطبيقه لأول مره في البيئة المحلية والعربية.

2. أهمية البحث التطبيقية

- أ- تحسين تخصيص تجربة الزبون: يتيح الاستشراف الاستراتيجي إمكانية تخصيص العروض التسويقية والخدمات وفقاً لتفضيلات الزبائن وسلوكياتهم المتوقعة، مما يزيد من ولاء الزبائن ورضاهم.
- ب- رفع كفاءة استخدام الموارد التسويقية: من خلال التنبؤ بسلوك الزبائن المستقبلي، يمكن تقليل الهدر وتحقيق استخدام أمثل للموارد التسويقية، وزيادة العائد على الاستثمار.
- ت- رفع كفاءة استخدام الموارد التسويقية: من خلال التنبؤ بسلوك الزبائن المستقبلي، يمكن تقليل الهدر وتحقيق استخدام أمثل للموارد التسويقية، وزيادة العائد على الاستثمار.
- ث- تطوير حلول تكنولوجية رقمية: تعزز دراسة الاضطراب الرقمي الحاجة لتبني تقنيات حديثة تدعم تجربة الزبون الرقمية وتحافظ على الموقع التنافسي للشركات. يستطيع الباحثون الاستفادة من المقترحات المستقبلية للدراسة الحالي في بعض الدراسات التي تختص في هذا الجانب.

ثالثاً: أهداف البحث

تؤدي تساؤلات البحث الحالي إلى مجموعة من الاهداف تتمثل بما يأتي:

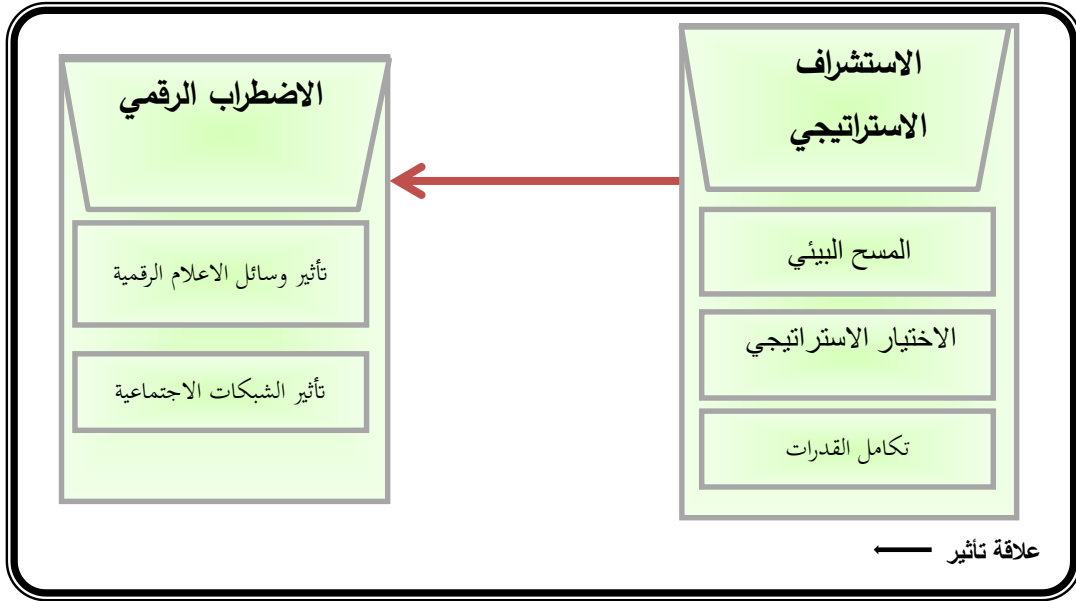
1. تحليل مستوى العلاقة التأثيرية بين الاستشراف الاستراتيجي لزبائن المستقبل وأبعاده والاضطراب الرقمي ضمن عينة الدراسة.
2. قياس مستوى أهمية المتغيرات الرئيسية والفرعية إحصائياً على مستوى عينة الدراسة.
3. قياس تأثير الاستشراف الاستراتيجي لزبائن المستقبل في الحد من الاضطراب الرقمي.
4. تحديد السبل المناسبة للحد من الاضطراب الرقمي لدى عينة الدراسة واقتراح المعالجات الملائمة لذلك.

رابعاً: الفرضيات والأنموذج الفرضي البحث

استناداً إلى الدراسات السابقة التي تم الاطلاع عليها والتي حددت مقياس وأبعاد هذه المتغيرات. المقاييس لبناء العلاقة بين المتغيرات، والتي تستند إلى العلاقات المنطقية السبب والنتيجة بينهما، المقاييس (Amniattalab & Ansari, 2016) (Chang & Chang, 2023) واستناداً إلى هذه الدراسات تم بناء المخطط الفرضي الذي يوضح طبيعة العلاقة بين متغيرات البحث الحالي.



- 1- **الفرضية الرئيسية للارتباط:** توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية سلبية بين الاستشراف الاستراتيجي لزبائن المستقبل وابعاده والاضطراب الرقمي بابعاده مجتمعة.
- 2- **فرضية التأثير الرئيسية:** يوجد تأثير معنوية ذو دلالة احصائية سلبية لمتغير الاستشراف الاستراتيجي لزبائن المستقبل وابعاده في الاضطراب الرقمي بابعاده مجتمعة ومنها ثلاث فرضيات فرعية هي:
- الفرضية الفرعية الاولى: يوجد تأثير معنوية ذو دلالة احصائية سلبية لبعد المسح البيئي في الاضطراب الرقمي بابعاده مجتمعة.
- الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير معنوية ذو دلالة احصائية سلبية لبعد الاختيار الاستراتيجي في الاضطراب الرقمي بابعاده مجتمعة.
- الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد تأثير معنوية ذو دلالة احصائية سلبية لبعد الاختيار الاستراتيجي في الاضطراب الرقمي بابعاده مجتمعة.



الشكل (1) نموذج البحث الإفتراضي

المصدر: من اعداد الباحثان

خامساً: مجتمع البحث

تم توزيع 149 استبانة على العاملين في متاجر الجملة والتجزئة في مدينة النجف الاشرف بصورة مباشرة وقد اعتمدت الباحثان على اسلوب العينة العشوائية في عملية التوزيع . في ادناه سيتم توضيح تفاصيل الاستبانة ونسبة الاستجابة من خلال الجدول التالي.



الجدول (1) يمثل نسبة الاستجابة

نسبة الاستجابة	العدد	تفاصيل الاستبانة
100%	149	عدد الاستبانات الموزعة
3%	5	الاستبانات التي لم يتم استرجاعها
97%	144	عدد الاستبانات التي تم استرجاعها
2%	3	عدد الاستبانات التي لم تملأ بشكل كامل
98%	141	عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الاحصائي

سادساً: وصف العوامل الديموغرافية للمستجيبين

ان تحليل المتغيرات الديموغرافية للمستجيبين (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل العلمي، سنوات

الخدمة) يمكن توضيحها كما في الجدول (2)

جدول (1) وصف العوامل الديموغرافية للمستجيبين

العامل	التصنيف	عدد المشاركين	النسبة المئوية للمشاركين
النوع الاجتماعي	ذكر	88	62
	أنثى	53	38
	المجموع	141	100
العمر	أقل من 20	33	23
	من 21-30	50	36
	من 31-40	29	21
	من 41-50	19	13
	51 فأكثر	10	7
	المجموع	141	100
	متوسطة	22	16
	اعدادية	45	32
	دبلوم	7	5
	بكالوريوس	63	45
	ماجستير	4	2
	المجموع	141	100
سنوات الخدمة	أقل من 3 سنوات	53	38
	أقل من 5 سنوات	40	28
	أقل من 10 سنوات	32	23
	أكثر من 10 سنوات	16	11
	المجموع	141	100

المصدر: برنامج SPSS V.26



المبحث الثاني: الجانب النظرية

أولاً: الاستشراف الاستراتيجي لزبائن المستقبل Customer

1. مفهوم الاستشراف الاستراتيجي لزبائن المستقبل

الاستشراف الاستراتيجي انه عملية تخيل مستقبل مختلف قد تتطور فيه بيئة المنظمة الخارجية يمكن لصانعي القرار الاستراتيجيين توقع العديد من الاحتمالات والنتائج المستقبلية من خلال التفكير في الاحتمالات المتنوعة من خلال صياغة سيناريوهات مستقبلية بناءً على الاتجاهات والشكوك. نتيجة لذلك، من خلال تقديم أوصاف متعددة وافتراضية للمستقبل ، يتجنب مكون الاستشراف الاستراتيجي التنبؤ. نتيجة لذلك، يندرج الاستشراف الاستراتيجي ضمن فئة تطوير السيناريو، وهي مجموعة فرعية من تقنيات الإسقاط. السيناريوهات هي قصص مستقبلية تصور سيناريوهات مستقبلية واقعية، ينتهي كل منها بحالة مستقبلية مختلفة (Elmi & Kinyua, 2022:75). نهج متميز يتضمن جوانب معرفية متعددة، وله مكون عاطفي، ويعتمد على رواية القصص التي تنقل الاحتمالية إلى ما وراء الخيال. (Manu, 2022: 94) مجموعة القدرات الديناميكية التي تتيح للشركات تحديد العوامل التي تؤدي إلى التغيير ومراقبتها وتفسيرها وتحفيز الاستجابات التنظيمية المناسبة بما يؤدي الى تعزيز قدراتها على الابتكار. (Schwarz et al., 2023:150) مجموعة من الممارسات التي تساعد الجهات الفاعلة على اختيار المسار الأمثل للمضي قدما من خلال فهم النتائج المحتملة. (Mohammadi, 2023: 43) يمثل قدرة القيادات الإدارية على تحليل المعطيات واستشراف التغيرات المحتملة في البيئة الخارجية، والاستفادة من الفرص المتاحة، وتزويد صناع القرار بالمعلومات اللازمة لوضع تصورات مستقبلية فعالة (الطائي, 2024:187)

2- ابعاد الاستشراف الاستراتيجي لزبائن المستقبل

بعد أن تطرقنا الى مفهوم الاستشراف الاستراتيجي لابد أن نتطرق الى ابعاد التي تكون الاستشراف الاستراتيجي وهي كالتالي:

أ. المسح البيئي Environmental Scanning

تمثل بالمتابعة المنهجية لبيئة الأعمال الداخلية والخارجية بهدف التعرف على القوى المؤثرة والتقنيات الحديثة، وفهم مواقف المنافسين الأساسيين، إلى جانب تنظيم الجهود المؤسسية التي تدعم عمليات التغيير، بما يساعد على تحديد توجهات التطور المستقبلية. (Rohrbeck & Bade,)



5:2012) يُعد المسح البيئي نشاطًا أساسيًا لاستشراف المستقبل، ويتمثل في جمع وتحليل المعلومات من البيئة الداخلية والخارجية لتحديد الاتجاهات والقوى المؤثرة مثل التقنية والمنافسة والسياسات. يوفر هذا البعد الأساس لفهم البيئة وتجنب المفاجآت (Rohrbeck & Bade, 2012؛ Elmi & Kinyua, 2022). يشمل ذلك تحليل الاتجاهات الاجتماعية والديموغرافية، السياسية، والاقتصادية التي تؤثر على مستقبل المنظمة. (Wheelen & Hunger, 2008؛ Grim, 2009).

ب. الاختيار الاستراتيجي Strategic Choice

يعبر عن قدرة المنظمة على تحليل البيانات المستقبلية واتخاذ قرارات استراتيجية بناءً على رؤية واضحة وطموحات أصحاب المصلحة (Hassanabadi, 2019؛ Morden, 2007). يتضمن هذا البعد التخطيط الاستراتيجي وصياغة السيناريوهات ورسم خرائط الطريق، وهو يحدد المسارات البديلة للعمل في ظل الموارد المتاحة والظروف المتوقعة. الاستراتيجية هنا لا تتكون من قرار واحد بل من سلسلة من الاختيارات المترابطة (Downey & Rohlinger, 2008؛ Barney & Hesterly, 2012).

ج. تكامل القدرات Capabilities Integration

يتعلق بكيفية تنسيق وتوحيد المعرفة داخل المنظمة من خلال دمج الموارد الداخلية والخارجية لتطوير القدرات التنظيمية وتحقيق أهداف الاستشراف (Akwele, 2007؛ Wall et al., 2010). يشمل ذلك استراتيجيات مثل التحالفات، والاستحواد، وتطوير المنتجات، مع أهمية التنسيق الرسمي وغير الرسمي لتحقيق الكفاءة التنظيمية. يؤكد هذا البعد على أهمية القيادة والثقافة التنظيمية في تسريع نقل المعرفة وتحقيق الأداء الديناميكي. (Abu Ajen, Elmi & Kinyua, 2022؛ 2010).

ثانياً: الاضطراب الرقمي Digital Disruption

1. مفهوم الاضطراب الرقمي

إنها الوظائف والعمليات الرقمية التي تكون معرضة للخطر بطرق جديدة وغير متوقعة. وينطبق هذا الضعف على كل من العمليات العادية والعمليات التي تصنفها الحكومة على أنها بالغة الأهمية، لأن معظم العمليات الحرجة مرتبطة بالفعل بالبنية الأساسية الرقمية. "البنية الأساسية الرقمية" تعني جميع المرافق لتخزين البيانات الرقمية وتبادلها ومعالجتها. (Schrijvers et al., 2021: 13) وهي قوة تحويلية قلبت ممارسات التسويق التقليدية رأساً على عقب وخلقت إحساساً بالحاجة الملحة



للمنظمات للتكيف مع ديناميكيات التسويق الجديدة. (Olson et al., 2021: 287). إجراءً تنبيهاً لكيفية استجابة مؤسسات الأعمال للتغيرات المرتبطة بالطبيعة السريعة والمنهجية للبيئة. وقد يكون من الصعب للغاية تغيير طبيعة المنظمات التي اجتازت آثار الاضطرابات التي حدثت في الماضي مقارنة باللحظات الحالية المفترضة للعمليات والاضطراب الرقمي يمكن أن يؤدي إلى فوائد أقل في المواقف. (Nyagadza, 2022:4) التحول في السلوكيات والتوقعات نتيجة الاستفادة من القدرات الرقمية أو القنوات أو الأصول التكنولوجية، أو ما يُعبّر عنه من خلالها، ويؤدي هذا التحول إلى تغييرات جوهرية في الثقافة التنظيمية أو السوق أو العمليات أو الصناعات. يحدث ذلك عندما تُحدث التقنيات والخدمات الرقمية ونماذج الأعمال المبتكرة تحولاً في القيمة المقدمة للسلع والخدمات القائمة، مما يؤدي إلى زعزعة الوضع القائم ويدفع المؤسسات إلى إعادة النظر في أسواقها ومنتجاتها، وربما إلى تعديلها جذرياً لمواكبة الواقع الجديد (Jones,2023:72).

2. ابعاد الاضطراب الرقمي

3. بعد أن تطرقنا الى مفهوم الاضطراب الرقمي لابد أن نتطرق الى ابعاد التي تكون الاضطراب الرقمي وهي كالتالي:

أ. **تأثير وسائل الإعلام الرقمية Impact of Digital Media:** تشمل الوسائط الرقمية المنتديات، مواقع الإنترنت، الأخبار الإلكترونية، والتواصل الشفهي عبر الشبكة، وتؤثر على قرارات الزبائن من خلال تزويدهم بمعلومات اجتماعية ومعلوماتية. يميل الزبائن المتعلمون إلى الاعتماد على هذه الوسائط باعتبارها مصادر موثوقة عند مواجهة صعوبات في اتخاذ القرار (Dimock, 2019؛ Parker & Igielnik, 2020). تشير أبحاث Tyson et al (2021) إلى أن الأفراد يقبلون المعرفة المكتسبة من الوسائط كحقيقة، مما يؤدي إلى تعديل سلوكهم بناءً على ما يرونه مناسباً لنظام قيمهم. كما يبرز Lee et al (2011) أهمية هذا التأثير في قضايا تتعلق بالسلامة والوعي التكنولوجي، مما يزيد من اعتماد الزبائن على المعلومات الرقمية.

ب. **تأثير الشبكات الاجتماعية Impact of Social Media:** الاضطراب الرقمي غير جذرياً طريقة تواصل الأفراد، حيث أصبحت الشبكات الاجتماعية تمثل بيئة تنشئة اجتماعية جديدة، خصوصاً عبر الهواتف الذكية (Sohn, 2014). على الرغم من سهولة الوصول للمعلومات عبر الإنترنت، إلا أن بعض الأفراد يفضلون الاعتماد على شبكاتهم الاجتماعية الشخصية



لضمان مصداقية المحتوى (Sturiale & Scuderi, 2013). تسمح هذه الشبكات بتبادل وجهات النظر والخبرات، مما يعزز الانتماء ويزيد من تأثير الآخرين في قرارات الفرد (Lueg et al., 2006). يوضح Kelman (1958) أن التأثير الاجتماعي ينبع من الرغبة في الامتثال والتقدير، مما يجعل التفاعل في الشبكات الاجتماعية محفزاً قوياً لتبني السلوكيات أو المعتقدات.

المبحث الثالث: الجانب العملي

يتضمن الفقرات ذات العلاقة بالجانب العملي وهي:

أولاً: ترميز متغيرات وفقرات ومقياس البحث

يسعى البحث الحالي الى تفسير وتحديد طبيعة العلاقة بين متغيرات رئيسية هي الاستشراف الاستراتيجي بوصفه متغيراً مستقلاً والذي يتكون من ثلاثة ابعاد هي: (المسح البيئي، الاختيار الاستراتيجي، تكامل القدرات) والاضطراب الرقمي بوصفه متغيراً تابعاً ويتألف من بعدين هما: (تأثير وسائل الإعلان الرقمية، تأثير الشبكات الاجتماعية) وتم وضع رموز بسيطة لمتغيرات وابعاد الدراسة والغرض من ذلك هو لتحقيق السهولة في التحليل الاحصائي والتي سيتم توضيحها في الجدول ادناه

جدول (3) ترميز متغيرات وابعاد مقياس البحث وعدد فقراته

المتغير	رمز المتغير	البعاد	رمز البعد	عدد الفقرات	معامل الفا كرو نباخ للمتغيرات	معامل الفا كرو نباخ للأبعاد
الاستشراف الاستراتيجي	SF	المسح البيئي	Esc	6	.920	.867
		الاختيار الاستراتيجي	Ss	8		.795
		تكامل القدرات	Cin	6		.908
الاضطراب الرقمي	Ddis	تأثير وسائل الإعلان الرقمية	Imda	3	.881	.851
		تأثير الشبكات الاجتماعية	Imsm	3		.941

المصدر: من اعداد الباحثان

الصدق البنائي التوكيدي Confirmatory Factor Validity

لقد تم التحقق من توافر صدق البناء التوكيدي عن طريق اجراء التحليل العاملي التوكيدي الذي يعد من اهم تطبيقات معادلة النمذجة الهيكلية. يهدف هذا التحليل الى التعرف على طبيعة الانموذج



الافتراضي والذي يتكون من المتغيرات الكامنة والتي تمثل الأبعاد المفترضة للمقياس والتي من خلالها يتم توجيه الاسهم الى المتغيرات المقاسة او المتغيرات التابعة.

جدول (4) مؤشرات جودة المطابقة

ت	المؤشرات	قاعدة جودة المطابقة
1	مؤشر المطابقة المقارن (CFI) Comparative Fit Index	أكبر من او تساوي 0.90
2	مؤشر المطابقة المعياري (NFI) Normed Fit Index	أكبر من او تساوي 0.90
3	مؤشر المطابقة المعياري (GFI) Goodness of Fit Index	أكبر من او تساوي 0.90
4	مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	أقل من او تساوي 0.08

المصدر من اعداد الباحثان بالاستناد الى

Source : Hair, J., Hult., Ringle, C. & Sarstedt, M. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM. Los Angeles: Sage.

التحليل الوصفي لمتغير الاستشراف الاستراتيجي

من خلال الجدول رقم (5) الذي يمثل لبعده المسح البيئي

1. التحليل الوصفي لبعده المسح البيئي

جدول (5) التحليل الوصفي لبعده مستوى توافر المسح البيئي

رمز الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية
ESC1	3.664	1.242	0.733
ESC2	3.773	1.178	0.755
ESC3	3.840	1.160	0.768
ESC4	3.920	1.054	0.784
Esc5	3.822	1.170	0.764
Esc6	3.859	1.088	0.772
المعدل	3.813	0.818	0.763

المصدر : برنامج SPSS V .26



جدول (6) التحليل الوصفي لبعده الاختيار الاستراتيجي:

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	رمز الفقرة
0.804	0.991	4.018	Ss1
0.725	1.043	3.626	Ss2
0.737	1.080	3.687	Ss3
0.717	1.099	3.583	Ss4
0.725	1.144	3.626	Ss5
0.713	1.106	3.564	Ss6
0.718	1.206	3.589	Ss7
0.734	1.060	3.669	Ss8
0.734	0.824	3.670	المعدل

المصدر: برنامج SPSS V. 26

جدول (7) التحليل الوصفي لبعده تكامل القدرات

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	رمز الفقرة
0.758	1.027	3.791	Cin1
0.751	0.950	3.755	Cin2
0.760	1.123	3.798	Cin3
0.774	0.982	3.871	Cin4
0.773	0.899	3.865	Cin5
0.735	1.065	3.675	Cin6
0.759	0.818	3.793	المعدل

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج SPSS V. 26

وبناء على ما تقدم تبين نتائج التحليل الاحصائي التي تم ذكرها تبين ان كافة ابعاد الاستشراف الاستراتيجي كانت متوافرة في (متاجر الجملة والمفرد لبيع اجهزة الموبايل في مدينة النجف الاشرف) وكانت ضمن المستويات المقبولة وهذا يدل بوجود رغبة من قبل المتاجر عينة الدراسة لتطبيق ابعاد الاستشراف الاستراتيجي.

ويمكن تلخيص ابعاد الاستشراف الاستراتيجي في الجدول (8)



جدول (8) ابعاد مستويات الاستشراف الاستراتيجي

الاهمية النسبية	الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البعد
1	0.763	0.818	3.813	المسح البيئي
3	0.734	0.824	3.670	الاختيار الاستراتيجي
2	0.759	0.818	3.793	تكامل القدرات

المصدر: برنامج SPSS V. 26

من خلال ما تم عرضه في الجداول أعلاه فإن الوسط الحسابي لبعد المسح البيئي (3.813) والانحراف المعياري (0.818) والاهمية النسبية (0.763)، فإن الوسط الحسابي لبعد الاختيار الاستراتيجي (3.670) والانحراف المعياري (0.824) والاهمية النسبية (0.734) اما الوسط الحسابي لبعد تكامل القدرات (3.793) والانحراف المعياري (0.818) والاهمية النسبية (0.759) ومن خلال ذلك يشترط الى اتفاق مجتمع البحث من وجهات المتفق عليه.

التحليل الوصفي لمتغير الاضطراب الرقمي

في هذه الفقرة سيتم استعمال مجموعة من اختبارات التحليل الوصفي لاراء المستجيبين في متاجر الجملة والمفرد لبيع اجهزة الموبايل في مدينة النجف الاشرف تجاه متغير الاضطراب الرقمي ومن خلال ابعاده المعتمدة عن طريق استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية في الدراسة الحالية وعلى النحو الاتي

1- التحليل الوصفي لبعد تأثير وسائل الإعلان الرقمية

جدول (9) التحليل الوصفي لبعد تأثير وسائل الإعلان الرقمية

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	رمز الفقرة
0.669	0.772	3.345	Imda1
0.629	0.826	3.147	Imda2
0.748	0.800	3.739	Imda3
0.682	0.596	3.410	المعدل

المصدر: برنامج SPSS V. 26

2- التحليل الوصفي لبعد تأثير الشبكات الاجتماعية



جدول (10) التحليل الوصفي لبعث تأثير الشبكات الاجتماعية

رمز الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية
Imsm1	3.904	0.854	0.781
Imsm2	3.466	1.258	0.693
Imsm3	3.074	0.991	0.615
المعدل	3.481	0.832	0.696

المصدر: برنامج SPSS V. 26

وبناء على ما تقدم تبين نتائج التحليل الاحصائي التي تم ذكرها تبين ان كافة ابعاد الاضطراب الرقمي كانت متوافرة في (متاجر الجملة والمفرد لبيع اجهزة الموبايل في مدينة النجف الاشرف) وكانت ضمن المستويات المقبولة وهذا يدل بوجود رغبة من قبل المتاجر عينة الدراسة لتطبيق ابعاد الاضطراب الرقمي. ويمكن تلخيص ابعاد الاضطراب الرقمي في الجدول (11)

جدول (11) أبعاد مستويات الاضطراب الرقمي

الاهمية النسبية	الاهمية الترتيبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البعث
0.682	1	0.596	3.410	تأثير وسائل الإعلان الرقمية
0.696	2	0.832	3.481	تأثير الشبكات الاجتماعية

المصدر: برنامج SPSS V. 26

من خلال ما تم عرضه في الجداول أعلاه فإن الوسط الحسابي لبعث تأثير وسائل الإعلان الرقمية فإن المتوسط الحسابي (3.310) والانحراف المعياري (0.596) والاهمية النسبية (0.682) اما الوسط الحسابي لبعث تأثير الشبكات الاجتماعية فإن المتوسط الحسابي (3.481) والانحراف المعياري (0.832) والاهمية النسبية (0.696) ومن خلال ذلك يشترط الى اتفاق مجتمع البحث من وجهات المتفق عليه.

اختبار فرضية علاقة الارتباط بين الاستشراف الاستراتيجي والاضطراب الرقمي

بينت هذه الفرضية وجود علاقة ارتباط عكسية بين الاستشراف الاستراتيجي والاضطراب الرقمي. تشير النتائج الواردة في الجدول (12) إلى وجود ارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع، بمعامل ارتباط (**-0.581) ومستوى دلالة (0.01)، وهو أقل من مستوى الدلالة التي افترضتها الباحثة (0.05). وبالتالي تم قبول الفرضية. وهذا يشير أن زيادة الاستشراف



الاستراتيجي في متاجر الجملة والتجزئة لبيع اجهزة الموبايل في مدينة النجف الاشرف فانه يسهم في انخفاض الاضطراب الرقمي في المتاجر عينة الدراسة.

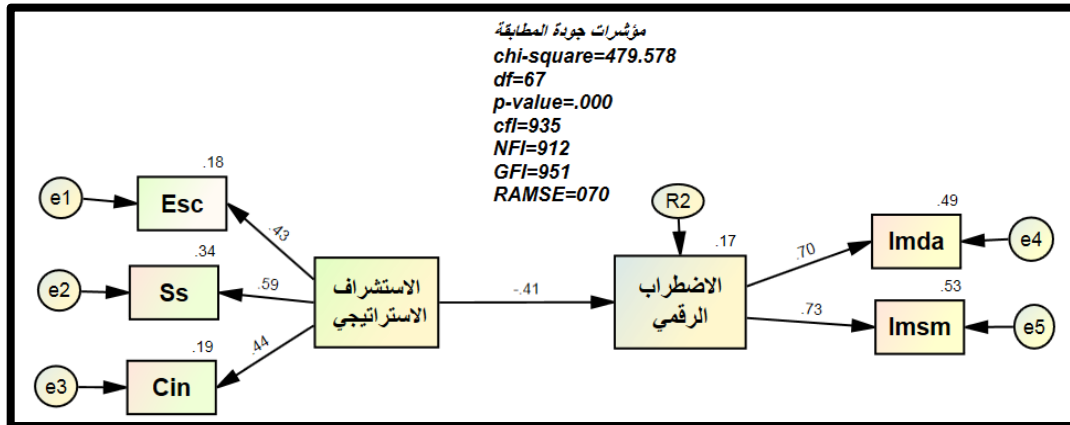
جدول (12) علاقات الارتباط بين الاستشراف الاستراتيجي والاضطراب الرقمي

الاستشراف الاستراتيجي	الاضطراب الرقمي	معامل الارتباط	مستوى المعنوية	النتيجة
		-.581**	0.01	تقبل الفرضية

المصدر من اعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج spss.v.26

اختبار فرضية التأثير بين الاستشراف الاستراتيجي والاضطراب الرقمي

تبين هذه الفرضية وجود تأثير سالب ومعنوي لمتغير الاستشراف الاستراتيجي في الاضطراب الرقمي من وجهة نظر العاملين في متاجر الجملة والتجزئة في محافظة النجف الاشرف. يوضح الشكل نموذج المعادلة الهيكلية الذي تم أنشائه من قبل الباحث لغرض القيام في عملية الاختبار كما في الشكل (2)



الشكل (2) تصميم نموذج المعادلات الهيكلية

يوضح ان النموذج يحقق القبول الإحصائي بناءً على مقاييس جودة المطابقة التي تم الحصول عليها، حيث كان مؤشر CFI أعلى من 90، وكان مؤشر GFI أعلى من 90، كما تجاوز مؤشر NFI 90، وكان مؤشر RMSEA أقل من 80. يبين هذا النموذج الاستشراف الاستراتيجي على الاضطراب الرقمي. وكان معامل التأثير بين متغيرات البحث (-.415)، كما هو موضح في الجدول أدناه، بمستوى دلالة (0.001)، مما يثبت صحة قبول هذه الفرضية. علاوة على ذلك، كان معامل التحديد R^2 (0.17) مما يدل على أن المتغير المستقل (الاستشراف الاستراتيجي) قد فسر



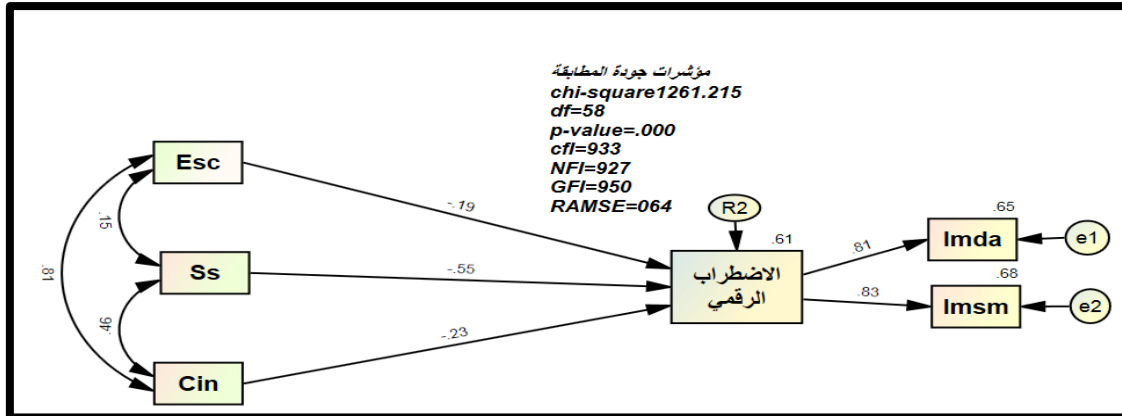
(0.17) من العوامل التي تؤثر على المتغير التابع (الاضطراب الرقمي) بينما تتعلق النسبة المتبقية بعوامل أخرى لم يتم تناولها في هذا البحث.

الجدول (13) معامل التأثير بين الاستشراف الاستراتيجي والاضطراب الرقمي

P	معامل التحديد R ²	C.R	S.E	S.R.W	المسار	
0.001	0.17	-7.419	.081	-.415	الاضطراب الرقمي	الاستشراف الاستراتيجي <--

المصدر: برنامج AMOS v.24

يستنتج الباحثان ومن خلال النتائج في الجدول (13) اعلاه ان زيادة الاستشراف الاستراتيجي في المتاجر عينة الدراسة يساهم في انخفاض الاضطراب الرقمي والشكل (3) يوضح نموذج المعادلة الهيكلية الذي تم أنشائه من قبل الباحثان لغرض اختبار الفرضيات الفرعية التي تنبثق من الفرضية الرئيسية.



الشكل (3) انموذج المعادلات الهيكلية لاختبار فرضيات التأثير الفرعية لا بعدد الاستشراف الاستراتيجي على الاضطراب الرقمي

يوضح ان النموذج يحقق القبول الإحصائي بناءً على مقاييس جودة المطابقة التي تم الحصول عليها، حيث كان مؤشر CFI أعلى من 90، وكان مؤشر GFI أعلى من 90، كما تجاوز مؤشر NFI 90، وكان مؤشر RMSEA أقل من 80. يبين هذا النموذج تأثير ابعاد الاستشراف الاستراتيجي في الاضطراب الرقمي. علاوة على ذلك فقد بلغ معامل التحديد R² (0.61) وبالتالي فان ابعاد متغير الاستشراف الاستراتيجي قد فسرت (0.61) من العوامل التي تفسر متغير الاضطراب الرقمي، بينما تتعلق النسبة المتبقية بعوامل أخرى لم يتم تناولها في هذا البحث.



جدول (142) نتائج التأثير بين ابعاد الاستشراف الاستراتيجي والاضطراب الرقمي

P	معامل التحديد R ²	C.R	S.E	S.R.W	المسار		
0.001	0.61	-3.448	.037	-.195	الاضطراب الرقمي	<---	Esc
0.001		-8.354	.064	-.553	الاضطراب الرقمي	<---	Ss
0.001		-5.165	.042	-.232	الاضطراب الرقمي	<---	Cin

المصدر: برنامج AMOS v.24

ومما سبق يستنتج الباحثان انه كلما زادت ابعاد الاستشراف الاستراتيجي المتمثلة في (بعد المسح البيئي, بعد الاختيار الاستراتيجي ,بعد تكامل القدرات) في المتاجر عينة الدراسة كلما انخفض الاضطراب الرقمي في المتاجر محل الدراسة وبناء على ما تقدم يمكن اختبار الفرضيات الفرعية المنبثقة لفرضية تأثير ابعاد الاستشراف الاستراتيجي في الاضطراب الرقمي على النحو الاتي:

1-الفرضية الفرعية الاولى: تبين هذه الفرضية وجود تأثير سالب ومعنوي بين بعد المسح البيئي والاضطراب الرقمي من وجهة نظر العاملين في متاجر الجملة والتجزئة لبيع اجهزة الموبايل في مدينة النجف الاشرف). والنتائج الواضحة في الجدول (14) تبين قيمة معامل التأثير بين المتغيرات والتي بلغت (-195) وكانت دالة احصائيا وعند مستوى معنوية (0.001) وهذه النتائج تشير بوضوح الى قبول الفرضية

2-الفرضية الفرعية الثانية : تبين هذه الفرضية وجود تأثير سالب ومعنوي بين بعد الاختيار الاستراتيجي والاضطراب الرقمي من وجهة نظر العاملين في متاجر الجملة والتجزئة لبيع اجهزة الموبايل في مدينة النجف الاشرف). والنتائج الواضحة في الجدول (14) تبين قيمة معامل التأثير بين المتغيرات والتي بلغت (-.553) وكانت دالة احصائيا وعند مستوى معنوية (0.001) وهذه النتائج تشير بوضوح الى قبول الفرضية

3-الفرضية الفرعية الثالثة : تبين هذه الفرضية وجود تأثير سالب ومعنوي بين بعد تكامل القدرات والاضطراب الرقمي من وجهة نظر العاملين في متاجر الجملة والتجزئة لبيع اجهزة الموبايل في مدينة النجف الاشرف). والنتائج الواضحة في الجدول (14) تبين قيمة معامل التأثير بين المتغيرات والتي بلغت (-.232) وكانت دالة احصائيا وعند مستوى معنوية (0.001) وهذه النتائج تشير بوضوح الى قبول الفرضية .



المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

تم التوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات من خلال نتائج الجانب العملي وهي:
تم التوصل إلى الاستنتاجات العملية من خلال التحليل العملي للبيانات التي تم جمعها وتحليلها ومناقشة نتائجها من عينة الدراسة وهي:

1- كانت عينة الدراسة تدرك أهمية الاستشراف الاستراتيجي لزبائن المستقبل ودور عواطف الاستهلاك في الحد من الاضطراب الرقمي، وهذا ظهر من خلال نتائج التحليل الوصفي بان الوسط الحسابي كان اكبر من الوسط الفرضي.

2- ظهر من خلال نتائج التحليل الاحصائي وجود تأثير معنوي سالب للاستشراف الاستراتيجي لزبائن المستقبل في الحد من الاضطراب الرقمي. اذ كلما كانت الشركات تمارس الاستشراف بشكل كبير ودقيق وبشكل مستمر فانه يؤدي الى معرفة حاجات الزبائن والتطور التقني للمنافسين مما يجعلها لا تتعرض الى حالة الاضطراب الرقمي لمنتجاتها من قبل المنافسين.

3- وجود تأثير معنوي وسالب بين بعد المسح البيئي والاضطراب الرقمي من وجهة نظر العاملين وهذا يعني انه كلما بذلت الشركات جهود مناسبة لمسحها البيئي للشركات المنافسة وبما تقدمه من تطور تقني فانها سوف تستطيع الحد من الاضطراب الرقمي تجاه منتجاتها.

4- ظهر وجود تأثير سالب ومعنوي بين بعد الاختيار الاستراتيجي والاضطراب الرقمي اي انه كلما كان الاختيار الاستراتيجي من قبل الشركات المنافسة مثل السيناريوهات التي تساعد على زيادة قدرة الاتصال لنتائج استشرافها، والمشاركة في الطريقة ، كما في رسم خرائط الطريق وإنتاج النتائج التي يتم توصيلها بسهولة والتي تتشكل من خلال تحليل البيانات ورؤيتهم لنتائجها والتخطيط، فانه سوف ينعكس بمساعدتهم في الحد من اثار الاضطراب الرقمي.

5- تبين النتائج وجود تأثير سالب ومعنوي بين بعد تكامل القدرات والاضطراب اي الشركات المنافسة ان تعمل على تنسيق ودمج المعرفة داخل المنظمة وتشمل الخارجية علاقة المنظمة بالمستفيد او الزبون التعاون التقني والداخلية فتنتمثل بإجراءات تطوير الخدمات أو المنتجات لاتخاذ القرارات الاستراتيجية من قبل المديرين، وكلما كان تكامل القدرات عالي سوف يسهم في الحد من الاضطراب الرقمي.

ثانياً: التوصيات



صاغ الباحثان التوصيات المناسبة للاستنتاجات وهي:

1. تشجيع شركات الهواتف المحمولة على الاهتمام بالاستشراف الاستراتيجي لتلبية حاجات الزبائن المستقبلية من خلال بحوث السوق، ومراقبة تطورات المنافسين التقنية.
2. ضرورة متابعة التطورات التقنية للمنافسين باستمرار، وتشخيص حاجات الزبائن بدقة عبر برامج بحوث تسويقية، لتقليل الاضطراب الرقمي.
3. بذل جهود كبيرة في المسح البيئي من خلال الكوادر المؤهلة والأدوات التحليلية المناسبة، للحصول على بيانات دقيقة تدعم القرارات الاستراتيجية.
4. التركيز على عملية الاختيار الاستراتيجي من خلال تحسين أدوات التخطيط وتحليل البيانات وتدريب الموارد البشرية، بهدف اختيار البدائل الأفضل في ضوء نتائج الاستشراف.
5. تعزيز تكامل القدرات الداخلية والخارجية بهدف تطوير المنتجات بناءً على الاستشراف، مما يساعد في الحد من التعرض للاضطراب الرقمي.
6. أهمية الدمج بين الاستشراف الاستراتيجي وعواطف المستهلك كممارسة مترابطة، لتقليل تعرض الشركات للاضطراب الرقمي عبر تطوير منتجات تلئم المستقبل وسلوك الزبون.

المصادر

1. Al, A. P. D. A. H. (2022). The role of visionary leadership in reducing Functional Deviation An exploratory study of the opinions of a sample of administrative leaders for university of Mosul. *Tikrit Journal of Administration and Economics Sciences*, 18(60 part 2).
2. Bungatang, B., & Reynel, R. (2021). The Effect of Service Quality Elements on Customer Satisfaction. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(2), 107-118.
3. Chang, H. T., Chou, Y. J., Miao, M. C., & Liou, J. W. (2021). The effects of leadership style on service quality: enrichment or depletion of innovation behaviour and job standardisation. *Total Quality Management & Business Excellence*, 32(5-6), 676-692.



4. Elmayar, A. (2011). *Assessing the perceived service quality levels in the Libyan private and public banking sectors: a customer perspective* (Doctoral dissertation, Northumbria University).
5. Esmailpour, M., Sayadi, A., & Mirzaei, M. (2017). Investigating the impact of service quality dimensions on reputation and brand trust. *International Journal of Business and Economic Sciences Applied Research*, 10(3).
6. Fikri, A. F., & Nawangsari, E. R. (2023). GAP ANALYSIS TO MEASURE SERVICE QUALITY AT PUBLIC SERVICE MALL (MPP). *Jurnal Governansi*, 9(1), 18-34.
7. Hair, J., Hult., Ringle, C. & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: Sage
8. Li, Y., Castano, G., & Li, Y. (2018). Perceived supervisor support as a mediator between Chinese university teachers' organizational justice and affective commitment. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 46(8), 1385-1396.
9. Marlia Ani, Makna and Fahmy, Rahmi and Lukito, Hendra and Prima Lita, Ratni and Rahim, Rida, Visionary Leadership Role: Building a Ghost Town Civilization (January 28, 2020). *International Journal of Management (IJM)*, 11 (1), pp. 31–55, 2020, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3526799>
10. Pantouvakis, A., & Patsiouras, C. (2016). Exploring the role of leadership style on the service quality-customer satisfaction link: Evidence from a B2B environment. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 8(1), 88-101.



11. Peter Yidana, Grace Monto Bawa, Hajia Ayishetu Gariba and Joyce Adabuga A, 2023, SERVICE QUALITY IN HIGHER EDUCATION BASED ON STUDENTS' PERSPECTIVES. British Journal of Education, Learning and Development Psychology Review, 6(2), 22-41.
12. Putri Rahma Dayanti, Anis Eliyana, Alvin Permana Emur, Andika Setia Pratama. (2022). Supportive Leadership: A Literature Review. International Journal of Science and Management Studies (IJSMS), Volume: 5 Issue: 2
13. Quddus, F. S. A., & Hudrasyah, H. (2014). The influence of service quality dimensions on customer satisfaction and customer loyalty in PT JNE North Bandung Area. Journal of Business and Management, 3(5), 546-556.
14. Sharma, S., Malviya, B., Hamida, A. G. B., & Zala, D. M. (2023). Service Quality Towards Retail Stores on Expected and Perceived Service Quality. International Journal of Professional Business Review, 8(4), e01243-e01243.
15. Thaer Adnan Khudair, Maha Sabah Ibrahim. (2022) The role of service quality in tax compliance. Federal Office of Financial Supervision. University of Baghdad. Higher Institute for Accounting and Financial Studies.
16. Tsai, Y. (2011). Relationship between organizational culture, leadership behavior and job satisfaction. BMC health services research, 11(1), 19.
17. Yarimoglu, E. K. (2014). A review on dimensions of service quality models. Journal of marketing management, 2(2), 79-93.