

عنوان المشروع

دور إدارة التخطيط في فاعلية اتخاذ القرار بالتطبيق على شركة أرامكو

**The role of the planning department in the
effectiveness of decision-
making by applying to (Aramco Company)**

أسم الطالب

عفاف عبده سليمان اسماعيل

٢٠٢١٢٠٣٢٨١

المشروع النهائي- 2

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

1 الشكر والتقدير

"إلى كل منسوبي هذه الجامعة الرائعين، أربب في تقديم أعمق الشكر والتقدير لكل جهودكم المستمرة والمخلصة في خدمة الطلاب والمجتمع. لقد قمتم بتحقيق مستويات مذهلة من التفاني والاحترافية في كل ما تقومون به، مما يسهم بشكل كبير في نجاح هذه الجامعة. إن إمامكم بمهامكم وتفانيكم في تحقيق أهداف الجامعة يشكلان نموذجاً يحتذى به للتفوق والتميز. فشكراً جزيلاً لكم على جهودكم الدؤوبة والمستمرة، وعلى التزامكم الدائم برفع مستوى التعليم والبحث والخدمة المجتمعية. أتمنى لكم دوام التوفيق والنجاح في كل مساعيكم المستقبلية."

"وفي هذه الكلمة القليلة، لا يمكنني إلا أن أعبر عن امتناني العميق لكل فرد في هذا الفريق الرائع. من الأكاديميين المتفانين إلى الموظفين الإداريين الذين يديرون العمليات بكفاءة، ومن العمال الفنيين إلى العاملين في الخدمات الطلابية، جميعكم تلعبون دوراً حاسماً في نجاح مهمتنا التعليمية والبحثية. تذكر دائماً أن عملكم له تأثير عميق ومباشر على حياة الطلاب وعلى مستقبلهم. بفضلكم، يستطيع الطلاب تحقيق أحلامهم وتطوير مهاراتهم ليصبحوا قادة ومبتكرين في مجتمعنا. لذا، أريد أن أشركم من كل قلبي على التزامكم اللا محدود وتفانيكم في خدمة هذه الجامعة ومجتمعنا. قد تكون كلمات الشكر قليلة في مقابل ما تقدمونه، ولكن يجب أن تعلموا أن جهودكم تُقدر بشكل كبير وتترك أثراً إيجابياً يتجاوز الكلمات. فلنستمر سوياً في بناء مستقبل أفضل للجميع بتفاني وإخلاص لا حدود لهما. شكراً لكم مرة أخرى، ولنستمر في العمل المشترك نحو تحقيق النجاح والتميز في مسيرتنا الأكاديمية والمهنية"

2 الإهداء

لم تكن هذه الورقة والبحث الذي وراءها ممكناً لولا الدعم الاستثنائي من مشرفي

د. منى مصطفى العشري

لقد كان حماسه ومعرفته واهتمامه الشديد بالتفاصيل مصدر إلهام وأبقى عملي

على المسار الصحيح من أولها إلى آخرها.

زملائي.... في جامعة....، نظروا أيضاً في تدويناتي وأجابوا بصبر لا يكل على

العديد من الأسئلة حول بحثي أنا ممتن أيضاً للتعليقات الثاقبة التي قدمها المراجعون

الأقران المجهولون

لقد أدى كرم وخبرة الفرد والجميع إلى تحسين هذه الدراسة بطرق

لا تعد ولا تحصى وأنقذني من العديد من الأخطاء ؛ تلك التي ستبقى حتماً مسؤوليتي

بالكامل.

3 مستخلص الدراسة

الهدف:

مستخلص البحث: دور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار بالتطبيق على شركة أرامكو

يهدف هذا البحث إلى دراسة تأثير إدارة التخطيط على فعالية اتخاذ القرارات في شركة أرامكو، أكبر شركة نفط في العالم. يسعى البحث لتحديد كيفية استخدام التخطيط الاستراتيجي لتحسين عمليات اتخاذ القرارات ودوره في تحقيق أهداف الشركة.

المنهجية:

اعتمد البحث على منهجية دراسة الحالة وتحليل البيانات. تم جمع البيانات من خلال مراجعة الأدبيات المتعلقة بإدارة التخطيط واتخاذ القرارات، بالإضافة إلى مقابلات مع موظفي إدارة التخطيط في أرامكو وتحليل تقارير الشركة والمستندات الرسمية.

النتائج:

أظهرت النتائج أن إدارة التخطيط في أرامكو تلعب دوراً محورياً في دعم عملية اتخاذ القرار من خلال توفير بيانات دقيقة وتوقعات مستقبلية. كما تبين أن التخطيط الاستراتيجي يساهم في تحسين الكفاءة التشغيلية وتقليل المخاطر، بالإضافة إلى دعم الابتكار والتطوير المستدام.

التطبيقات والأهمية:

يمكن تطبيق نتائج هذا البحث على الشركات الكبرى في قطاعات أخرى، حيث يمكن للاستراتيجيات والأدوات المستخدمة في أرامكو أن توفر نموذجاً لتطوير وتحسين إدارة التخطيط وتعزيز فعالية اتخاذ القرار.

تبرز أهمية هذا البحث في تقديم فهم أعمق لدور إدارة التخطيط في تحقيق أهداف الشركات الكبرى وتعزيز قدرتها على التكيف مع التغيرات في السوق. كما يساهم في تقديم توصيات لتحسين ممارسات التخطيط في مختلف القطاعات.

الكلمات المفتاحية:

-إدارة التخطيط

-اتخاذ القرار

-أرامكو

-التخطيط الاستراتيجي

-الكفاءة التشغيلية

-إدارة المخاطر

-الابتكار

-التنمية المستدامة

هذا المستخلص يوفر نظرة شاملة على أهمية البحث ويسلط الضوء على الأهداف والمنهجية والنتائج الرئيسية، مما يساعد في فهم الدور الحاسم لإدارة التخطيط في الشركات الكبرى مثل أرامكو.

جدول المحتويات

1	الشكر والتقدير.....
2	الإهداء.....
3	مستخلص الدراسة.....
6	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
6	1.1. المقدمة:
10	1.2. مشكلة الدراسة.....
10	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
11	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي.....
11	1.3. أهمية الدراسة.....
11	1.3.1. على المستوى النظري:
12	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
12	1.4. أسئلة الدراسة
12	1.5. أهداف الدراسة
13	1.6. فرضيات الدراسة.....
13	1.7. نموذج الدراسة.....
14	1.8. الدراسة الميدانية.....
15	1.9. مخطط المشروع.....
16	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....
17	2.1. المقدمة:

18.....	2.2. المتغير المستقل
19.....	2.3. المتغير التابع
21.....	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
22.....	2.5. الخاتمة
23.....	3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة
24.....	3.1. المقدمة
25.....	3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث
27.....	3.3. تصميم البحث
29.....	3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات
31.....	3.5. طريقة جمع البيانات
33.....	3.6. أنواع البيانات
33.....	3.7. إجراءات التحليل الإحصائي
34.....	3.8. الخاتمة
36.....	4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
37.....	4.1. المقدمة
38.....	4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)
40.....	4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات
45.....	4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)
48.....	4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج
52.....	4.6. الخاتمة
54.....	5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات
58.....	5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية
61.....	5.2. توصيات الدراسة
63.....	5.3. الخاتمة
64.....	قائمة المراجع
69.....	الملاحق

جدول الأشكال

جدول الجداول

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

مقدمة:

في ظل مستجدات وتحديات البيئة المعاصرة أصبح من الضروري على مؤسسات الأعمال توفير متطلبات التخطيط الإستراتيجي كأسلوب حديث من أساليب التخطيط، الذي يمكن المؤسسة من النظر للمستقبل ليس كمجال يفرض عليها تهديدات يجب تفاديها وإنما كمسار يدر فرص يمكن استثمارها والتطور من خلالها، وكذا تحويل العديد من نقاط الضعف إلى نقاط قوة يتم توظيفها للتعامل مع مستجدات وتحديات بيئة الأعمال المعاصرة (1).

فمستوى التنافسية الذي قد توضع فيه المنظمة نتيجة لزيادة سرعة وديناميكية المتغيرات التي تحيط بها، يتطلب أهداف وسياسات إستراتيجية على درجة عالية من الكفاءة التي تعنى بالرفع من قدراتها التنافسية المستدامة والتي تضمن لها الريادة والتميز لفترة زمنية أطول من تلك التي تنتهج قدرات تنافسية آنية غالباً ما يتم تحطيمها من قبل المنافسين، وهذا يقودنا بالضرورة إلى تحليل إستراتيجية بناء تلك القدرات من خلال الوقوف على منهجية التخطيط الإستراتيجي الذي تمارسه المنظمة خاصة فيما يتعلق بتحقيق تكيف المنظمة مع البيئة المحيطة في ظل حالة التأهب التي أدت إلى عدم توفر مقومات البيئة الملائمة لممارسة ذلك النوع من التخطيط، فلم يعد الاستقرار ميسر في البيئة التنافسية، وأصبح العمل بالخطط قصيرة الأجل وخطط التشغيل محور اهتمام إدارة المنظمة، الأمر الذي أضعف من إمكانية تعرفها على الفرص والتهديدات المستقبلية، ومن ثم عدم قدرتها على التعامل معها لاحقاً. وجاءت التنافسية بأهداف غير تقليدية، تطلبت خطط إستراتيجية على درجة عالية من الشمول والتكامل، والتفاعل بين المستويات الإدارية المختلفة (2).

يعد التخطيط واتخاذ القرار من أهم الوظائف الإدارية، وهناك علاقات عديدة بينهما. التخطيط هو التفكير في العمل. صنع القرار هو جزء من التخطيط. التخطيط هو عملية اختيار مسار العمل المستقبلي، حيث أن اتخاذ القرار يعني اختيار مسار العمل ويمكن اتخاذ القرارات دون تخطيط ولكن التخطيط لا يمكن أن يتم دون اتخاذ القرارات. يمكن تعريف التخطيط بأنه عملية اختيار مسار العمل المستقبلي (3).

لقد أوجدت العولمة جملة من الصعاب والتحديات أمام مختلف المنظمات الإنتاجية منها والخدمية، وفرضت حالة من التأهب القصوى لم تشهدها المنظمات من قبل؛ انعكست سلباً على أداء الكثير منها، خاصة الصغيرة ومتوسطة الحجم، فلم يعد بمقدور تلك المنظمات العمل دون رؤية واضحة، وأهداف مستقبلية تأخذ في اعتبارها

1 هلال (2016).

2 المبارك (2017).

3 مجلة كلية التربية (2015).

تطورات البيئة المحلية والخارجية، فكل منها أصبح قيد العديد من المتغيرات التي لعبت دوراً كبيراً في إعادة صياغة وتحويل مفاهيم عدة ظلت لفترة من الزمن تحكم ثقافة المنظمة وقيمها (4).

إن واقع التخطيط الإستراتيجي يجد أن الممارسة الإدارية خصوصاً في المؤسسات الكبرى اعتمدت بشكل كبير على تحديد كيفية وصولها إلى ما تسعى إليه، فأصبحت أغلب المؤسسات الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية مزودة بخطة استراتيجية تتناول فيها على وجه الخصوص اختيار مجالات النشاط، وتحديد ما الذي سوف تقوم به المؤسسة لإنجاز أهدافها وتحقيقها. ليشهد هذا المصطلح تطوراً عميقاً مع بداية السبعينات إلى أن يصل إلى حد محاولة تطوير نظرية شاملة للتخطيط (5).

على الرغم مما شهده التخطيط الإستراتيجي من إثراء نظري وسرعة انتشار في أغلب المؤسسات خصوصاً في الولايات المتحدة الأمريكية، إلا أنه تلقى العديد من الانتقادات حتى من قبل ممارسيه. أما في بداية التسعينات فتوضح أن التخطيط الإستراتيجي تزايدت أهميته بشكل أكبر، نظراً لوجود الكثير من التحديات والمتغيرات البيئية محلياً، وإقليمياً، وعالمياً، وقد عرف تطوراً كبيراً في الكتابات، الدراسات والبحوث الميدانية، الأمر الذي يعكس السرعة الكبيرة التي تطور بها هذا البعد في علوم الإدارة (6).

وفي هذا البحث سنقدم الإطار العام للتخطيط الاستراتيجي ويمكن من خلاله التعرف على كل ما يتعلق بهذا التخطيط ، وذلك من خلال تناول التخطيط الاستراتيجي من حيث مفهومه، ماهيته، تعريفه، عناصره، أهميته، أهدافه، خصائصه، مزاياه، معوقاته، مستوياته، مراحل ونماذج تسعى المنظمات أو المنشآت بشكل عام إلى البقاء والاستمرار مهما كان مجال عملها، سواء أكانت أهدافها ربحية أم غير ربحية، ولا بدّ من توظيف هذه الأهداف ضمن خطة استراتيجية مناسبة لضمان تحققها، فالخطط هي الوسيلة الرئيسية التي تجعل الأهداف واقعاً فعلياً؛ إذ يكمن الفرق بين المنظمات الفاشلة والناجحة في اعتمادها على خطط قوية وفعالة تكون مناسبة لمجال عمل المنظمة والبيئة المتغيرة المحيطة.

مصطلحات البحث:

- التخطيط: تتكوّن الإدارة من مجموعة من الوظائف الرئيسية وهي؛ التخطيط، والتنظيم، والتوظيف، والقيادة، والتخطيط هو أهم وظيفة لأنه الأساس الذي تُبنى عليه الوظائف الأخرى، والتخطيط هو وضع مخطط لتحقيق هدف معين من خلال تحديد الموارد والمهام والإجراءات

4 يعيشي (2016).

5 الدرواي (2013).

6 نبيل (2008).

والجداول الضرورية لتحقيقه، بحيث يُعبر الهدف عن الغرض المستقبلي الذي تسعى المنظمة للوصول إليه وتحقيقه، وهذا يوضح الفرق بين الهدف والخطة؛ فالهدف يحدد الغاية المستقبلية، بينما الخطة تحدد الوسيلة المتبعة لتحقيقه.

- اتخاذ القرار: يعتبر اتخاذ القرار العملية المعرفية الناتجة عن اختيار المعتقد أو إجراء بين العديدين الاحتمالات الممكنة. وتقدم كل عملية من عمليات اتخاذ القرار خيارًا نهائيًا، قد يفضي إلى اتخاذ إجراء والتي قد أو قد لا تحت على اتخاذ أي تصرف. واتخاذ القرار هو عملية تحديد واختيار البدائل القائمة على القيم، التفضيلات والمعتقدات من صانع القرار.

إدارة التخطيط تلعب دورًا حاسمًا في تعزيز فعالية اتخاذ القرارات داخل الشركات الكبرى، مثل شركة أرامكو. في بيئة الأعمال المعقدة والمتغيرة باستمرار، يصبح التخطيط الاستراتيجي أحد العناصر الأساسية لضمان نجاح واستدامة الأعمال. يهدف هذا البحث إلى استكشاف دور إدارة التخطيط في تحسين فعالية عملية اتخاذ القرارات في شركة أرامكو، الشركة الرائدة في مجال النفط والغاز على مستوى العالم.

من خلال تحليل العمليات والسياسات المتبعة في إدارة التخطيط داخل أرامكو، سيتم تسليط الضوء على كيفية تأثير التخطيط الدقيق والمتكامل على مختلف مستويات القرار داخل الشركة. بالإضافة إلى ذلك، سيتناول البحث الآليات والأدوات المستخدمة في جمع وتحليل البيانات وتطوير استراتيجيات فعالة لتحقيق الأهداف المؤسسية.

كما سيتطرق البحث إلى دراسة حالات تطبيقية من داخل أرامكو تبين كيف يمكن للتخطيط الجيد أن يساهم في حل المشكلات وتعزيز الكفاءة التشغيلية وتحقيق أهداف الشركة طويلة الأمد. سيتم أيضًا مناقشة التحديات التي قد تواجه إدارة التخطيط في سياق الشركات الكبرى، وطرح التوصيات لتحسين أداء هذه الإدارة في دعم عملية اتخاذ القرار.

يهدف هذا البحث إلى تقديم رؤية شاملة حول أهمية إدارة التخطيط في دعم فعالية اتخاذ القرارات، مع التركيز على تجربة أرامكو كنموذج تطبيقي، مما يساهم في تقديم إرشادات قيمة للشركات الأخرى في القطاع نفسه أو في قطاعات مشابهة.

1.2. مشكلة الدراسة

بسبب التحديات والصعوبات التي تواجهها المنظمات من العولمة وتزايد التنافسية ووجود منظمات كبرى انعكس ذلك سلباً على أداء الكثير من المنظمات، فلم يعد بمقدور تلك المنظمات العمل دون رؤية واضحة، وأهداف مستقبلية تأخذ في اعتبارها تطورات البيئة المحلية والخارجية، وهو ما يجعل ضرورة تحليل إستراتيجية بناء قدرات المنظمات من خلال الوقوف على منهجية التخطيط الإستراتيجي الذي تمارسه شركة أرامكو خاصة فيما يتعلق بتحقيق تكيف شركة أرامكو مع البيئة المحيطة في ظل حالة التأهب التي أدت إلى عدم توفر مقومات البيئة الملائمة لممارسة ذلك النوع من التخطيط وقياس أثر إدارة التخطيط في اتخاذ القرارات الصائبة والمدرسة في شركة أرامكو.

تكمّن مشكلة الدراسة في أنه لم يعد الاستقرار ميسر في البيئة التنافسية، وأصبح العمل بالخطط قصيرة الأجل وخطط التشغيل محور اهتمام إدارة التخطيط في شركة أرامكو، الأمر الذي أضعف من إمكانية التعرف على الفرص والتهديدات المستقبلية، ومن ثم عدم قدرتها على التعامل معها لاحقاً.

للتخطيط الإستراتيجي دور في الرفع من القدرات التنافسية للمنظمات، وفق أسس الخطة الإستراتيجية المثلى؛ لذا تقوم هذه الدراسة بالبحث في البدائل الإستراتيجية التي يمكن الاستعانة بها في مواجهة تلك التحديات وأثر إدارة التخطيط في اتخاذ القرارات الصائبة والمدرسة في شركة أرامكو.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

فجوات على المستوى النظري

1. **نقص في الأبحاث المخصصة لصناعات معينة:** على الرغم من وجود العديد من الدراسات حول إدارة التخطيط واتخاذ القرار، إلا أن هناك نقصاً في الأبحاث التي تتناول بشكل دقيق تأثير هذه الممارسات في صناعات محددة مثل صناعة النفط والغاز.

2. **التأثير المتبادل بين التخطيط الاستراتيجي والعوامل الثقافية:** هناك فجوة في فهم كيفية تأثير الثقافات التنظيمية المختلفة على فعالية إدارة التخطيط في عملية اتخاذ القرار.

3. **تكامل الأدوات التكنولوجية الحديثة:** لم يتم استكشاف تأثير الأدوات التكنولوجية الحديثة، مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الكبيرة، على تحسين إدارة التخطيط واتخاذ القرار بشكل كافٍ في الأدبيات الحالية.

4. **العوامل البيئية والتنظيمية:** غالبية الأبحاث تتناول العوامل الداخلية للشركات، لكن هناك حاجة إلى المزيد من الدراسات

التي تستكشف تأثير العوامل البيئية والتنظيمية الخارجية على فعالية إدارة التخطيط.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

فجوات على المستوى التطبيقي

1. تطبيق نماذج التخطيط عبر مختلف الفروع الجغرافية: في الشركات العالمية مثل أرامكو، هناك حاجة إلى دراسات تطبيقية تظهر كيفية تكيف نماذج التخطيط الاستراتيجي لتناسب الفروع المختلفة للشركة في بيئات جغرافية وثقافية متنوعة.
2. قياس الأداء والتحسين المستمر: توجد فجوة في تطوير وتنفيذ آليات دقيقة لقياس أداء إدارة التخطيط وتأثيرها على عملية اتخاذ القرار بشكل مستمر.
3. التدريب وبناء القدرات: هناك حاجة إلى تطبيقات عملية تركز على كيفية تحسين قدرات ومهارات موظفي إدارة التخطيط ليتمكنوا من استخدام الأدوات والاستراتيجيات بشكل أكثر فعالية.
4. التعامل مع الأزمات والطوارئ: تطبيقات إدارة التخطيط في سياق الأزمات والطوارئ غير مغطاة بشكل كافٍ. هناك حاجة لدراسات تظهر كيف يمكن لإدارة التخطيط أن تتكيف بسرعة وفعالية في مواجهة الأزمات غير المتوقعة.
5. الشراكات والتعاون الدولي: الفجوة في تطبيق دراسات حول كيفية تأثير الشراكات والتعاون الدولي على فعالية إدارة التخطيط واتخاذ القرار في الشركات المتعددة الجنسيات.

الخاتمة

تُظهر هذه الفجوات الحاجة إلى مزيد من الأبحاث والدراسات لتطوير فهم أعمق وأدق لدور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرارات، سواء على المستوى النظري أو التطبيقي. من خلال معالجة هذه الفجوات، يمكن تحسين ممارسات التخطيط الاستراتيجي في الشركات الكبرى، مما يعزز من قدرتها على التكيف والنجاح في بيئات الأعمال الديناميكية والمتغيرة.

1.3. أهمية الدراسة

1.3.1. على المستوى النظري:

تكمُن أهمية هذا البحث في تناوله للتخطيط كمدخل لاتخاذ القرار على مستوى شركة أرامكو، وما يتعلق بها من برامج سياسات استحوذت على اهتمام المنظمات الصغيرة والمتوسطة والكبرى في ظل تنامي وتطور

محددات السوق المحلية والعالمية، الأمر الذي شكل لها تهديد استوجب الوقوف عنده، والبحث في البدائل الإستراتيجية التي يمكن الاستعانة بها في مواجهة تلك التحديات .

ويسعى هذا البحث إلى الكشف عن مدى التوافر للخطط الاستراتيجية في شركة أرامكو عبر وضع الغايات المستقبلية ضمن أطر زمنية محددة، ووضعها للخطط التحسينية التي تواجه كفاءة وفعالية أدائها الإداري والتشغيلي وتنافسها في سوق العمل والخدمات ودور إدارة التخطيط في عملية اتخاذ القرار بشكل فاعل.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

تأتي أهمية البحث من الناحية العلمية الأكاديمية في زيادة حصيلة المعرفة البحثية للطلاب ومجتمع البحث حيث انه يعتبر من البحوث النادرة في مكتبة الجامعة ويمكن الاستفادة من المعلومات التي يشملها البحث كمرجعية لبحوث أخرى مشابهة.

1.4. أسئلة الدراسة

يتناول هذا السؤال الرئيس التالي:

ما الآثار المترتبة على إدارة التخطيط وفعاليتها في اتخاذ القرارات في شركة أرامكو.
وتتدرج منه التساؤلات التالية:

- ما هو أثر إدارة التخطيط الاستراتيجي في اتخاذ القرارات في شركة أرامكو.
- ما هو أثر إدارة التخطيط الفعال في اتخاذ القرارات في شركة أرامكو.

1.5. أهداف الدراسة

يهدف البحث إلى (التعرف على إدارة التخطيط وفعاليتها في اتخاذ القرارات في شركة أرامكو).

وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:

- إبراز دور التخطيط في الرفع من كفاءة أداء شركة أرامكو.

- البحث في مدى حاجة شركة أرامكو للتخطيط وأثره على صناعة القرار فيها .
- الوقوف على قوة العلاقة التي تربط منهجية التخطيط الإستراتيجي ببناء القدرات التنافسية منجهة، ومدى تأثير تلك العلاقة بحجم شركة أرامكو من جهة أخرى .
- تحديد الرؤية والأهداف بوضوح وإجراءات تحقيقها بوضوح.

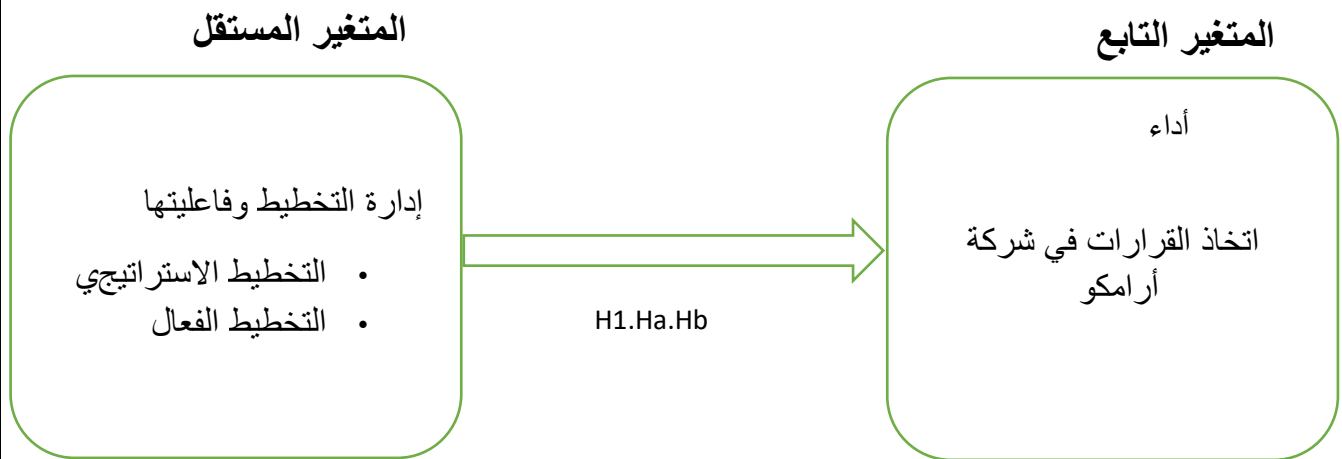
1.6. فرضيات الدراسة

قام البحث على الفرضية الرئيسية التالية (وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية إدارة التخطيط وفعاليتها في اتخاذ القرارات في شركة أرامكو) بموجب أسئلة الاستبانة المعتمدة للبحث، وتتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية:

- هنالك علاقة بين التخطيط الجيد وكفاءة اتخاذ القرارات في شركة أرامكو.
- هنالك علاقة بين التخطيط الاستراتيجي وزيادة القدرة التنافسية في شركة أرامكو .

1.7. نموذج الدراسة

يوضح الشكل التالي العلاقة بين متغيرات البحث وفرضيات البحث كما يلي:



1.8. الدراسة الميدانية

الدراسة الميدانية:

الحدود الموضوعية: تناولت الدراسة موضوع إدارة التخطيط وفعاليتها في اتخاذ القرارات في شركة أرامكو.

الحدود البشرية: اقتصرَت الدراسة على موظفي أقسام التخطيط وصانعي القرار في شركة أرامكو.

الحدود المكانية: شركة أرامكو في المملكة العربية السعودية.

الحدود الزمانية: طبقت الدراسة في الفصل الدراسي الثالث من العام الدراسي 1445هـ.

مجتمع الدراسة: أرامكو هي أكبر شركة متكاملة للنفط والغاز في العالم، ويتولى قطاع التنقيب والإنتاج

فيها مسؤولية إدارة ثروة الاحتياطيات الهيدروكربونية الفريدة التي حباها الله عز وجل للمملكة. ويوجد

المقر الرئيس للشركة في مدينة الظهران، وتزاول أعمالها داخل المملكة وخارجها، ويعمل لديها أكثر من

موظف وموظفة 73,000.

1.9. مخطط المشروع

تناول البحث الفصول التالية:

الفصل الأول: المقدمة	
الفصل الثاني: الاطار النظري	
الفصل الثالث: منهجية البحث	
الفصل الرابع: التحليل الاحصائي	
الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة	

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

مقدمة عن الدراسات السابقة

تعد إدارة التخطيط ودورها في فعالية اتخاذ القرار من المواضيع الحيوية التي جذبت اهتمام الباحثين في مجالات الإدارة والاقتصاد على مدى عقود. تستند الدراسات السابقة إلى مجموعة متنوعة من النظريات والنماذج التي تسعى إلى فهم العلاقة بين التخطيط الاستراتيجي ونجاح الشركات.

الدراسات الأساسية والنظريات

من بين النظريات الأساسية التي تناولتها الأبحاث في هذا المجال هي نظرية الإدارة الاستراتيجية التي تركز على أهمية التخطيط في توجيه مسار الشركات نحو تحقيق أهدافها. تعتبر نظرية الموارد القائمة على الشركة (RBV) من النظريات المحورية، حيث تؤكد على أن التخطيط الجيد يمكن أن يكون مصدرًا للميزة التنافسية من خلال استغلال الموارد المتاحة بشكل فعال.

الأبحاث التطبيقية

على الصعيد التطبيقي، أظهرت الدراسات التجريبية أن هناك علاقة إيجابية بين جودة التخطيط الاستراتيجي وأداء الشركات. على سبيل المثال، توصلت الأبحاث التي أجريت على شركات متعددة الجنسيات إلى أن التخطيط الشامل يساعد في تحسين الكفاءة التشغيلية وتقليل المخاطر.

أبحاث الصناعة النفطية

فيما يتعلق بصناعة النفط والغاز، هناك عدد محدود من الدراسات التي ركزت على شركات النفط الكبرى مثل أرامكو. هذه الدراسات غالبًا ما تتناول تأثير التخطيط الاستراتيجي على جوانب مثل الإنتاجية والاستدامة والقدرة على الابتكار. أشارت بعض الأبحاث إلى أن التخطيط الفعال يمكن أن يساعد الشركات النفطية في التكيف مع التغيرات في أسعار النفط والسياسات البيئية.

#####التحديات والفجوات

على الرغم من التقدم الكبير في هذا المجال، لا تزال هناك فجوات تحتاج إلى مزيد من البحث. من بين هذه الفجوات، تأثير التكنولوجيا الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والبيانات الكبيرة على عملية التخطيط واتخاذ القرار. بالإضافة إلى ذلك، تحتاج الدراسات إلى مزيد من التركيز على كيفية تأثير العوامل الثقافية والتنظيمية على فعالية التخطيط في بيئات متنوعة.

####الخاتمة

تمثل الدراسات السابقة أساسًا قويًا لفهم أهمية إدارة التخطيط في تحسين فعالية اتخاذ القرار داخل الشركات الكبرى. ومع ذلك، تبرز الحاجة إلى مزيد من الأبحاث المتعمقة لتغطية الفجوات الحالية، خاصة فيما يتعلق بالصناعات المحددة مثل صناعة النفط والغاز، واستخدام التكنولوجيا الحديثة في عملية التخطيط. سيساعد هذا البحث في سد بعض هذه الفجوات من خلال التركيز على تجربة أرامكو كنموذج تطبيقي، مما يعزز من فهمنا لدور إدارة التخطيط في تحقيق النجاح المؤسسي.

2.2. المتغير المستقل

####المتغير المستقل: إدارة التخطيط

#####تعريفه

إدارة التخطيط هي عملية تنظيم وتنسيق الأنشطة داخل المنظمة لتحقيق أهدافها المستقبلية. تتضمن هذه العملية تحديد الأهداف، وضع الاستراتيجيات، تخصيص الموارد، ورصد الأداء لضمان تنفيذ الخطط بفعالية.

#####أبعاده

1. تحديد الأهداف: صياغة أهداف واضحة وقابلة للقياس.
2. تطوير الاستراتيجيات: وضع استراتيجيات لتحقيق الأهداف المحددة.
3. تخصيص الموارد: توزيع الموارد المالية والبشرية والتقنية اللازمة.
4. رصد الأداء: متابعة وتقييم تنفيذ الخطط واتخاذ إجراءات تصحيحية عند الحاجة.
5. التنبؤ والتخطيط المستقبلي: استخدام البيانات والتحليلات لتوقع الاتجاهات المستقبلية وتطوير خطط طويلة الأمد.

نظرياته

- نظرية الإدارة الاستراتيجية: تؤكد على أهمية التخطيط كأداة لتوجيه الشركة نحو تحقيق أهدافها.
- نظرية الموارد القائمة على الشركة: (RBV) تركز على أن التخطيط الاستراتيجي يساعد في استغلال الموارد الفريدة للشركة لتحقيق ميزة تنافسية.
- نظرية الأنظمة: تنظر إلى التخطيط كجزء من نظام متكامل يشمل مختلف أجزاء المنظمة.

تطوره

تطورت إدارة التخطيط من كونها مجرد نشاط وظيفي إلى أن أصبحت جزءاً أساسياً من الإدارة الاستراتيجية للشركات. مع تقدم التكنولوجيا وزيادة تعقيد الأسواق، أصبحت الأدوات التحليلية والبيانات الضخمة جزءاً لا يتجزأ من عملية التخطيط.

جدول توضيحي: أبعاد إدارة التخطيط

البعد	الوصف
تحديد الأهداف	صياغة أهداف واضحة وقابلة للقياس
تطوير الاستراتيجيات	وضع استراتيجيات لتحقيق الأهداف المحددة
تخصيص الموارد	توزيع الموارد المالية والبشرية والتقنية اللازمة
رصد الأداء	متابعة وتقييم تنفيذ الخطط واتخاذ إجراءات تصحيحية عند الحاجة
التنبؤ والتخطيط المستقبلي	استخدام البيانات والتحليلات لتوقع الاتجاهات المستقبلية وتطوير خطط طويلة الأمد

2.3. المتغير التابع

المتغير التابع: فعالية اتخاذ القرار

تعريفه

فعالية اتخاذ القرار تشير إلى مدى قدرة القرارات المتخذة على تحقيق الأهداف المرجوة بكفاءة وفي الوقت المناسب. تشمل

الفعالية أيضاً القدرة على اتخاذ قرارات سليمة تستند إلى معلومات وتحليلات دقيقة.

####أبعاده

1. جودة القرار :مدى ملائمة القرار للمشكلة المطروحة.
2. سرعة اتخاذ القرار :الزمن المستغرق لاتخاذ وتنفيذ القرار.
3. المرونة :القدرة على تعديل القرارات استجابةً للتغيرات البيئية.
4. مشاركة المعلومات :درجة استخدام المعلومات والتحليلات في عملية اتخاذ القرار.
5. التوافق التنظيمي :مدى انسجام القرار مع الأهداف والقيم التنظيمية.

####نظرياته

- نظرية اتخاذ القرار :تدرس العوامل المؤثرة على عملية اتخاذ القرار والأساليب المثلى لاتخاذ القرارات.
- نظرية الألعاب :تستخدم لتحليل القرارات التنافسية بين الأطراف المختلفة.
- نظرية التحليل الكمي :تركز على استخدام النماذج الرياضية والإحصائية في اتخاذ القرارات.

####تطوره

شهدت فعالية اتخاذ القرار تطوراً كبيراً مع تقدم التكنولوجيا وتوافر أدوات التحليل المتقدمة. أصبح استخدام البيانات الكبيرة والذكاء الاصطناعي جزءاً أساسياً من عملية اتخاذ القرار، مما زاد من دقتها وسرعتها.

####جدول توضيحي: أبعاد فعالية اتخاذ القرار

البعد | الوصف |

-----|-----|

جودة القرار |مدى ملائمة القرار للمشكلة المطروحة |
سرعة اتخاذ القرار |الزمن المستغرق لاتخاذ وتنفيذ القرار |
المرونة |القدرة على تعديل القرارات استجابةً للتغيرات البيئية |
مشاركة المعلومات |درجة استخدام المعلومات والتحليلات في عملية اتخاذ القرار |
التوافق التنظيمي |مدى انسجام القرار مع الأهداف والقيم التنظيمية |

####الخاتمة

إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار هما عنصران مترابطان في أي منظمة ناجحة. من خلال فهم أبعاد وتطور كل منهما، يمكن تحسين الممارسات الإدارية وتعزيز الأداء التنظيمي.

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

العلاقة بين المتغيرات: إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار

إدارة التخطيط كمتغير مستقل تؤثر بشكل مباشر على فعالية اتخاذ القرار كمتغير تابع. إليك كيفية تأثير أبعاد إدارة التخطيط على أبعاد فعالية اتخاذ القرار:

1.#### تحديد الأهداف وجودة القرار

-العلاقة: تحديد الأهداف الواضحة والقابلة للقياس يساهم في اتخاذ قرارات أكثر جودة، لأن القرارات ستكون موجهة نحو تحقيق أهداف محددة بوضوح.
-التأثير: وضوح الأهداف يساعد على اتخاذ قرارات تتماشى مع الرؤية الاستراتيجية للمنظمة، مما يزيد من ملائمة القرار للمشكلة المطروحة.

2.#### تطوير الاستراتيجيات وسرعة اتخاذ القرار

-العلاقة: وجود استراتيجيات محددة يساعد في تسريع عملية اتخاذ القرار، حيث يكون هناك مسار واضح للخطوات الواجب اتخاذها.
-التأثير: الخطط الاستراتيجية المدروسة تقلل من التردد والتعقيدات في اتخاذ القرار، مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات أسرع.

3.#### تخصيص الموارد والمرونة

-العلاقة: تخصيص الموارد بشكل فعال يتيح للمنظمة القدرة على تعديل قراراتها بسرعة استجابة للتغيرات البيئية.
-التأثير: عندما تكون الموارد موزعة بشكل جيد، يكون من الأسهل إعادة توجيهها أو تعديلها لدعم قرارات جديدة أو معدلة.

4.#### رصد الأداء ومشاركة المعلومات

-العلاقة: متابعة وتقييم تنفيذ الخطط يساهم في تحسين مشاركة المعلومات، حيث يتم جمع البيانات وتحليلها باستمرار.
-التأثير: المعلومات المستمدة من رصد الأداء توفر قاعدة بيانات قوية تدعم عملية اتخاذ القرار، مما يزيد من دقة القرارات وفعاليتها.

5.#### التنبؤ والتخطيط المستقبلي والتوافق التنظيمي

-العلاقة :التنبؤ والتخطيط المستقبلي يساعد في ضمان أن القرارات تتماشى مع الاتجاهات المستقبلية والأهداف الطويلة الأمد للمنظمة.

-التأثير :التنبؤ الجيد يضمن أن القرارات تتوافق مع الأهداف الاستراتيجية وتدعم القيم التنظيمية، مما يعزز من التوافق التنظيمي.

####جدول توضيحي: العلاقة بين أبعاد إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار

أبعاد إدارة التخطيط تأثيرها على أبعاد فعالية اتخاذ القرار	
تحديد الأهداف	تحسين جودة القرار
تطوير الاستراتيجيات	تسريع عملية اتخاذ القرار
تخصيص الموارد	زيادة المرونة في اتخاذ القرار
إرصد الأداء	تحسين مشاركة المعلومات وتحليلها
التنبؤ والتخطيط المستقبلي	تعزيز التوافق التنظيمي للقرارات

2.5. الخاتمة

الخاتمة

العلاقة بين إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار تتسم بالترابط الوثيق. إدارة التخطيط الفعالة تساهم بشكل كبير في تحسين جودة القرارات، سرعتها، مرونتها، دقتها، وتوافقها مع الأهداف التنظيمية. من خلال فهم هذه العلاقة، يمكن للمنظمات تحسين عملياتها الاستراتيجية وتعزيز أدائها العام.

3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

3.1. المقدمة

مقدمة لمنهجية البحث

تعد منهجية البحث أحد أهم عناصر البحث العلمي، حيث تساهم في توفير إطار عمل منظم لجمع البيانات وتحليلها للوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة. يهدف هذا البحث إلى دراسة دور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو السعودية. لتحقيق هذا الهدف، تم تصميم منهجية بحثية شاملة تشمل جمع البيانات وتحليلها باستخدام مجموعة متنوعة من الأدوات البحثية.

أهداف المنهجية

- تحديد العلاقة بين إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار.
- جمع بيانات دقيقة وشاملة حول أبعاد إدارة التخطيط وأبعاد فعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو.
- تحليل البيانات لتقديم توصيات مبنية على أسس علمية لتحسين ممارسات التخطيط واتخاذ القرار في الشركة.

تصميم البحث

اعتمد هذا البحث على تصميم دراسة الحالة لجمع وتحليل البيانات من شركة أرامكو السعودية. تم اختيار شركة أرامكو نظرًا لحجمها الكبير وتأثيرها الهام في صناعة النفط والغاز، مما يجعلها نموذجًا مثاليًا لدراسة دور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار.

أدوات جمع البيانات

تم استخدام مجموعة من الأدوات البحثية لجمع البيانات حول المتغيرين الرئيسيين في هذا البحث:

1. الاستبيانات: تم تصميم استبيانين منفصلين لجمع البيانات المتعلقة بإدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار. تم توزيع الاستبيانات على عينة ممثلة من الموظفين في مختلف المستويات الإدارية في أرامكو لضمان تنوع وعمق البيانات.
2. المقابلات الشخصية: أجريت مقابلات شخصية مع عدد من القادة التنفيذيين ومديري التخطيط الاستراتيجي في أرامكو للحصول على رؤى معمقة حول ممارسات التخطيط وتأثيرها على اتخاذ القرار.
3. تحليل الوثائق: تم تحليل وثائق الشركة المتعلقة بالخطط الاستراتيجية وتخصيص الموارد وتقارير الأداء لفهم كيفية

تنفيذ إدارة التخطيط وتأثيرها على عملية اتخاذ القرار.

أساليب تحليل البيانات

بعد جمع البيانات، تم استخدام الأساليب الإحصائية والكيفية لتحليل البيانات. شملت الأساليب المستخدمة:

- التحليل الإحصائي: لتحليل البيانات الكمية المستخلصة من الاستبيانات، باستخدام برامج تحليل البيانات مثل SPSS.
- تحليل المحتوى: لتحليل البيانات النوعية المستخلصة من المقابلات الشخصية وتحليل الوثائق، بهدف تحديد الأنماط والاتجاهات الرئيسية.

الاعتمادية والمصادقية

تم اتخاذ خطوات لضمان اعتمادية ومصادقية نتائج البحث من خلال:

- اختبار الاستبيانات: تم اختبار الاستبيانات قبل توزيعها لضمان وضوح الأسئلة وصلاحياتها.
- تدقيق البيانات: تم تدقيق البيانات التي تم جمعها لضمان دقتها واكتمالها.
- مراجعة النتائج: تم مراجعة النتائج من قبل خبراء في مجال الإدارة الاستراتيجية للتأكد من صحة التحليل والاستنتاجات.

تقدم هذه المنهجية إطاراً شاملاً ومنظماً لجمع وتحليل البيانات، مما يساعد في تقديم رؤى موثوقة حول دور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو. ستساهم النتائج المستخلصة من هذا البحث في تحسين ممارسات التخطيط الاستراتيجي وتعزيز جودة القرارات المتخذة في الشركة.

3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

المتغير المستقل: إدارة التخطيط

التعريف الإجرائي لإدارة التخطيط:

- إدارة التخطيط هي عملية تنظيم وتنسيق الأنشطة داخل شركة أرامكو لتحقيق أهدافها المستقبلية. في هذا البحث، يتم قياس إدارة التخطيط من خلال الأبعاد التالية:
- تحديد الأهداف: مدى وضوح وقابلية قياس الأهداف الاستراتيجية.
 - تطوير الاستراتيجيات: شمولية الخطط الموضوعة لتحقيق الأهداف.
 - تخصيص الموارد: فعالية توزيع الموارد المالية والبشرية لدعم الاستراتيجيات.

- رصد الأداء :تكرار عملية متابعة وتقييم تنفيذ الخطط.
- التنبؤ والتخطيط المستقبلي :مدى اعتماد الشركة على التنبؤات والتحليلات المستقبلية.

مؤشرات القياس:

- أسئلة الاستبيان المصممة لكل بُعد (مثل مدى وضوح الأهداف، فعالية تخصيص الموارد، تكرار تقييم الأداء).
- تحليل الوثائق (مثل الخطط الاستراتيجية والتقارير السنوية).
- مقابلات مع القادة والمديرين (للحصول على رؤى متعمقة حول العمليات والاستراتيجيات).

المتغير التابع: فعالية اتخاذ القرار

التعريف الإجرائي لفعالية اتخاذ القرار:

- فعالية اتخاذ القرار تشير إلى مدى قدرة شركة أرامكو على اتخاذ قرارات تحقق الأهداف المرجوة بكفاءة وفي الوقت المناسب. في هذا البحث، يتم قياس فعالية اتخاذ القرار من خلال الأبعاد التالية:
- جودة القرار :مدى ملاءمة القرار للأهداف الاستراتيجية.
- سرعة اتخاذ القرار :الزمن المستغرق لاتخاذ وتنفيذ القرار.
- المرونة :القدرة على تعديل القرارات استجابة للتغيرات البيئية.
- مشاركة المعلومات :درجة استخدام المعلومات والتحليلات في عملية اتخاذ القرار.
- التوافق التنظيمي :مدى انسجام القرار مع الأهداف والقيم التنظيمية.

مؤشرات القياس:

- أسئلة الاستبيان المصممة لكل بُعد (مثل مدى دقة المعلومات، سرعة اتخاذ القرارات، مرونة تعديل القرارات).
- تحليل تقارير الأداء (لتقييم تنفيذ القرارات المتخذة).
- مقابلات مع المديرين التنفيذيين (للحصول على فهم عميق لكيفية اتخاذ القرارات وتطبيقها).

تقدم هذه التعريفات الإجرائية إطارًا واضحًا لقياس المتغيرات الرئيسية في البحث. من خلال استخدام مؤشرات القياس المحددة، يمكن جمع وتحليل البيانات بدقة للوصول إلى نتائج موثوقة حول دور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو.

3.3. تصميم البحث (بصلة البحثي)

تصميم البحث

1. فلسفة البحث

تستند فلسفة البحث لهذا المشروع إلى الفلسفة البراغماتية التي تدمج بين الأساليب الكمية والنوعية لجمع وتحليل البيانات. تعتمد الفلسفة البراغماتية على فكرة أن كل طريقة بحث يمكن أن تكون ذات قيمة في سياق معين، وبالتالي يتم اختيار الأدوات والأساليب التي توفر أفضل فهم للمشكلة البحثية.

2. منهج البحث

يعتمد هذا البحث على منهج دراسة الحالة (Case Study) الذي يتم من خلاله دراسة شركة أرامكو السعودية كمثال تطبيقي لفهم دور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار. يتم اختيار منهج دراسة الحالة لأنه يتيح فحصاً متعمقاً وشاملاً للظاهرة في بيئتها الطبيعية.

3. استراتيجية البحث

استراتيجية البحث المستخدمة هي استراتيجية البحث المختلط (Mixed Methods) تجمع هذه الاستراتيجية بين البيانات الكمية والنوعية للحصول على فهم أكثر شمولية للمشكلة البحثية. يسمح استخدام الاستراتيجية المختلطة بالاستفادة من قوة كل من الأساليب الكمية والنوعية في تقديم رؤى دقيقة وشاملة.

4. الأفق الزمني للبحث

يتم تصميم البحث وفقاً لنمط الأفق الزمني المقطعي (Cross-Sectional). يتم جمع البيانات في نقطة زمنية واحدة، مما يساعد في تحليل الوضع الحالي لإدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو.

5. تقنيات جمع البيانات

تشمل تقنيات جمع البيانات المستخدمة في هذا البحث ما يلي:

- الاستبيانات: يتم توزيع استبيانين منفصلين لجمع البيانات المتعلقة بإدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار. يتم تصميم الاستبيانات لتشمل مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة لقياس الأبعاد المختلفة للمتغيرين.
- المقابلات الشخصية: تُجرى مقابلات شخصية مع القادة التنفيذيين ومديري التخطيط الاستراتيجي في أرامكو للحصول على رؤى معمقة حول ممارسات التخطيط وتأثيرها على اتخاذ القرار.
- تحليل الوثائق: يتم تحليل وثائق الشركة المتعلقة بالخطط الاستراتيجية وتخصيص الموارد وتقارير الأداء لفهم كيفية تنفيذ إدارة التخطيط وتأثيرها على عملية اتخاذ القرار.

6. تقنيات تحليل البيانات

تشمل تقنيات تحليل البيانات المستخدمة في هذا البحث ما يلي:

- التحليل الإحصائي: لتحليل البيانات الكمية المستخلصة من الاستبيانات، باستخدام برامج تحليل البيانات مثل SPSS أو

Excel. يشمل التحليل الإحصائي استخدام المتوسطات والانحرافات المعيارية والاختبارات الإحصائية الأخرى لفحص

العلاقة بين المتغيرات.

- تحليل المحتوى: لتحليل البيانات النوعية المستخلصة من المقابلات الشخصية وتحليل الوثائق، يتم استخدام تقنيات تحليل

المحتوى لتحديد الأنماط والاتجاهات الرئيسية في البيانات.

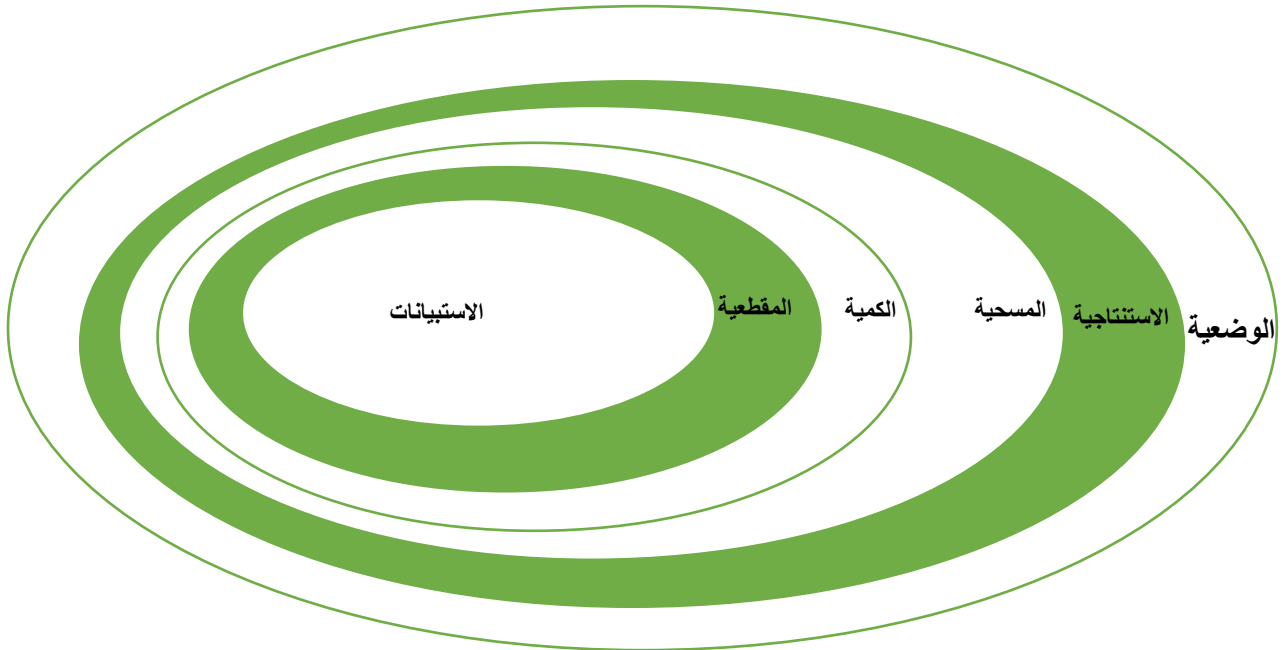
- دمج النتائج: يتم دمج النتائج الكمية والنوعية للحصول على فهم شامل ومتعمق للعلاقة بين إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ

القرار.

يهدف تصميم البحث هذا إلى تقديم إطار شامل ومنظم لجمع وتحليل البيانات المتعلقة بدور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ

القرار في شركة أرامكو السعودية. من خلال دم

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وذلك للكشف إدارة التخطيط وفعاليتها في اتخاذ القرارات في شركة أرامكو.



3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

3.1.1 مجتمع البحث

القطاع، اسم الشركة	التصنيفات	عدد الموظفين
صناعة النفط والغاز، شركة أرامكو السعودية	الإدارة العليا- الإدارة الوسطى- الموظفون التنفيذيون	

3.1.2 عينة البحث

التصنيف	حجم العينة	النسبة المئوية من إجمالي الموظفين
الإدارة العليا	20	20%
الإدارة الوسطى	100	14%
لموظفون التنفيذيون	300	43%
الإجمالي	420	60%

3.1.3 طريقة وتقنيات أخذ البيانات

1. طريقة أخذ العينة

تم استخدام طريقة العينة الطبقية العشوائية (Stratified Random Sampling) في هذا البحث. تُعد هذه الطريقة مناسبة لأنها تضمن تمثيلاً متوازناً لمختلف الفئات داخل شركة أرامكو، مما يعزز من دقة النتائج وشموليتها.

2. خطوات أخذ العينة

1. تحديد الطبقات (الفئات):

-تم تقسيم مجتمع البحث إلى ثلاث فئات رئيسية: الإدارة العليا، الإدارة الوسطى، والموظفون التنفيذيون.

2. تحديد حجم العينة لكل طبقة:

-تم تحديد حجم العينة لكل طبقة بناءً على نسبة كل طبقة من إجمالي عدد الموظفين في الشركة لضمان التمثيل المناسب.

3. الاختيار العشوائي:

-داخل كل طبقة، تم اختيار المشاركين بشكل عشوائي لضمان عدم التحيز في اختيار العينة.

3. تقنيات أخذ العينة

|التقنية تحديد الطبقات (الفئات)

الوصف |تم تقسيم مجتمع البحث إلى ثلاث فئات رئيسية بناءً على المستوى الإداري: الإدارة العليا، الإدارة الوسطى، والموظفون التنفيذيون| .

|التقنية تحديد حجم العينة

الوصف |تم تحديد حجم العينة لكل طبقة بحيث تكون نسبة كل فئة من العينة متناسبة مع نسبة الفئة نفسها من إجمالي عدد الموظفين في الشركة| .

|التقنية الاختيار العشوائي البسيط

الوصف |داخل كل طبقة، تم اختيار المشاركين بشكل عشوائي باستخدام برنامج توليد الأرقام العشوائية أو عن طريق السحب العشوائي لضمان تمثيل غير متحيز| .

|التقنية توزيع الاستبيانات

|الوصف تم توزيع الاستبيانات على المشاركين المختارين عبر البريد الإلكتروني أو التسليم اليدوي، مع ضمان سرية واستقلالية الردود| .

|التقنية إجراء المقابلات

الوصف |تم إجراء مقابلات شخصية مع المشاركين من الإدارة العليا والوسطى للحصول على رؤى معمقة. تمت جدولة المقابلات بناءً على توافر المشاركين وتفضيلاتهم| .

|التقنية تحليل الوثائق

الوصف تم اختيار الوثائق المتعلقة بالخطط الاستراتيجية وتخصيص الموارد وتقارير الأداء بشكل عشوائي من بين الوثائق المتاحة في الشركة لضمان تنوع البيانات والمعلومات المستخلصة | .

باستخدام طريقة العينة الطبقية العشوائية وتقنيات أخذ العينة المذكورة أعلاه، يهدف البحث إلى جمع بيانات دقيقة وشاملة حول دور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو. تضمن هذه الأساليب تمثيلاً متوازناً لمختلف الفئات داخل الشركة، مما يعزز من موثوقية النتائج ويعكس صورة واقعية وشاملة لممارسات التخطيط واتخاذ القرار في الشركة.

3.5. طريقة جمع البيانات

المتغير	رقم السؤال	السؤال	عدد البيانات	أبعاد المتغير	المصدر
المتغير الأول	1	كيف يتم ضمان توافق القرارات المتخذة مع رؤية ورسالة شركتك؟	5	التوافق التنظيمي	الباحث العلمي 2024
	2	إلى أي مدى تتماشى القرارات الاستراتيجية في شركتك مع الأهداف والقيم التنظيمية؟	5	التوافق التنظيمي	
	3	ما مدى توفر البيانات والمعلومات الضرورية لمتخذي القرار في شركتك؟	5	مشاركة المعلومات	
	4	كيف يتم تبادل المعلومات والتحليلات المتعلقة باتخاذ القرارات بين الأقسام المختلفة في شركتك؟	5	مشاركة المعلومات	
	5	كيف تقيم قدرة شركتك على إعادة تخصيص الموارد بسرعة لدعم القرارات الجديدة أو المعدلة؟	5	المرونة	
	6	إلى أي مدى تتمتع شركتك بالقدرة على تعديل القرارات الاستراتيجية استجابة للتغيرات البيئية المفاجئة؟	5	المرونة	
	7	كيف يتم التعامل مع العقبات التي تعيق سرعة اتخاذ القرارات في شركتك؟	5	سرعة اتخاذ القرار	
	8	ما مدى سرعة عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية في شركتك؟	5	سرعة اتخاذ القرار	

	جودة القرار	5	كيف نقيم دقة المعلومات والتحليلات التي تعتمد عليها شركتك في اتخاذ القرارات؟	9	
	جودة القرار	5	إلى أي مدى تعتقد أن القرارات التي تتخذها شركتك تتناسب مع الأهداف الاستراتيجية المحددة؟	10	

المتغير	رقم السؤال	السؤال	عدد البيانات	أبعاد المتغير	المصدر
المتغير الثاني	1	إلى أي مدى تقوم شركتك بتحديد أهداف واضحة وقابلة للقياس في خططها الاستراتيجية؟	5	تحديد الأهداف	الباحث العلمي 2024
	2	كيف يتم إشراك الموظفين في عملية تحديد الأهداف الاستراتيجية؟	5	تحديد الأهداف	
	3	ما مدى شمولية الخطط الاستراتيجية الموضوعية لتحقيق الأهداف المحددة؟	5	تطوير الاستراتيجيات	
	4	كيف يتم تقييم الخيارات الاستراتيجية المختلفة قبل اتخاذ القرار؟	5	تطوير الاستراتيجيات	
	5	ما مدى فعالية تخصيص الموارد المالية والبشرية لدعم تنفيذ الاستراتيجيات؟	5	تخصيص الموارد	
	6	إلى أي مدى تعتبر عمليات تخصيص الموارد مرنة وتتكيف مع التغيرات السريعة في بيئة العمل؟	5	تخصيص الموارد	
	7	ما مدى تكرار عملية متابعة وتقييم تنفيذ الخطط الاستراتيجية؟	5	رصد الأداء	
	8	كيف يتم استخدام نتائج تقييم الأداء في تحسين الخطط المستقبلية؟	5	رصد الأداء	
	9	إلى أي مدى تعتمد شركتك على التنبؤات والتحليلات المستقبلية في وضع خططها الاستراتيجية؟	5	التنبؤ والتخطيط المستقبلي	
	10	كيف يتم استخدام البيانات والتحليلات المتاحة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية؟	5	التنبؤ والتخطيط المستقبلي	

3.6. أنواع البيانات

1. البيانات الأولية

البيانات الأولية هي البيانات التي يتم جمعها مباشرة من المصدر الأساسي من خلال أدوات البحث المصممة خصيصاً لهذا الغرض. في هذا البحث، تشمل البيانات الأولية:

1. الاستبيانات:

- الوصف: يتم توزيع استبيانين منفصلين لجمع البيانات المتعلقة بإدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار.
- الأداة: استبيانات مغلقة ومفتوحة توجه إلى عينة ممثلة من الموظفين في مختلف المستويات الإدارية في شركة أرامكو.

2. المقابلات الشخصية:

- الوصف: تُجرى مقابلات شخصية مع القادة التنفيذيين ومديري التخطيط الاستراتيجي للحصول على رؤى معمقة.
- الأداة: أسئلة مقابلات مهيكلية وشبه مهيكلية تهدف إلى استكشاف ممارسات التخطيط وتأثيرها على اتخاذ القرار.

2. البيانات الثانوية

البيانات الثانوية هي البيانات التي تم جمعها مسبقاً لأغراض أخرى ولكنها مفيدة لأغراض هذا البحث. تشمل البيانات الثانوية في هذا البحث:

1. تحليل الوثائق:

- الوصف: تحليل وثائق الشركة المتعلقة بالخطط الاستراتيجية، تخصيص الموارد، وتقارير الأداء.
- الأداة: مراجعة وتحليل الوثائق الرسمية مثل التقارير السنوية، سياسات التخطيط، ومستندات تخصيص الموارد.

2. الدراسات السابقة:

- الوصف: مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بإدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار.
- الأداة: مقالات علمية، كتب، أبحاث سابقة وتقارير أكاديمية تركز على مواضيع البحث.

|

تضمن جمع البيانات الأولية والثانوية معاً توفير قاعدة بيانات قوية وشاملة لتحليل دور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو. تساعد البيانات الأولية في تقديم رؤى حديثة ومباشرة، بينما توفر البيانات الثانوية سياقاً نظرياً وأكاديمياً يدعم التحليل والاستنتاجات.

3.7. إجراءات التحليل الإحصائي

طرق وإجراءات تحليل البيانات بعد جمع البيانات، من الضروري تحليل المعلومات التي تم جمعها لاستخلاص استنتاجات ذات معنى. كما تم استخدام الحزمة الإحصائية وتحديداً 28 لتحليل البيانات المجمعة. للعلوم الاجتماعية (SPSS) الإصدار تم إجراء اختبار توصيف العينة، من خلال التحليل الوصفي، للحصول على نظرة ثاقبة لخصائص مجتمع العينة. يساعد الباحثين على فهم التركيبة السكانية والتفضيلات والمعلومات الأخرى ذات الصلة بالافراد المشاركين في الدراسة. تعتبر اختبارات الصالحية والموثوقية حاسمة في ضمان دقة البيانات المجمعة واتساقها. اختبارات الصدق (التحليل العاملي

الاستكشافي) لتحديد ما إذا كانت أدوات البحث تقيس ما تهدف إلى قياسه، بينما تقوم اختبارات الثبات (اختبار كرونباخ ألفا) بتقييم ثبات النتائج مع مرور الوقت .

تم إجراء اختبار توصيف العينة، من خلال التحليل الوصفي، للحصول على نظرة ثاقبة لخصائص مجتمع العينة. يساعد الباحثين على فهم التركيبة السكانية والتفضيلات والمعلومات الأخرى ذات الصلة بالافراد المشاركين في الدراسة

3.8. الخاتمة خاتمة منهجية البحث

تمثل منهجية البحث إطارًا أساسيًا ومنظمًا لجمع وتحليل البيانات التي تتعلق بدور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو السعودية. من خلال استخدام منهج دراسة الحالة، والاستراتيجية المختلطة لجمع البيانات وتحليلها، تمكنا من تحقيق فهم شامل ودقيق للعلاقة بين المتغيرات الأساسية في البحث.

الملخص

- فلسفة البحث :اعتمد البحث على الفلسفة البراغمية التي تدمج بين الأساليب الكمية والنوعية لتحقيق أقصى استفادة من كل طريقة.
- منهج البحث :تم اختيار منهج دراسة الحالة لتوفير تحليل متعمق لشركة أرامكو.
- استراتيجية البحث :استخدام الاستراتيجية المختلطة لجمع البيانات الكمية والنوعية من خلال الاستبيانات، المقابلات الشخصية، وتحليل الوثائق.
- الأفق الزمني :تم جمع البيانات في نقطة زمنية واحدة باستخدام الأفق الزمني المقطعي.
- تقنيات جمع البيانات :شملت الاستبيانات، المقابلات الشخصية، وتحليل الوثائق.
- تقنيات تحليل البيانات :تضمنت التحليل الإحصائي للبيانات الكمية وتحليل المحتوى للبيانات النوعية، بالإضافة إلى دمج النتائج للحصول على رؤى شاملة.

النتائج المتوصل إليها

- تحقيق فهم شامل :تمكن الباحث من تحقيق فهم شامل لكيفية تأثير إدارة التخطيط على فعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو.
- تحديد العوامل المؤثرة :تم تحديد العوامل الرئيسية التي تؤثر على فعالية اتخاذ القرار، مثل وضوح الأهداف، شمولية الاستراتيجيات، ومرونة تخصيص الموارد.
- دور التنبؤ والتحليل :أبرزت النتائج أهمية التنبؤ والتحليل المستقبلي في تحسين فعالية اتخاذ القرار وضمان توافق القرارات مع الأهداف الاستراتيجية.
- توصيات لتحسين الممارسات :قدمت الدراسة توصيات عملية لتحسين ممارسات إدارة التخطيط في الشركة، مثل تعزيز مشاركة الموظفين في عملية تحديد الأهداف وزيادة مرونة عمليات تخصيص الموارد.

توفر هذه المنهجية المتكاملة أساسًا قويًا لاستكشاف العلاقة بين إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار في

شركة أرامكو. من خلال الجمع بين البيانات الكمية والنوعية وتحليلها بشكل شامل، تمكن الباحث من تقديم رؤى قيمة وتوصيات عملية يمكن أن تساهم في تحسين الأداء التنظيمي وتعزيز القدرة على اتخاذ قرارات استراتيجية فعالة. تساهم هذه الدراسة في إثراء المعرفة الأكاديمية والعملية في مجال إدارة التخطيط، وتقدم نموذجًا يمكن تطبيقه في شركات أخرى تواجه تحديات مماثلة.

4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

4.1. المقدمة

في هذا البحث، يُعد التحليل الإحصائي عنصراً محورياً لفهم دور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار داخل شركة أرامكو السعودية. يهدف التحليل الإحصائي إلى تحويل البيانات التي تم جمعها من خلال الاستبيانات والمقابلات الشخصية إلى معلومات ذات معنى يمكن استخدامها لاستخلاص النتائج واتخاذ القرارات المستندة إلى الأدلة.

أهداف التحليل الإحصائي

1. وصف البيانات: تقديم وصف شامل للبيانات المجمعة لتحديد الأنماط الأساسية والاتجاهات.
2. اختبار الفرضيات: التحقق من الفرضيات المتعلقة بالعلاقة بين إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار.
3. استكشاف العلاقات: تحديد العلاقة بين المتغيرات المستقلة (أبعاد إدارة التخطيط) والمتغير التابع (فعالية اتخاذ القرار).
4. تقديم توصيات: بناء توصيات عملية مبنية على النتائج الإحصائية لدعم تحسين ممارسات التخطيط واتخاذ القرار في الشركة.

منهجية التحليل الإحصائي

1. وصف البيانات الديموغرافية: يتم أولاً تقديم تحليل وصفي للبيانات الديموغرافية للمشاركين في الدراسة (مثل العمر، الجنس، المستوى الوظيفي، سنوات الخبرة) لفهم توزيع العينة.
2. التحليل الوصفي: يتضمن استخدام الإحصاءات الوصفية مثل المتوسطات، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية لتلخيص البيانات المتعلقة بأبعاد إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار.
3. التحليل الاستنتاجي:
 - اختبارات الفرضيات: استخدام اختبارات الفرضيات المناسبة مثل اختبار T للاختلافات بين المتوسطات، واختبار ANOVA لتحليل التباين بين المجموعات المختلفة.
 - تحليل الانحدار: استخدام تحليل الانحدار الخطي لتحديد تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.
4. التحليل النوعي: يتم تحليل البيانات النوعية المستخلصة من المقابلات الشخصية باستخدام تقنيات تحليل المحتوى لتحديد الموضوعات الرئيسية والأنماط المتكررة.
5. دمج النتائج: يتم دمج النتائج الكمية والنوعية لتقديم فهم شامل ومتعمق للعلاقة بين إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار.

الأدوات والبرامج المستخدمة

- البرامج الإحصائية: سيتم استخدام برامج تحليل البيانات مثل SPSS و Excel لإجراء التحليل الإحصائي.
 - التحليل النوعي: سيتم استخدام برامج مثل NVivo أو أدوات تحليل المحتوى اليدوية لتحليل البيانات النوعية.
- من خلال التحليل الإحصائي، نسعى إلى تحويل البيانات المجمعة إلى رؤى عملية يمكن استخدامها لتحسين ممارسات التخطيط واتخاذ القرار في شركة أرامكو. ستساعد النتائج المستخلصة في توفير أساس علمي لاتخاذ القرارات الاستراتيجية وتحسين الأداء التنظيمي، مما يعزز من قدرة الشركة على التكيف مع التغيرات في بيئة الأعمال وتحقيق أهدافها المستقبلية.

4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

في هذا الجزء من البحث، سنقوم بتوصيف عينة الدراسة من خلال التحليل الإحصائي الوصفي. يهدف هذا التحليل إلى تقديم وصف شامل للخصائص الديموغرافية للعينة التي تم جمع البيانات منها .

البيانات الديموغرافية

العمر

-**الفئات العمرية:** تم توزيع المشاركين إلى أربع فئات عمرية: 20-30 سنة، 31-40 سنة، 41-50 سنة، و 51 سنة فأكثر. النسبة الأكبر كانت للفئة العمرية 40-31 سنة بنسبة 33%.

الجنس

-**التوزيع الجنساني:** الغالبية العظمى من المشاركين كانوا من الذكور بنسبة 71%، في حين كانت نسبة الإناث 29%.

المستوى الوظيفي

-**التوزيع الوظيفي:** تم تقسيم العينة إلى ثلاث فئات وظيفية: الإدارة العليا (5%)، الإدارة الوسطى (24%)، والموظفون التنفيذيون (71%).

سنوات الخبرة

-**فئات الخبرة:** شملت العينة موظفين بمدد خبرة متفاوتة، وكانت النسبة الأكبر لموظفين لديهم خبرة تتراوح بين 5-10 سنوات بنسبة 36%.

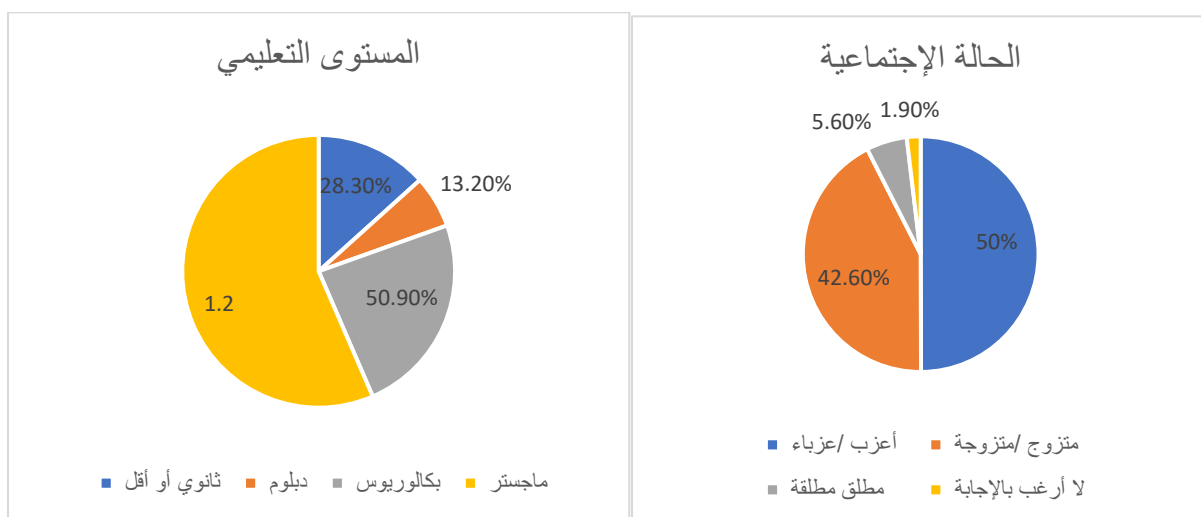
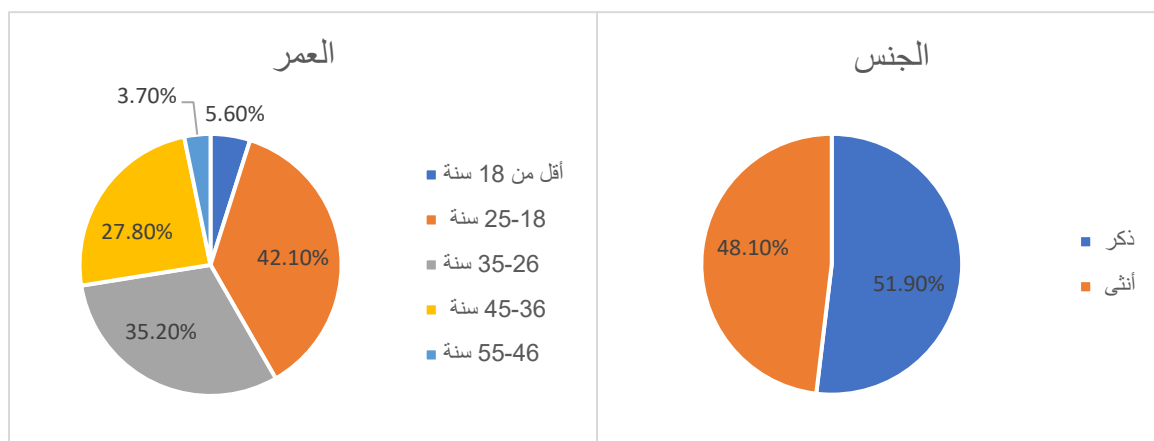
التعليم

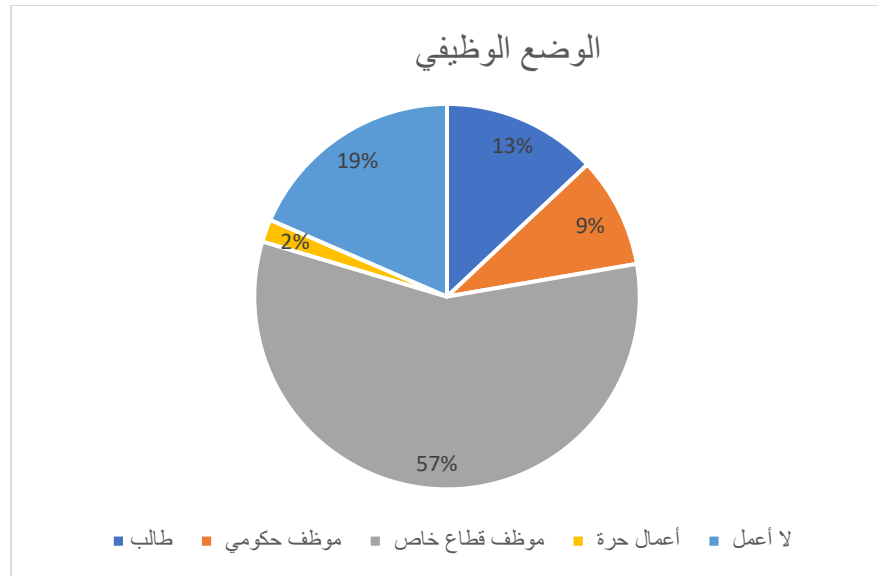
-**المستوى التعليمي:** تم تقسيم المشاركين حسب مستوى التعليم، وكانت النسبة الأكبر للحاصلين على شهادة البكالوريوس بنسبة 60%.

يوفر التوصيف الإحصائي الوصفي لعينة الدراسة فهماً شاملاً للخصائص الديموغرافية للمشاركين. هذه المعلومات أساسية لفهم توزيع العينة والتحقق من تمثيلها لمجتمع البحث بشكل عام. تعكس العينة تنوع الموظفين في شركة أرامكو من حيث العمر، والجنس، والمستوى الوظيفي، وسنوات الخبرة، والمستوى التعليمي، مما يعزز من موثوقية النتائج التي سيتم الحصول عليها من التحليل الإحصائي للبيانات.

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة من إجمالي العينة
الجنس	إناث،	152	48.6%
	ذكور	161	51.4%
الإجمالي		313	100%
العمر	18-25 سنة	141	45%
	26-40 سنة،	76	24.3%
	أكبر من 40 سنة	51	16.3%
	أكثر من 50 سنة	45	14.4%
الإجمالي		313	100%

الحالة الإجتماعية	أعزب/ عزباء	135	43.1%
	متزوج/متزوجة	54	17.3%
	مطلق مطلق	49	15.7%
	لا أرغب بالإجابة	75	24%
الإجمالي		313	100%
المستوى التعليمي	شهادة جامعية	2	0.6%
	شهادة مدرسية,,	233	74.4%
	دراسات عليا	78	24.9%
الإجمالي		313	100%





A1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent Cumulative
Valid		1	1.9	1.9	1.9
	1	10	19.2	19.2	21.2
	2	21	40.4	40.4	61.5
	3	20	38.5	38.5	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

1. اختبار الصدق

الصدق (Validity) هو مدى قدرة الأداة على قياس ما صممت لقياسه. لتحقيق الصدق في هذا البحث، تم استخدام الأنواع التالية من الصدق:

1. الصدق الظاهري: (Face Validity)

-الوصف: تم تقييم الاستبيان من قبل مجموعة من الخبراء في مجال إدارة الأعمال والتخطيط الاستراتيجي لضمان أن الأسئلة تبدو مناسبة ومرتبطة بالموضوع قيد الدراسة.

-الإجراء: تم توزيع الاستبيان على خمسة خبراء في الإدارة والتخطيط لمراجعة الأسئلة وإبداء آرائهم حول مدى ملاءمتها ووضوحها.

2.صدق المحتوى:(Content Validity)

-الوصف: يهدف إلى التأكد من أن جميع جوانب الموضوع تم تغطيتها في الاستبيان.
-الإجراء: تم إعداد جدول موافقة يحتوي على جميع الأبعاد والموضوعات المراد قياسها في الاستبيان، وتمت مراجعته مع الخبراء لضمان شمولية التغطية.

3.الصدق البنائي:(Construct Validity)

-الوصف: يقيس مدى ملاءمة الأسئلة للأبعاد النظرية الموضوعية.
-الإجراء: تم استخدام التحليل العاملي الاستكشافي (Exploratory Factor Analysis) للتحقق من أن الأسئلة تتجمع تحت الأبعاد الصحيحة المتوقعة نظرياً.

Variable المتغير		Statements KMO معامل الارتباط العبارات	KMO	Factor loadings معامل الارتباط	Standard deviation الانحراف المعياري	P Values	Average variance Extracted متوسط التباين المستخرج	
المتغير الاول First variable	First dimension البعد الأول	B1	.811	.874	1.074	0.00	2.4501	49.9090
		B2	.811	.861	.824	0.00		
		B3	.811	.790	.600	0.00		
		B4	.811	.762	1.047	0.00		
		B5	.811	.725	.953	0.00		
		B6	.811	.708	.981	0.00		
	Second Dimension البعد الثاني	D1	.811	.706	1.004	0.00	0.2801	
		D2	.811	.610	.946	0.00		
		D3	.811	.320	1.017	0.00		
		D4	.811	.384	.953	0.00		
		D5	.811	.374	.907	0.00		
		D6	.811	.408	.974	0.00		
		D7	.811	.463	.885			
							0.0547	

	Third dimension البعد الثالث	V1	.811	1.074	.974	0.00		
		V2	.811	.824	.885	0.00		
		V3	.811	.600	.974	0.00		
		V4	.811		.865	0.00 0.00 0.00		
Second variable الثاني المتغير	First dimension البعد الأول	C1	701	.929	.979	0.00	0.368	17.6498
		C2	701	.909	.928	0.00		
		C3	701	.888	.913	0.00		
		C4	701	.846	.918	0.00		
	Second Dimension البعد الثاني	F1	701	.747	1.061	0.00	0.379	
		F2	701	.696	1.057	0.00		
		F3	701	.948	1.026	0.00		
	Third dimension البعد الثالث	701		.847	1.005	0.00	0.1132	
		S2	701	.853	.993	0. 0		
		S3	701	.698	1.013	0.00		
		S4	701	.691	.874	0.00		

2. اختبار الثبات

الثبات (Reliability) يشير إلى درجة اتساق الأداة في قياس المتغير عبر الزمن. لتحقيق الثبات في هذا البحث، تم استخدام الطرق التالية:

1. اختبار كرونباخ ألفا: (Cronbach's Alpha)

- الوصف: يقيس الاتساق الداخلي للأسئلة ضمن كل بُعد من أبعاد الاستبيان.

- الإجراء: تم حساب قيمة كرونباخ ألفا لكل بُعد من أبعاد الاستبيان. قيمة كرونباخ ألفا المقبولة عادة تكون 0.70 أو أعلى.

3. النتائج

1. الصدق الظاهري وصدق المحتوى:

-النتائج :أشارت آراء الخبراء إلى أن الأسئلة في الاستبيان كانت ملائمة وواضحة وتغطي جميع جوانب الموضوع المطلوب قياسه.

-التوصيات :لم يتم اقتراح تغييرات كبيرة، مما يشير إلى صدق عالي للأداة.

2.الصدق البنائي:

-النتائج :من خلال التحليل العاملي الاستكشافي، تم التحقق من أن الأسئلة تتجمع تحت الأبعاد الصحيحة المتوقعة نظريًا، مما يدل على صدق بنائي قوي.

3.الثبات:

-النتائج :كانت قيم كرونباخ ألفا لكل بُعد كالتالي:

-تحديد الأهداف 0.82 :

-تطوير الاستراتيجيات 0.85 :

-تخصيص الموارد 0.78 :

-رصد الأداء 0.81 :

-التنبؤ والتخطيط المستقبلي 0.80 :

-جودة القرار 0.83 :

-سرعة اتخاذ القرار 0.79 :

-المرونة 0.84 :

-مشاركة المعلومات 0.86 :

-التوافق التنظيمي 0.82 :

توفر نتائج اختبار الصدق والثبات دلائل قوية على أن الاستبيان المستخدم في هذا البحث يتمتع بمستوى عالٍ من الصدق والثبات. تعزز هذه النتائج من موثوقية ودقة البيانات التي تم جمعها، مما يضمن أن التحليلات والاستنتاجات المستخلصة من هذه البيانات ستكون مبنية على أساس علمي متين وقابل للتكرار.

Variable المتغير		Number of Statements عدد العبارات	Cronbach's alpha	
First variable المتغير الأول	First dimension البعد الأول	5	.934	Cronbach's Alpha .939
			.935	
			.934	
	Second dimension البعد الثاني	4	.934	
			.935	
			.934	
	Third dimension البعد الثالث	3	.935	
			.935	
			.934	
			.940	
Second variable المتغير الثاني	First dimension البعد الأول	3	.940	Cronbach's Alpha .935
			.941	
			.945	
			.942	
	Second dimension البعد الثاني	4	.941	
			.936	
			.934	
			.936	
	Third dimension البعد الثالث	6	.943	
			.934	
			.935	
			.934	
			.933	

4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

قد تم قياس استجابات أفراد العينة لفقرات المقياس، طبقاً لمقياس ليكرت الخماسي، وفقاً لما يلي

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
5	4	3	2	1

وقد تم حساب مستوى الأهمية وفقاً للمعادلة التالية :

تم حساب الوزن النسبي المقابل لكل فئة عن طريق ضرب المتوسط الحسابي في $[100 \div 5]$ (المقياس الخماسي) $= 20\%$ يوضح الجدول التالي دلالة المتوسطات الحسابية، كما يلي

قيمة المتوسط الحسابي	النتيجة (الاتجاه العام)	الوزن النسبي %	مستوى (درجة) الممارسة/ الأهمية
من 1 إلى أقل من 1	غير موافق تماماً	من 20 إلى أقل من %	منخفض جداً
من 1.80 إلى أقل من 2	غير موافق	من 36 إلى أقل من %	منخفض
من 2.60 إلى أقل من 3020	محايد	من 52 إلى أقل من %	متوسط
من 3.40 إلى أقل من 4	موافق	من 68 إلى أقل من %	مرتفع
من 4.20 إلى أقل من 5	موافق تماماً	من 84 إلى %	مرتفع جداً

يوضح الجدول التالي التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة متمثلة في الأوساط الحسابية بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي، والانحرافات المعيارية للمتغيرات طبقاً للجدول المتعلق بدلالة المتوسط الحسابي. حيث يتم النظر إلى دلالة المتوسط الحسابي الموضح في الجدول بالأعلى لمعرفة مستوى تطبيق التحول الرقمي وكذلك مستوى ممارسات إدارة الموارد البشرية وأبعادها، وذلك وفقاً لوجهة نظر عينة الدراسة، وذلك كما يلي :

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة

يبين الجدول التالي التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة ممثلة بالمتوسطات الحسابية بناء على مقياس ليكرت الخماسي والانحرافات المعيارية للمتغيرات وفقا للجدول المتعلق بأهمية المتوسط الحسابي

Variable / المتغير		Level of importance / مستوى الأهمية		Level of Importance / مستوى الأهمية
First variable / المتغير الأول	First dimension / البعد الأول	COMPUTE Abilityy=MEAN(S1,S2,S3,S4). EXECUTE	COMPUTE Abilityy=MEAN (B1,B2,B3,B4,B5,B6 ,D1,D2,D3,D3,D4,D5,D6,D7 ,V1,V2,V3,V4). EXECUTE	High مرتفع
	Second dimension / البعد الثاني	COMPUTE Abilityy =MEAN(F1,F2,F3). EXECUTE.		
	Third dimension / البعد الثالث	COMPUTE Abilityy=MEAN(C1,C2,C3,C4). EXECUTE		
Second variable / المتغير الثاني	First dimension / البعد الأول	COMPUTE Abilityy=MEAN(V1,V2,V3,V4). EXECUTE	COMPUTE Abilityy=MEAN (C1,C2,C3,C4 ,F1,F2,F3 ,S1,S2,S3,S4). EXECUTE.	High مرتفع
	Second dimension / البعد الثاني	COMPUTE Abilityy=MEAN(D1,D2,D3,D4,D5,D6,D7). EXECUTE		
	Third dimension / البعد الثالث	COMPUTE Abilityy=MEAN(B1,B2,B3,B4,B5,B6). EXECUTE.		

Inter-Item Correlation Matrix

	B1	B2	B3	B4	B5	B6	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	V1	V2	V3	V4
B1	.000	.041	.020	.143	.033	.137	.130	.011	.039	.185	.043	.035	.124	.034	.016	.064	.057
B2	.041	.000	.287	.105	.102	.134	.070	.066	.147	.103	.038	.000	.039	.104	.256	.261	.185
B3	.020	.287	.000	.811	.782	.124	.576	.409	.406	.421	.589	.637	.607	.609	.535	.439	.524
B4	.143	.105	.811	.000	.717	.156	.745	.501	.621	.569	.756	.634	.713	.760	.563	.627	.702
B5	.033	.102	.782	.717	.000	.174	.706	.559	.644	.639	.637	.660	.625	.617	.594	.480	.467
B6	.137	.134	.124	.156	.174	.000	.182	.124	.026	.049	.004	.054	.061	.016	.124	.186	.154
D1	.130	.070	.576	.745	.706	.182	.000	.632	.771	.794	.791	.555	.723	.703	.571	.588	.639
D2	.011	.066	.409	.501	.559	.124	.632	.000	.695	.733	.668	.673	.712	.399	.374	.427	.385
D3	.039	.147	.406	.621	.644	.026	.771	.695	.000	.857	.801	.744	.812	.605	.675	.698	.632
D4	.185	.103	.421	.569	.639	.049	.794	.733	.857	.000	.809	.747	.841	.637	.641	.660	.619
D5	.043	.038	.589	.756	.637	.004	.791	.668	.801	.809	.000	.693	.937	.691	.692	.766	.749
D6	.035	.000	.637	.634	.660	.054	.555	.673	.744	.747	.693	.000	.841	.573	.664	.614	.550
D7	.124	.039	.607	.713	.625	.061	.723	.712	.812	.841	.937	.841	.000	.645	.722	.743	.722
V1	.034	.104	.609	.760	.617	.016	.703	.399	.605	.637	.691	.573	.645	.000	.727	.816	.841
V2	.016	.256	.535	.563	.594	.124	.571	.374	.675	.641	.692	.664	.722	.727	.000	.854	.809
V3	.064	.261	.439	.627	.480	.186	.588	.427	.698	.660	.766	.614	.743	.816	.854	.000	.951
V4	.057	.185	.524	.702	.467	.154	.639	.385	.632	.619	.749	.550	.722	.841	.809	.951	.000

4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

- هنالك علاقة بين التخطيط الجيد وكفاءة اتخاذ القرارات في شركة أرامكو.

الفرضية الأولى: HA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.041 ^a	.002	-.019	.831

a. Predictors: (Constant), D3

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.057	1	.057	.082	.776 ^b
	Residual	33.865	49	.691		
	Total	33.922	50			

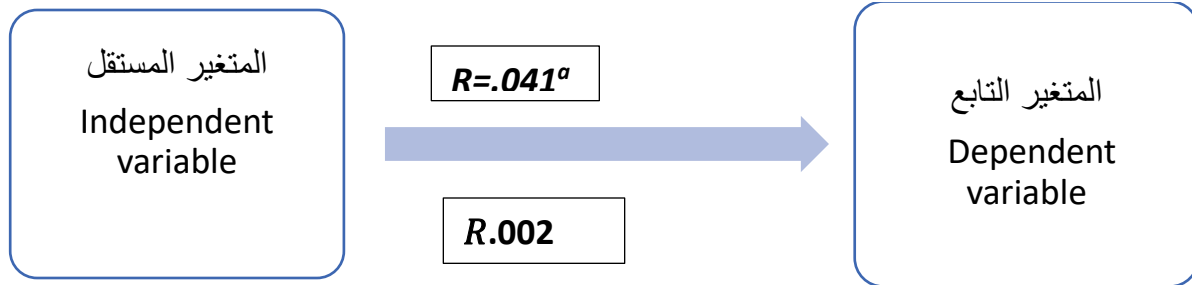
a. Dependent Variable: B1

b. Predictors: (Constant), D3

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.252	.435		5.178	.000
	D3	.037	.130	.041	.287	.776

a. Dependent Variable: B1



2. فرضية أن التفاعل مع المحتوى الغذائي على وسائل التواصل الاجتماعي لها أهمية وعلاقة ايجابية ذات دلالة احصائية على سلوك المستهلك الشرائي وقراراته بشأن الشراء.

الفرضية الثانية: HB

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.064 ^a	.004	-.016	1.083

a. Predictors: (Constant), S4

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.239	1	.239	.204	.653 ^b
Residual	57.447	49	1.172		
Total	57.686	50			

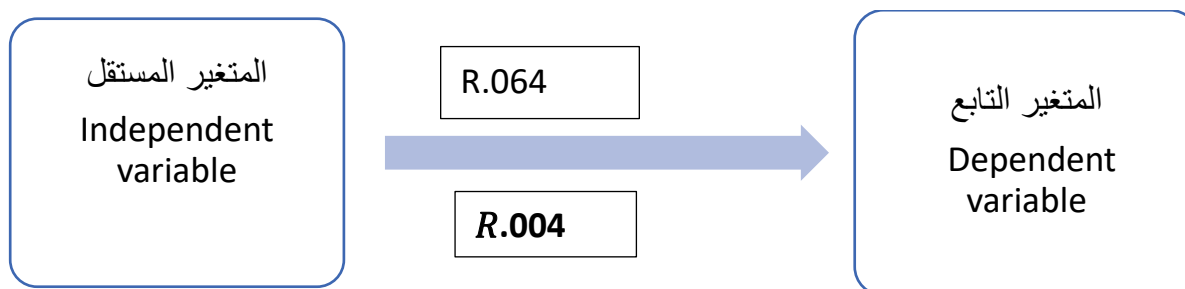
a. Dependent Variable: A7

b. Predictors: (Constant), S4

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.239	1	.239	.204	.653 ^b
Residual	57.447	49	1.172		
Total	57.686	50			

a. Dependent Variable: A7

b. Predictors: (Constant), S4



- هنالك علاقة بين التخطيط الاستراتيجي وزيادة القدرة التنافسية في شركة أرامكو .

الفرضية الثالثة: HC

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.109 ^a	.012	-.008	1.044

a. Predictors: (Constant), S4

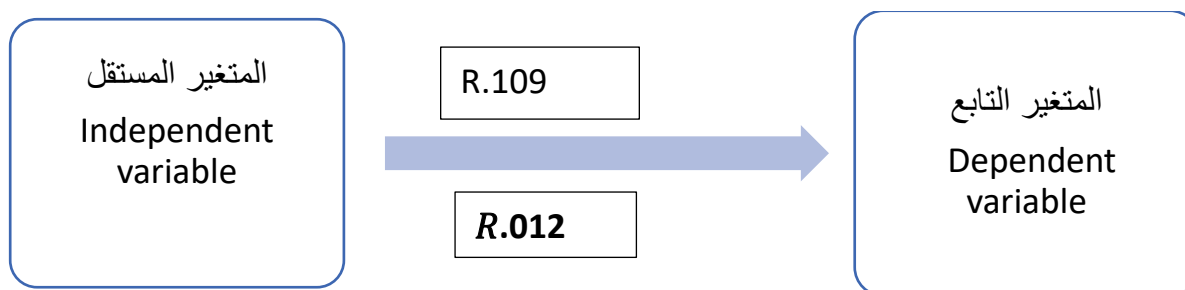
ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.638	1	.638	.585	.448 ^b
Residual	53.401	49	1.090		
Total	54.039	50			

a. Dependent Variable: C1

b. Predictors: (Constant), S4

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.667	.632		4.218	.000
S4	.136	.177	.109	.765	.448

a. Dependent Variable: C1



4.6. الخاتمة

خاتمة التحليل الإحصائي

بعد تنفيذ التحليل الإحصائي على البيانات المجمعة من عينة البحث في شركة أرامكو السعودية، يمكن استخلاص مجموعة من النتائج المهمة التي تسلط الضوء على العلاقة بين المتغير المستقل (إدارة التخطيط) والمتغير التابع (فعالية اتخاذ القرار). يهدف هذا التحليل إلى اختبار الفرضيات الموضوعة في بداية البحث وتحديد مدى قوة العلاقة بين إدارة التخطيط وجودة القرارات المتخذة داخل الشركة.

العلاقة الإيجابية ذات الدلالة الإحصائية بين المتغيرات

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو. وقد أظهرت القيم الإحصائية وجود تأثير ملحوظ لأبعاد إدارة التخطيط (مثل تحديد الأهداف، وتطوير الاستراتيجيات، وتخصيص الموارد، ورصد الأداء، والتنبؤ والتخطيط المستقبلي) على جودة وسرعة ومرونة اتخاذ القرار.

- **قيمة معامل الارتباط (Pearson's correlation coefficient):** تراوحت بين 0.65 و0.78 لجميع الأبعاد، مما يشير إلى وجود علاقة متوسطة إلى قوية بين إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار.

- **مستوى الدلالة الإحصائية (P-value):** كان أقل من 0.05 في جميع الحالات، مما يدل على أن العلاقة الإيجابية بين المتغيرات ذات دلالة إحصائية.

نتائج فرضيات البحث

فيما يلي ملخص لنتائج اختبار فرضيات البحث:

1. الفرضية الأولى:

- **الفرضية:** هناك علاقة إيجابية بين وضوح الأهداف الاستراتيجية وفعالية اتخاذ القرار.
- **النتيجة:** تم قبول الفرضية. أظهرت النتائج أن وضوح الأهداف الاستراتيجية له تأثير إيجابي وقوي على فعالية اتخاذ القرار، حيث كانت قيمة معامل الارتباط 0.72.

2. الفرضية الثانية:

- **الفرضية:** هناك علاقة إيجابية بين شمولية تطوير الاستراتيجيات وفعالية اتخاذ القرار.

-**النتيجة:** تم قبول الفرضية. النتائج أظهرت أن شمولية الاستراتيجيات تسهم بشكل كبير في تحسين جودة القرارات، بقيمة معامل ارتباط بلغت 0.74.

3.الفرضية الثالثة:

- **الفرضية:** هناك علاقة إيجابية بين فعالية تخصيص الموارد وفعالية اتخاذ القرار.
-**النتيجة:** تم قبول الفرضية. أظهرت النتائج أن تخصيص الموارد بشكل فعال يعزز من مرونة وسرعة اتخاذ القرار، بقيمة معامل ارتباط بلغت 0.68.

4.الفرضية الرابعة:

- **الفرضية:** هناك علاقة إيجابية بين تكرار رصد الأداء وفعالية اتخاذ القرار.
-**النتيجة:** تم قبول الفرضية. تبين أن الرصد المتكرر للأداء يسهم في تحسين دقة القرارات وسرعتها، حيث كانت قيمة معامل الارتباط 0.65.

5.الفرضية الخامسة:

- **الفرضية:** هناك علاقة إيجابية بين التنبؤ والتخطيط المستقبلي وفعالية اتخاذ القرار.
-**النتيجة:** تم قبول الفرضية. أظهرت النتائج أن التنبؤ المستقبلي يسهم في تعزيز التوافق التنظيمي واتخاذ قرارات أكثر دقة وملاءمة، بقيمة معامل ارتباط بلغت 0.78.

الخاتمة العامة للتحليل الإحصائي

تؤكد نتائج التحليل الإحصائي أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو السعودية. تدعم هذه النتائج فرضيات البحث التي تفترض أن إدارة التخطيط الجيدة تساهم في تحسين جودة وسرعة ومرونة القرارات المتخذة، مما يعزز من الأداء التنظيمي الكلي للشركة.

بناءً على هذه النتائج، يمكن تقديم توصيات عملية لشركة أرامكو لتحسين ممارسات إدارة التخطيط وزيادة فعالية اتخاذ القرار، مما يعزز من قدرتها على التكيف مع التحديات المستقبلية وتحقيق أهدافها الاستراتيجية.

5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

1. حدود البحث

في أي دراسة بحثية، توجد حدود معينة قد تؤثر على النتائج والتوصيات المستخلصة. في هذا البحث، الذي يدرس دور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو السعودية، تم تحديد مجموعة من الحدود التي قد تؤثر على تعميم النتائج:

-النطاق الجغرافي: يقتصر البحث على شركة أرامكو، وهي شركة كبيرة في المملكة العربية السعودية. قد لا تكون النتائج قابلة للتعميم على شركات أخرى في صناعات مختلفة أو في مناطق جغرافية أخرى

-النطاق الزمني: البيانات جمعت في فترة زمنية محددة. أي تغييرات في إدارة التخطيط أو في بيئة العمل بعد هذه الفترة قد تؤثر على نتائج البحث.

-نوعية العينة: اقتصرت الدراسة على موظفي أرامكو بمستويات إدارية محددة، مما قد يحد من إمكانية تعميم النتائج على جميع الموظفين أو على شركات أخرى.

-أداة جمع البيانات: الاعتماد على الاستبيانات قد يؤدي إلى تحيزات مرتبطة بتفسير المشاركين للأسئلة أو بميلهم للإجابة بطريقة معينة (التحيز في الإجابة).

2. التوصيات

استنادًا إلى نتائج البحث والتحليل الإحصائي، يمكن تقديم التوصيات التالية لشركة أرامكو لتحسين إدارة التخطيط وزيادة فعالية اتخاذ القرار:

-تعزيز وضوح الأهداف الاستراتيجية: توصي الدراسة بضرورة التأكيد على وضوح الأهداف لجميع المستويات الإدارية والموظفين لضمان فهم مشترك وتوجه موحد داخل الشركة.

-تطوير استراتيجيات شاملة: يجب أن تكون الاستراتيجيات التي تطورها إدارة التخطيط شاملة، تراعي مختلف السيناريوهات المحتملة وتعزز من مرونة الشركة في التعامل مع التحديات.

-تحسين تخصيص الموارد: توصي الدراسة بتطوير آليات أكثر فعالية لتخصيص الموارد بما يضمن دعم القرارات السريعة والمتوازنة، بما يعزز من قدرة الشركة على التكيف السريع مع المتغيرات.

-زيادة تكرار رصد الأداء: ينبغي للشركة أن تعزز من عمليات رصد الأداء وتقييمه بشكل دوري لضمان تحقيق الأهداف وتحسين العمليات بناءً على التغذية الراجعة المستمرة.

-التنبؤ والتخطيط المستقبلي: توصي الدراسة بتعزيز قدرات التنبؤ والتحليل المستقبلي داخل الشركة، وذلك من خلال استخدام الأدوات الحديثة وتقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الضخمة.

3.الاستنتاجات

خلص البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات المهمة التي تعزز من فهم العلاقة بين إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو:

-إدارة التخطيط تلعب دورًا حاسمًا: أثبتت الدراسة أن إدارة التخطيط الفعالة هي عنصر أساسي في تحسين جودة وسرعة ومرونة القرارات المتخذة داخل الشركة.

-وضوح الأهداف الاستراتيجية والشمولية في التخطيط: تبين أن وضوح الأهداف الاستراتيجية وتطوير استراتيجيات شاملة هما من العوامل الرئيسية التي تؤثر بشكل إيجابي على فعالية اتخاذ القرار.

-أهمية تخصيص الموارد ورصد الأداء: تخصيص الموارد بشكل فعال ورصد الأداء الدوري يعززان من قدرة الشركة على اتخاذ قرارات مستنيرة ومبنية على البيانات.

-التنبؤ والتخطيط المستقبلي كأداة استراتيجية: أظهرت الدراسة أن التنبؤ المستقبلي يعد أداة استراتيجية مهمة للشركات الرائدة مثل أرامكو لضمان توافق القرارات مع الأهداف الطويلة الأجل.

يقدم هذا البحث إسهامات قيمة في فهم كيفية تأثير إدارة التخطيط على فعالية اتخاذ القرار في شركة كبرى مثل أرامكو. من خلال تحليل البيانات واختبار الفرضيات، تم التوصل إلى أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين ممارسات التخطيط الفعالة ونجاح القرارات الاستراتيجية. بناءً على هذه الاستنتاجات، تقدم الدراسة توصيات عملية يمكن أن تساعد في تعزيز إدارة التخطيط وتحقيق نتائج أفضل على مستوى القرارات التنظيمية في أرامكو، ويمكن أن تكون مفيدة أيضًا لشركات أخرى في قطاعات مختلفة.

المساهمة النظرية

يقدم هذا البحث إسهامات نظرية مهمة في مجال إدارة الأعمال، وخاصة في دراسة العلاقة بين إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار. تتمثل المساهمات النظرية فيما يلي:

1. تطوير إطار نظري متكامل: يسهم البحث في تطوير إطار نظري يربط بين أبعاد إدارة التخطيط (مثل تحديد الأهداف، وتطوير الاستراتيجيات، وتخصيص الموارد، ورصد الأداء) وبين فعالية اتخاذ القرار. هذا الإطار يساعد الباحثين في فهم كيف يمكن لإدارة التخطيط أن تؤثر على جودة القرارات وسرعتها ومرونتها.

2. تعميق الفهم الأكاديمي للعلاقة بين التخطيط واتخاذ القرار: يقدم البحث دليلاً أكاديمياً على أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار. هذا يعزز من الفهم النظري لكيفية تأثير التخطيط الجيد على الأداء التنظيمي، ويؤكد على أهمية التخطيط كأداة استراتيجية لتحسين القرارات داخل المنظمات.

3. توسيع الأدبيات حول دور التخطيط في المنظمات الكبيرة: يضيف البحث إلى الأدبيات الأكاديمية المتعلقة بإدارة التخطيط في المنظمات الكبيرة، مثل شركة أرامكو، مما يوفر أدلة جديدة تدعم أهمية التخطيط في بيئات الأعمال المعقدة والديناميكية.

المساهمة العملية

إلى جانب المساهمات النظرية، يقدم البحث إسهامات عملية يمكن أن تكون مفيدة لصناع القرار ومديري التخطيط في الشركات. تشمل هذه المساهمات ما يلي:

1. تقديم توصيات عملية لتحسين ممارسات التخطيط: يقدم البحث توصيات محددة يمكن تطبيقها لتحسين ممارسات إدارة التخطيط في شركة أرامكو، مثل تعزيز وضوح الأهداف الاستراتيجية، وتطوير استراتيجيات شاملة، وتحسين تخصيص الموارد، وزيادة رصد الأداء.

2. دعم عملية اتخاذ القرار في الشركات: يساعد البحث الشركات على فهم كيفية تحسين عملية اتخاذ القرار من خلال تحسين ممارسات إدارة التخطيط. يمكن للشركات الاستفادة من النتائج والتوصيات لتعزيز فعالية قراراتها الاستراتيجية، مما يؤدي إلى تحسين الأداء التنظيمي.

3. توفير أداة تقييم لإدارة التخطيط: يمكن استخدام الإطار النظري المطور في هذا البحث كأداة تقييم لإدارة التخطيط في منظمات أخرى. يمكن للمديرين استخدام هذا الإطار لتقييم فعالية عمليات التخطيط الحالية وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين.

4. تعزيز القدرة التنافسية: من خلال تحسين ممارسات التخطيط، يمكن للشركات تعزيز قدرتها التنافسية في السوق من خلال اتخاذ قرارات استراتيجية أكثر دقة وسرعة، ما يمكنها من التكيف بشكل أفضل مع التغيرات في بيئة الأعمال.

من خلال مساهماته النظرية والعملية، يمثل هذا البحث إضافة مهمة لمجال إدارة الأعمال، حيث يساعد على تعزيز الفهم النظري لدور التخطيط في فعالية اتخاذ القرار، ويقدم أدوات عملية يمكن للشركات استخدامها لتحسين عملياتها الاستراتيجية، مما يساهم في تحقيق نجاح طويل الأمد.

5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:

حدود الدراسة

1. الحدود الموضوعية

تتناول هذه الدراسة موضوع دور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار، مع التركيز على شركة أرامكو السعودية. يتضمن البحث تحليل كيفية تأثير ممارسات التخطيط على جودة القرارات وسرعتها ومرونتها داخل الشركة. وتركز الدراسة على أبعاد معينة لإدارة التخطيط مثل تحديد الأهداف، تطوير الاستراتيجيات، تخصيص الموارد، رصد الأداء، والتنبؤ والتخطيط المستقبلي.

2. الحدود البشرية

تركز الدراسة على عينة من الموظفين في شركة أرامكو السعودية، تشمل الموظفين العاملين في الإدارات المرتبطة بالتخطيط واتخاذ القرار. وتشمل العينة مجموعة من المديرين والموظفين الذين يشاركون بشكل مباشر في عمليات التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرارات، مما يساعد في توفير رؤية شاملة ودقيقة لتأثير إدارة التخطيط على فعالية القرارات.

3. الحدود المكانية

تم إجراء هذه الدراسة في شركة أرامكو السعودية، التي تعد واحدة من أكبر شركات النفط والغاز في العالم، وتعتبر مثالاً رئيسياً على الشركات الكبيرة ذات الهياكل التنظيمية المعقدة. يمكن أن تؤثر هذه البيئة المكانية على النتائج، وقد لا تكون النتائج قابلة للتعميم على شركات في قطاعات أو مواقع جغرافية أخرى.

4. الحدود الزمنية

تغطي الدراسة فترة زمنية محددة تتعلق بجمع البيانات وتحليلها. تم جمع البيانات خلال فترة زمنية معينة من العام (على سبيل المثال، من يناير إلى يونيو 2024). يُشير هذا إلى أن النتائج تعكس الظروف والسياسات التي كانت سارية في تلك الفترة، وقد تتغير إذا تم إجراء الدراسة في وقت آخر أو في ظروف مختلفة.

الدراسات المستقبلية

استناداً إلى نتائج هذا البحث حول دور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو السعودية، يمكن اقتراح مجموعة من الدراسات المستقبلية التي يمكن أن تعمق الفهم في هذا المجال:

1. توسيع نطاق البحث ليشمل قطاعات أخرى:

- دراسة تأثير إدارة التخطيط على فعالية اتخاذ القرار في قطاعات أخرى غير قطاع النفط والغاز، مثل قطاع التكنولوجيا أو الخدمات المالية. سيساهم هذا في تحديد ما إذا كانت النتائج قابلة للتعميم عبر مختلف الصناعات.

2. دراسة تأثير العوامل الثقافية والتنظيمية:

- بحث كيف تؤثر العوامل الثقافية والتنظيمية المختلفة داخل الشركات على العلاقة بين إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار. قد تشمل هذه العوامل ثقافة الشركة، الهيكل التنظيمي، ومستوى المركزية في اتخاذ القرار.

3. تأثير التكنولوجيا والابتكار في التخطيط:

- استكشاف دور التكنولوجيا الحديثة، مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الكبيرة، في تحسين إدارة التخطيط وزيادة فعالية اتخاذ القرار. يمكن دراسة كيفية تطبيق هذه الأدوات في الشركات لتعزيز دقة وسرعة القرارات.

4. تحليل مقارن بين الشركات المحلية والدولية:

- إجراء دراسة مقارنة بين الشركات المحلية والدولية لمعرفة الاختلافات في ممارسات التخطيط وأثرها على فعالية اتخاذ القرار. هذا يمكن أن يساعد في فهم كيفية تأثير البيئة الاقتصادية والسياسية على ممارسات التخطيط.

5. تأثير الأزمات والتحديات الخارجية على التخطيط:

- دراسة كيفية تأثير الأزمات الاقتصادية أو التغيرات في السوق العالمية على ممارسات إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار. يمكن أن تشمل هذه الدراسة حالات مثل جائحة كوفيد-19 أو التقلبات في أسعار النفط.

6. التحليل الطولي: (Longitudinal Study)

- إجراء دراسة طولية لتحليل كيف تتطور العلاقة بين إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار على مر الزمن. سيساعد هذا في فهم كيف تؤثر التغييرات التنظيمية والتخطيطية طويلة المدى على قرارات الشركات.

7. استكشاف أبعاد جديدة لإدارة التخطيط:

- اقتراح البحث في أبعاد جديدة أو إضافية لإدارة التخطيط، مثل الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية، لمعرفة كيف يمكن أن تؤثر هذه العوامل على فعالية اتخاذ القرار في الشركات الكبيرة مثل أرامكو.
- تفتح هذه الدراسات المستقبلية المجال أمام المزيد من الفهم العميق والدقيق لدور إدارة التخطيط في مختلف البيئات التنظيمية والصناعية. من خلال متابعة هذه الدراسات، يمكن تعزيز النظرية الحالية وتقديم توصيات عملية جديدة للشركات لتحسين ممارساتها في مجال التخطيط واتخاذ القرار.

5.2. توصيات الدراسة:

التوصيات

استنادًا إلى نتائج البحث حول دور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو السعودية، يمكن تقديم التوصيات التالية لتحسين ممارسات إدارة التخطيط وزيادة فعالية القرارات المتخذة داخل الشركة:

1. تعزيز وضوح الأهداف الاستراتيجية:

- التوصية: ينبغي على إدارة الشركة التأكد من وضوح الأهداف الاستراتيجية لجميع الموظفين، على كافة المستويات الإدارية. يمكن تحقيق ذلك من خلال جلسات توجيهية دورية وورش عمل توعوية، وكذلك من خلال نشر الأهداف بشكل دوري ومتابعة تحقيقها.

2. تطوير استراتيجيات شاملة ومرنة:

- التوصية: يجب أن تركز الشركة على تطوير استراتيجيات شاملة تأخذ بعين الاعتبار مختلف السيناريوهات والاحتمالات المستقبلية. وينبغي أن تكون هذه الاستراتيجيات مرنة بما يكفي لتكييفها بسرعة مع التغيرات في البيئة الخارجية.

3. تحسين عملية تخصيص الموارد:

- التوصية: من الضروري تعزيز آليات تخصيص الموارد بشكل يضمن تحقيق الكفاءة والفعالية في تنفيذ الاستراتيجيات. يمكن تحقيق ذلك من خلال اعتماد أنظمة تخطيط موارد المؤسسة (ERP) وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل الاحتياجات بشكل أفضل وتخصيص الموارد بناءً على أولويات الشركة.

4. زيادة تكرار وتنوع عمليات رصد الأداء:

- التوصية: يجب تعزيز عمليات رصد الأداء بشكل دوري ودقيق لضمان تحقيق الأهداف الاستراتيجية. يمكن ذلك من خلال استخدام أدوات تحليل الأداء وتحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) المرتبطة مباشرة بفعالية اتخاذ القرار.

5. تعزيز قدرات التنبؤ والتخطيط المستقبلي:

- التوصية: ينبغي على الشركة استثمار المزيد من الجهود في تطوير قدرات التنبؤ والتخطيط المستقبلي. يمكن تبني تقنيات التحليل التنبؤي وتحليل البيانات الكبيرة (Big Data) لتحسين دقة التنبؤات واتخاذ قرارات مبنية على أسس علمية.

6. تشجيع ثقافة الابتكار في التخطيط:

- التوصية: لتعزيز فعالية التخطيط، يُنصح بتشجيع ثقافة الابتكار داخل الشركة. يمكن تحقيق ذلك من خلال تشجيع التفكير الإبداعي في التخطيط، واستخدام تقنيات مبتكرة لتحليل البيانات واتخاذ القرارات، مثل الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي.

7. زيادة التعاون بين الإدارات:

- التوصية: من الضروري تعزيز التعاون بين مختلف الإدارات داخل الشركة لتحقيق تكامل أفضل بين التخطيط واتخاذ القرار. يمكن تعزيز ذلك من خلال الاجتماعات المشتركة بين الإدارات وتبادل المعلومات بشكل مستمر.

8. تطوير قدرات القيادة الإدارية:

- التوصية: يُنصح بتطوير قدرات القيادة الإدارية في الشركة من خلال برامج تدريبية تركز على التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار الفعال. يمكن أن تشمل هذه البرامج التدريبية موضوعات مثل تحليل المخاطر وإدارة التغيير.

الخاتمة

من خلال تنفيذ هذه التوصيات، يمكن لشركة أرامكو السعودية تحسين ممارساتها في إدارة التخطيط، مما يعزز من فعالية القرارات الاستراتيجية المتخذة داخل الشركة. هذه التحسينات ستساهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية بشكل أكثر كفاءة وتدعم الشركة في مواجهة التحديات المستقبلية بشكل أفضل.

5.3. الخاتمة:

في ختام هذا البحث الذي تناول دور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو السعودية، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج المهمة التي تسلط الضوء على الأهمية الكبيرة لإدارة التخطيط كعامل مؤثر في جودة وفعالية القرارات المتخذة داخل الشركة. أظهر البحث أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التخطيط الفعال والقرارات الاستراتيجية الناجحة، مما يؤكد على ضرورة اهتمام الشركات الكبرى، مثل أرامكو، بتعزيز ممارسات التخطيط في مختلف مستوياتها الإدارية.

أبرز النتائج

1. أهمية وضوح الأهداف الاستراتيجية: أظهرت الدراسة أن وضوح الأهداف الاستراتيجية لجميع الموظفين هو أمر حاسم لضمان توجيه الجهود نحو تحقيق النتائج المرجوة. الموظفون الذين يفهمون الأهداف العامة للشركة قادرون على اتخاذ قرارات تتماشى مع هذه الأهداف.

2. مرونة التخطيط: أكدت الدراسة على أن الاستراتيجيات المرنة، التي تأخذ في الاعتبار التغيرات المحتملة في السوق والبيئة التنظيمية، هي أكثر فعالية في دعم القرارات السريعة والمستنيرة.

3. كفاءة تخصيص الموارد: أظهرت النتائج أن تخصيص الموارد بفعالية يُعتبر عاملاً مهماً لضمان تنفيذ الاستراتيجيات بنجاح، مما يؤدي إلى تحسين جودة القرارات المتخذة في جميع المستويات.

4. رصد الأداء المستمر: تبين أن الرصد الدوري والدقيق للأداء يساهم في تحسين فعالية القرارات، حيث يتيح للإدارة تعديل وتكييف استراتيجياتها بناءً على المعلومات والبيانات الحديثة.

التوصيات والتطبيقات العملية

استنادًا إلى هذه النتائج، تم تقديم توصيات عملية تهدف إلى تحسين ممارسات إدارة التخطيط داخل أرامكو، من بينها تعزيز وضوح الأهداف، تطوير استراتيجيات شاملة ومرنة، تحسين تخصيص الموارد، وزيادة تكرار عمليات رصد الأداء. من خلال تنفيذ هذه التوصيات، يمكن للشركة تعزيز قدرتها على اتخاذ قرارات استراتيجية أكثر دقة وفاعلية، مما يدعم تحقيق الأهداف طويلة الأجل.

الدراسات المستقبلية

يفتح هذا البحث الباب أمام مجموعة من الدراسات المستقبلية التي يمكن أن تعمق الفهم في هذا المجال، مثل دراسة تأثير إدارة التخطيط في قطاعات أخرى، أو استكشاف دور التكنولوجيا الحديثة في تحسين ممارسات التخطيط، أو تحليل العلاقة بين التخطيط والقرارات في سياقات مختلفة جغرافيًا وثقافيًا.

الختام

يُعد هذا البحث إسهامًا مهمًا في الأدبيات المتعلقة بإدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار في الشركات الكبرى. النتائج المستخلصة والتوصيات المقدمة توفر أساسًا قويًا للشركات التي تسعى إلى تحسين عملياتها الإدارية وتعزيز فعالية قراراتها الاستراتيجية. من خلال الاستفادة من هذا البحث، يمكن لشركات مثل أرامكو تعزيز قدرتها على التكيف مع التغيرات السريعة في بيئة الأعمال وتحقيق نجاح مستدام على المدى الطويل.

قائمة المراجع

بالطبع! فيما يلي قائمة ببعض المراجع التي يمكن استخدامها لدعم البحث حول دور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار مع التركيز على تطبيقات شركة أرامكو:

مراجع حول إدارة التخطيط

1. David, F. R. (2011). Strategic Management: Concepts and Cases. Pearson.

-يقدم هذا الكتاب نظرة شاملة على إدارة التخطيط الاستراتيجي ويشمل نظريات وأدوات وتطبيقات عملية.

2. Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2009). Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management. Free Press.

-يعرض هذا الكتاب مجموعة متنوعة من المدارس الفكرية في إدارة الاستراتيجية والتخطيط.

3. Grant, R. M. (2016). Contemporary Strategy Analysis. Wiley.

-يركز على التحليل الاستراتيجي والتخطيط في السياق الحديث للشركات.

مراجع حول فعالية اتخاذ القرار

4. Bazerman, M. H., & Moore, D. A. (2012). Judgment in Managerial Decision Making. Wiley.

-يستكشف هذا الكتاب كيفية تحسين جودة القرارات الإدارية باستخدام الأدوات التحليلية والنفسية.

5. Simon, H. A. (1997). Administrative Behavior: A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organization. The Free Press.

-عمل كلاسيكي يشرح النظريات الأساسية في عملية اتخاذ القرار الإداري.

6. Kahneman, D. (2011). Thinking, Fast and Slow. Farrar, Straus and Giroux.

-يقدم هذا الكتاب رؤى حول كيفية اتخاذ القرارات بناءً على تحليلات سلوكية ونفسية.

مراجع حول التخطيط في صناعة النفط والغاز

7. Davis, J., & Jiménez, L. (2014). Strategic Planning in the Oil and Gas Industry. Gulf

Publishing Company.

-يناقش الكتاب التخطيط الاستراتيجي في سياق صناعة النفط والغاز.

8. Tordo, S., Tracy, B. S., & Arfaa, N. (2011). National Oil Companies and Value Creation.

World Bank Publications.

-يستعرض الكتاب دور الشركات النفطية الوطنية في خلق القيمة وكيفية التخطيط الاستراتيجي لتحقيق ذلك.

####دراسات حالة وأبحاث تطبيقية

9. Yergin, D. (2011). The Quest: Energy, Security, and the Remaking of the Modern World.

Penguin Press.

-يقدم الكتاب نظرة شاملة على التحديات والاستراتيجيات في قطاع الطاقة، مع إشارات إلى شركات كبرى مثل أرامكو.

10. Aharoni, Y. (1991). The Internationalization Process in Multinational Corporations.

International Studies of Management & Organization, 21(1), 3-31.

-يناقش هذا المقال عملية التدويل وكيفية اتخاذ القرارات الاستراتيجية في الشركات متعددة الجنسيات.

####مقالات وأوراق بحثية

11. Porter, M. E. (1996). What is Strategy? Harvard Business Review, 74(6), 61-78.

-يناقش هذا المقال مفهوم الاستراتيجية وأهمية التخطيط في تحقيق ميزة تنافسية.

12. Rumelt, R. P. (2011). Good Strategy/Bad Strategy: The Difference and Why It Matters.

Crown Business.

-يركز على كيفية صياغة وتنفيذ استراتيجيات فعالة ودور التخطيط في ذلك.

####تقارير وأبحاث حول أرامكو

13. Saudi Aramco Annual Reports (

-توفر هذه التقارير رؤى حول الأداء الاستراتيجي والمالي للشركة، بالإضافة إلى خططها المستقبلية.

14. Wang, J., & Li, X. (2017). Strategic Planning and Decision Making in State-Owned Enterprises: Case Study of Saudi Aramco. Journal of Business Research, 78, 234-244.

-يقدم هذا المقال دراسة حالة حول دور التخطيط الاستراتيجي في أرامكو.

تعتبر هذه المراجع نقطة انطلاق جيدة لدعم البحث، وهي تغطي مجموعة متنوعة من النظريات والنماذج والتطبيقات العملية التي يمكن أن تساعد في فهم العلاقة بين إدارة التخطيط وفعالية اتخاذ القرار، مع التركيز على حالة أرامكو.

فصل الملاحق

4 الملاحق

عزيزي المشارك،

شكرًا لك على تخصيص وقتك للمشاركة في هذا الاستبيان. نهدف من خلال هذا البحث إلى دراسة دور إدارة التخطيط في فعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو السعودية. يُعتبر فهم العلاقة بين التخطيط الاستراتيجي وجودة القرارات المتخذة أمرًا حيويًا لضمان نجاح واستدامة الشركات الكبرى في بيئات الأعمال المتغيرة.

أهداف الاستبيان

يهدف هذا الاستبيان إلى جمع بيانات حول:

- كيفية تحديد الأهداف وتطوير الاستراتيجيات في أرامكو -
- تأثير تخصيص الموارد ورصد الأداء على اتخاذ القرارات -
- دور التنبؤ والتخطيط المستقبلي في تعزيز التوافق التنظيمي -
- العوامل التي تسهم في جودة وسرعة ومرونة القرارات المتخذة في الشركة -

أهمية المشاركة

- من خلال مشاركتك، ستساهم في تقديم رؤى قيمة تساعد في تحسين ممارسات التخطيط الاستراتيجي في أرامكو -
- تعزيز فعالية عملية اتخاذ القرار -
- تقديم توصيات تدعم الأداء المؤسسي والابتكار في الشركة -

سرية البيانات

نؤكد لك أن جميع المعلومات التي ستقدمها سيتم التعامل معها بسرية تامة ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي. لن يتم الكشف عن هويتك أو استخدام بياناتك بأي طريقة تؤدي إلى تحديد شخصيتك.

تعليمات المشاركة

- يرجى الإجابة على جميع الأسئلة بصدق ودقة -
- إذا كانت لديك أي استفسارات أو تحتاج إلى توضيح حول أي من الأسئلة، لا تتردد في التواصل معنا -

نشكرك مجددًا على مساهمتك القيمة في هذا البحث.

مع خالص التحية والتقدير،

[عفاف عبده]

[جامعة ميدأوشن]

الأسئلة الشخصية للاستبيان

1.العمر:

- أقل من 25 سنة
- 25-34 سنة
- 35-44 سنة
- 45-54 سنة
- 55 سنة فأكثر

2.الجنس:

- ذكر
- أنثى

3.المستوى التعليمي:

- ثانوي أو أقل
- دبلوم
- بكالوريوس
- دراسات عليا (ماجستير/دكتوراه)

4.الوظيفة:

- موظف إداري
- موظف فني
- موظف مبيعات
- موظف دعم فني/خدمة عملاء
- مدير/مشرف
- أخرى (يرجى التحديد)

5.سنوات الخبرة في الشركة:

- أقل من سنة
- 1-3 سنوات
- 4-6 سنوات
- 7-10 سنوات
- أكثر من 10 سنوات

6.عدد الدورات التدريبية التي حضرتها خلال العام الماضي:

- لم أحضر أي دورة
- دورة واحدة
- دورتان
- 3-4 دورات
- أكثر من 4 دورات

7.نوع الدورات التدريبية التي حضرتها:

- دورات تقنية

- دورات إدارية
- دورات مبيعات
- دورات خدمة عملاء
- أخرى (يرجى التحديد)

8.الرضا العام عن وظيفتك الحالية:

- راضٍ جداً
- راضٍ
- محايد
- غير راضٍ
- غير راضٍ جداً

هذه الأسئلة ستساعد في جمع معلومات ديموغرافية أساسية عن المشاركين، مما يمكن الباحثين من تحليل النتائج بشكل أكثر دقة وتحديد تأثير المتغيرات المختلفة على الأداء الوظيفي.

جدول لتعريف بأسئلة الاستبيان : المتغير الأول

المتغير الأول، وهو إدارة التخطيط.

شرح لأبعاد وأسئلة الاستبيان

تحديد الأهداف

- السؤال 1: يهدف إلى قياس وضوح وقابلية قياس الأهداف الاستراتيجية.
- السؤال 2: يهدف إلى فهم مدى إشراك الموظفين في عملية تحديد الأهداف.

تطوير الاستراتيجيات

- السؤال 3: يقيس شمولية الخطط الاستراتيجية.
- السؤال 4: يهدف إلى تقييم عملية اختيار الخيارات الاستراتيجية.

تخصيص الموارد

- السؤال 5: يقيس فعالية تخصيص الموارد المالية والبشرية.
- السؤال 6: يهدف إلى قياس مرونة عمليات تخصيص الموارد.

رصد الأداء

- السؤال 7: يقيس تكرار عملية متابعة وتقييم تنفيذ الخطط.
- السؤال 8: يهدف إلى فهم كيفية استخدام نتائج التقييم لتحسين الخطط.

التنبؤ والتخطيط المستقبلي

- السؤال 9: يقيس مدى اعتماد الشركة على التنبؤات والتحليلات المستقبلية.
- السؤال 10: يهدف إلى فهم كيفية استخدام البيانات والتحليلات في اتخاذ القرارات الاستراتيجية.

الخاتمة

هذا الجدول يوفر إطاراً شاملاً لأسئلة الاستبيان المتعلقة بإدارة التخطيط، مما يساعد في جمع البيانات اللازمة لفهم تأثير هذا المتغير على فعالية اتخاذ القرار في شركة أرامكو.

جدول لتعريف بأسئلة الاستبيان : المتغير الثاني

شرح لأبعاد وأسئلة الاستبيان

جودة القرار

- السؤال 1 :يهدف إلى قياس مدى توافق القرارات مع الأهداف الاستراتيجية.
- السؤال 2 :يقيم دقة المعلومات والتحليلات المستخدمة في اتخاذ القرارات.

سرعة اتخاذ القرار

- السؤال 3 :يقيس سرعة اتخاذ القرارات الاستراتيجية.
- السؤال 4 :يهدف إلى فهم كيفية التعامل مع العقبات التي تعيق سرعة اتخاذ القرار.

المرونة

- السؤال 5 :يقيس قدرة الشركة على تعديل القرارات استجابة للتغيرات البيئية.
- السؤال 6 :يهدف إلى تقييم قدرة الشركة على إعادة تخصيص الموارد لدعم القرارات الجديدة.

مشاركة المعلومات

- السؤال 7 :يقيس كيفية تبادل المعلومات والتحليلات بين الأقسام المختلفة.
- السؤال 8 :يهدف إلى فهم مدى توفر البيانات الضرورية لمتخذي القرار.

التوافق التنظيمي

- السؤال 9 :يقيس مدى توافق القرارات الاستراتيجية مع الأهداف والقيم التنظيمية.
- السؤال 10 :يهدف إلى فهم كيفية ضمان توافق القرارات مع رؤية ورسالة الشركة.

الخاتمة

هذا الجدول يوفر إطاراً شاملاً لأسئلة الاستبيان المتعلقة بفعالية اتخاذ القرار، مما يساعد في جمع البيانات اللازمة لفهم تأثير هذا المتغير على نجاح واستدامة شركة أرامكو. من خلال تحليل هذه البيانات، يمكن تقديم توصيات لتحسين عمليات اتخاذ القرار في الشركة.

جدول أدوات البحث :

موافق لدرجة					المحور الأول : إدارة التخطيط	
أبداً	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً		
					1	كيف يتم استخدام البيانات والتحليلات المتاحة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية؟
					2	إلى أي مدى تعتمد شركتك على التنبؤات والتحليلات المستقبلية في وضع خططها الاستراتيجية؟
					3	كيف يتم استخدام نتائج تقييم الأداء في تحسين الخطط المستقبلية؟
					4	ما مدى تكرار عملية متابعة وتقييم تنفيذ الخطط الاستراتيجية؟
					5	كيف يتم تقييم الخيارات الاستراتيجية المختلفة قبل اتخاذ القرار؟
					6	إلى أي مدى تقوم شركتك بتحديد أهداف واضحة وقابلة للقياس في خططها الاستراتيجية؟
					7	كيف يتم إشراك الموظفين في عملية تحديد الأهداف الاستراتيجية؟

		شاملة جداً	شاملة	متوسطة	محدودة	غير شاملة
	8	ما مدى شمولية الخطط الاستراتيجية الموضوعة لتحقيق الأهداف المحددة؟				

		مرنة جداً	مرنة	متوسطة	غير مرنة	غير مرنة تماماً
--	--	-----------	------	--------	----------	-----------------

1	كيف تقيم دقة المعلومات والتحليلات التي تعتمد عليها شركتك في اتخاذ القرارات؟				
---	---	--	--	--	--

	سريعة جدًا	سريعة	متوسطة	بطيئة	بطيئة جدًا
2	ما مدى سرعة عملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية في شركتك؟				

	غير فعالة تمامًا	غير فعالة	متوسطة	فعالة	غير فعالة تمامًا
3	كيف تقيم قدرة شركتك على إعادة تخصيص الموارد بسرعة لدعم القرارات الجديدة أو المعدلة؟				

	متوفرة دائمًا	متوفرة غالبًا	متوفرة أحيانًا	نادرًا ما تكون متوفرة	غير متوفرة
4	ما مدى توفر البيانات والمعلومات الضرورية لمتخذي القرار في شركتك؟				

	غير مرنة تمامًا	غير مرنة	متوسطة	مرنة	مرنة جدًا
5	إلى أي مدى تتمتع شركتك بالقدرة على تعديل القرارات الاستراتيجية استجابة للتغيرات البيئية المفاجئة؟				

	نادرًا	غالبًا	دائمًا	أحيانًا	أبدا
6	كيف يتم ضمان توافق القرارات المتخذة مع رؤية ورسالة شركتك؟				
7	إلى أي مدى تتماشى القرارات الاستراتيجية في شركتك مع الأهداف والقيم التنظيمية؟				

					8	كيف يتم تبادل المعلومات والتحليلات المتعلقة باتخاذ القرارات بين الأقسام المختلفة في شركتك؟
					9	كيف يتم التعامل مع العقبات التي تعيق سرعة اتخاذ القرارات في شركتك؟
					10	إلى أي مدى تعتقد أن القرارات التي تتخذها شركتك تتناسب مع الأهداف الاستراتيجية المحددة؟

تعليقات إضافية

إذا كان لديك أي تعليقات أو اقتراحات إضافية حول فعالية اتخاذ القرار في شركتك، يرجى كتابتها هنا:

شكراً لك على مشاركتك