



جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص إدارة اعمال

عنوان البحث

أثر التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة

إعداد الطالب/

غاده ضيف الله الحربي

إشراف/

د. الفيصـل عبد الحميد

د. فايز جراد

العام الدراسي:

2025

مقدمة:

في عصر الثورة الصناعية الرابعة، حيث أصبحت التكنولوجيا الرقمية هي المحرك الأساسي للتغيير في جميع جوانب الحياة، يبرز التحول الرقمي كأحد أهم العوامل التي تعيد تشكيل المشهد الاقتصادي العالمي. وفي قلب هذا التحول، تظهر الشركات الناشئة كفاعل رئيسي قادر على استغلال الفرص التي توفرها التقنيات الحديثة لتحقيق النمو والتوسع. ومع ذلك، فإن هذا التحول ليس مجرد عملية تقنية بحتة، بل هو تحول استراتيجي شامل يتطلب إعادة النظر في نماذج الأعمال التقليدية وتبني منهجيات جديدة تعتمد على الابتكار والمرونة (البردان، 2020، ص 15).

التحول الرقمي، في جوهره، يمثل تحولاً جذرياً في كيفية إدارة الأعمال وتقديم القيمة للعملاء. فهو لا يقتصر على مجرد استخدام التكنولوجيا لتحسين العمليات الحالية، بل يتعدى ذلك إلى إعادة تصميم تلك العمليات بشكل كلي لتحقيق كفاءة أعلى وفعالية أكبر. بالنسبة للشركات الناشئة، التي غالباً ما تعاني من محدودية الموارد والمنافسة الشرسة، يعد التحول الرقمي فرصة سانحة لتعزيز قدرتها على المنافسة وتحقيق النمو السريع. من خلال تبني التقنيات الرقمية، يمكن لهذه الشركات أن تصل إلى أسواق جديدة، وأن تقدم منتجات وخدمات مبتكرة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل، وأن تعمل بكفاءة أعلى مع تقليل التكاليف (بدوي، وآخرون، 2023، ص 945).

إحدى أهم الجوانب التي يؤثر فيها التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة هو قدرته على تمكين هذه الشركات من جمع وتحليل البيانات بشكل فعال. البيانات أصبحت اليوم أحد أهم الأصول التي تمتلكها أي شركة، حيث يمكن استخدامها لفهم سلوك العملاء، وتوقع الاتجاهات المستقبلية، واتخاذ قرارات استراتيجية مستنيرة. من خلال أدوات مثل تحليل البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي، يمكن للشركات الناشئة أن تحصل على رؤى عميقة تساعد على تحسين منتجاتها، وتخصيص عروضها لتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل، وحتى اكتشاف فرص جديدة للنمو (زلط، 2023، ص 561).

بالإضافة إلى ذلك، فإن التحول الرقمي يفتح أبواباً جديدة للشركات الناشئة للوصول إلى العملاء على نطاق عالمي. من خلال منصات التجارة الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، يمكن لهذه

الشركات أن تسوق منتجاتها وخدماتها بفعالية أكبر، وأن تصل إلى جمهور أوسع دون الحاجة إلى استثمارات كبيرة في البنية التحتية التقليدية. هذا الأمر يعد ذا أهمية خاصة للشركات الناشئة التي تعمل في أسواق محلية محدودة، حيث يمكنها من خلال التحول الرقمي أن تتخطى الحدود الجغرافية وتصل إلى عملاء في جميع أنحاء العالم (الدباس، 2022).

ومع ذلك، فإن التحول الرقمي ليس عملية بسيطة أو خالية من التحديات. فالشركات الناشئة التي ترغب في تبني هذا التحول تواجه عددًا من العقبات، بما في ذلك الحاجة إلى استثمارات مالية كبيرة في التكنولوجيا والبنية التحتية الرقمية، والحاجة إلى توظيف وتدريب كوادر بشرية قادرة على التعامل مع التقنيات الحديثة، بالإضافة إلى التحديات المتعلقة بأمن البيانات وحماية الخصوصية. علاوة على ذلك، فإن سرعة التطور التكنولوجي تتطلب من هذه الشركات أن تكون دائمة التعلم والتكيف، مما يضع ضغطًا إضافيًا على مواردها المحدودة (عبايدية وطلحي، 2024، ص 185).

في هذا السياق، يصبح من الضروري للشركات الناشئة أن تتبنى استراتيجيات مدروسة للتحول الرقمي تأخذ في الاعتبار ليس فقط الفرص التي توفرها التكنولوجيا، ولكن أيضًا التحديات التي قد تواجهها. هذا يتطلب فهمًا عميقًا لاحتياجات العملاء، وقدرة على الابتكار والتجريب، ومرونة في التكيف مع التغيرات السريعة في بيئة الأعمال.

من خلال هذا البحث، سنحاول أن نستكشف بعمق كيف يؤثر التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، مع التركيز على الفرص التي يوفرها هذا التحول، وكذلك التحديات التي يجب التغلب عليها. سنناقش أيضًا كيف يمكن للشركات الناشئة أن تستفيد من التقنيات الرقمية لتعزيز قدرتها على الابتكار، وتحسين كفاءتها التشغيلية، وزيادة رضا العملاء، وتحقيق النمو المستدام في سوق يتسم بالمنافسة الشديدة والتغير السريع.

مشكلة الدراسة:

يعتبر التحول الرقمي أحد أبرز الظواهر التي شهدتها العقد الأخير، حيث أصبحت التكنولوجيا الرقمية جزءًا لا يتجزأ من حياتنا اليومية وأدت إلى تغييرات جذرية في طريقة عمل الشركات وتفاعلها مع العملاء، ومع هذا التطور السريع، أصبحت الشركات الناشئة تواجه بيئة أعمال تتسم بالتعقيد والمنافسة

الشديدة، مما يفرض عليها تبني استراتيجيات جديدة تمكنها من البقاء والنمو في ظل هذه التحديات، وعلى الرغم من أن التحول الرقمي يقدم فرصًا هائلة للشركات الناشئة، إلا أن عملية تبني هذه التقنيات ليست بسيطة وتتطلب إعادة هيكلة شاملة للعمليات التجارية والثقافة التنظيمية، مما يضع هذه الشركات أمام تحديات كبيرة تتعلق بالموارد المالية والبشرية والقدرة على التكيف مع التغيرات السريعة.

من ناحية أخرى، فإن تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة لا يزال مجالًا يحتاج إلى مزيد من الدراسة والتحليل، فبالرغم من وجود العديد من الدراسات التي تناولت موضوع التحول الرقمي بشكل عام، إلا أن التركيز على الشركات الناشئة وكيفية استفادتها من هذه التقنيات لتعزيز نموها لا يزال محدودًا، خاصة في ظل التحديات الفريدة التي تواجهها هذه الشركات، مثل محدودية الموارد وعدم وجود بنية تحتية رقمية متطورة، بالإضافة إلى صعوبة الوصول إلى التمويل اللازم لتنفيذ مشاريع التحول الرقمي، وهذا يخلق فجوة في الأدبيات البحثية تتعلق بكيفية قيام الشركات الناشئة بتبني استراتيجيات رقمية فعالة تساهم في تحقيق النمو المستدام.

علاوة على ذلك، فإن نجاح التحول الرقمي في الشركات الناشئة لا يعتمد فقط على تبني التقنيات الحديثة، بل يتطلب أيضًا فهمًا عميقًا لاحتياجات السوق والقدرة على تحويل هذه التقنيات إلى قيمة مضافة للعملاء، وهذا يطرح تساؤلات حول الكيفية التي يمكن بها لهذه الشركات أن توازن بين الابتكار الرقمي وتحقيق عوائد مالية في الوقت نفسه، خاصة في ظل التحديات المتعلقة بأمن البيانات وحماية الخصوصية، والتي أصبحت من القضايا الرئيسية في العصر الرقمي، مما يزيد من تعقيد عملية التحول ويجعلها أكثر صعوبة بالنسبة للشركات الناشئة.

ومن هنا يمكن بلورة مشكلة البحث الحالي في التساؤل الرئيس التالي: كيف يؤثر التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، وما هي الفرص والتحديات التي تواجهها في رحلتها نحو التحول الرقمي؟

أهمية الدراسة:

تكتسب الدراسة أهمية علمية وعملية كبيرة في إطار تسليط الضوء على تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، حيث تعتبر هذه القضية من القضايا الحيوية في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم، والتي تفرض على الشركات الناشئة ضرورة التكيف مع هذه التغيرات لضمان بقائها ونموها في سوق يتسم بالمنافسة الشديدة والتعقيد المتزايد.

الأهمية العلمية:

على المستوى العلمي، تساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات المتعلقة بالتحول الرقمي واستراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، حيث إن الأدبيات الحالية تفتقر إلى دراسات متعمقة تركز على كيفية استفادة هذه الشركات من التقنيات الرقمية لتعزيز نموها، خاصة في ظل التحديات الفريدة التي تواجهها، مثل محدودية الموارد وعدم وجود بنية تحتية رقمية متطورة، وبالتالي، فإن هذه الدراسة تسد فجوة بحثية مهمة من خلال تقديم تحليل شامل للفرص والتحديات التي يواجهها هذا النوع من الشركات في رحلتها نحو التحول الرقمي، كما تساهم في توسيع نطاق المعرفة حول كيفية توظيف التقنيات الرقمية لتحقيق النمو المستدام في بيئة الأعمال الحديثة.

الأهمية العملية:

من الناحية العملية، تعكس هذه الدراسة أهمية كبيرة للشركات الناشئة التي تسعى إلى تبني استراتيجيات رقمية لتعزيز نموها، حيث توفر رؤى عملية حول الكيفية التي يمكن بها لهذه الشركات أن تستفيد من التقنيات الرقمية لتحسين كفاءتها التشغيلية، وزيادة رضا العملاء، وتوسيع نطاق وصولها إلى الأسواق الجديدة، بالإضافة إلى ذلك، فإن الدراسة تقدم توصيات عملية يمكن أن تساعد هذه الشركات على التغلب على التحديات المرتبطة بالتحول الرقمي، مثل الحاجة إلى استثمارات مالية كبيرة، وضرورة توظيف كوادر بشرية مؤهلة، والحفاظ على أمن البيانات، وبالتالي، فإن نتائج هذه الدراسة يمكن أن تكون بمثابة دليل استرشادي للشركات الناشئة التي ترغب في تبني التحول الرقمي كجزء من استراتيجياتها للنمو.

أهداف الدراسة:

إن الهدف الرئيس والمحوري لهذا البحث يتمثل في محاولة التعرف على مدى تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، وذلك من خلال تحليل الفرص والتحديات التي يواجهها هذا النوع من الشركات في رحلتها نحو التحول الرقمي، ويمكن تحديد الأهداف الفرعية للدراسة على النحو الآتي:

1. بيان أثر التحول الرقمي على تحسين الكفاءة التشغيلية في الشركات الناشئة، وكيف يمكن للتقنيات الرقمية أن تسهم في تبسيط العمليات وتقليل التكاليف.
 2. بيان أثر التحول الرقمي على تعزيز تجربة العملاء، من خلال تحليل كيفية استخدام الشركات الناشئة للتقنيات الرقمية لتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل وزيادة رضاهم.
 3. بيان أثر التحول الرقمي على توسيع نطاق الوصول إلى الأسواق الجديدة، وكيف يمكن لهذه الشركات أن تستفيد من المنصات الرقمية للتسويق والتوزيع على نطاق أوسع.
 4. بيان أثر التحول الرقمي على الابتكار وتطوير المنتجات والخدمات، من خلال تحليل كيفية استخدام التقنيات الرقمية لتحقيق التميز التنافسي.
 5. بيان أثر التحديات الرئيسية التي تواجه الشركات الناشئة في عملية التحول الرقمي، مثل التحديات المالية، والبشرية، والتقنية، وكيفية التغلب عليها.
 6. تقديم توصيات عملية للشركات الناشئة لتبني استراتيجيات رقمية فعالة، تسهم في تحقيق النمو المستدام وتعزيز القدرة التنافسية في السوق.
- من خلال تحقيق هذه الأهداف، تسعى الدراسة إلى تقديم رؤية شاملة حول كيفية استفادة الشركات الناشئة من التحول الرقمي لتعزيز استراتيجيات نموها، مع مراعاة التحديات التي قد تواجهها في هذه العملية.

تساؤلات الدراسة

ما أثر التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة؟ ويتفرع من هذا السؤال

الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

1. ما أثر التحول الرقمي على تحسين الكفاءة التشغيلية في الشركات الناشئة؟
 2. ما أثر التحول الرقمي على تعزيز تجربة العملاء وزيادة رضاهم؟
 3. ما أثر التحول الرقمي على توسيع نطاق الوصول إلى الأسواق الجديدة؟
 4. ما أثر التحول الرقمي على الابتكار وتطوير المنتجات والخدمات في الشركات الناشئة؟
 5. ما أثر التحديات المالية والبشرية والتقنية على تبني التحول الرقمي في الشركات الناشئة؟
 6. ما أثر التحول الرقمي على تعزيز القدرة التنافسية للشركات الناشئة في السوق؟
 7. ما أثر التحول الرقمي على تحقيق النمو المستدام للشركات الناشئة؟
- تهدف هذه التساؤلات إلى استكشاف جوانب مختلفة لتأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، مع التركيز على الفرص والتحديات التي تواجهها في رحلتها نحو التحول الرقمي.

فروض الدراسة:

1. الفرضية الرئيسية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.005$) للتحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة.
- وينبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:
2. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.005$) للتحول الرقمي على تحسين الكفاءة التشغيلية في الشركات الناشئة.
3. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.005$) للتحول الرقمي على تعزيز تجربة العملاء وزيادة رضاهم.
4. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.005$) للتحول الرقمي على توسيع نطاق الوصول إلى الأسواق الجديدة.

5. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.005$) للتحول الرقمي على الابتكار وتطوير المنتجات والخدمات في الشركات الناشئة.

6. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.005$) للتحديات المالية والبشرية والتقنية على تبني التحول الرقمي في الشركات الناشئة.

7. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.005$) للتحول الرقمي على تعزيز القدرة التنافسية للشركات الناشئة في السوق.

8. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.005$) للتحول الرقمي على تحقيق النمو المستدام للشركات الناشئة.

تهدف هذه الفرضيات إلى اختبار العلاقة بين التحول الرقمي واستراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، مع التركيز على الجوانب المختلفة التي يمكن أن يتأثر بها النمو نتيجة لتبني التقنيات الرقمية.

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة في هذا البحث إلى دراسات عربية وأجنبية تناولت تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة.

أولاً: الدراسات العربية:

1. دراسة البردان، محمد فوزي. (2020).

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور استراتيجيات التحول الرقمي بأبعادها المختلفة في تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة كأساس لتعزيز مبادرات الشمول المالي في البيئة المصرية، حيث المتغير المستقل هو استراتيجيات التحول الرقمي بأبعادها الأربعة (استخدام التقنيات لتحقيق الدور الاستراتيجي للمؤسسات الحكومية، التغييرات في خلق القيمة، التغييرات الهيكلية، والجوانب المالية اللازمة للتحول الرقمي)، أما المتغير التابع فهو تعزيز مبادرات الشمول المالي من حيث الاختراق والوصول والاستخدام.

استخدمت الدراسة منهجية تحليلية لدراسة تأثير التحول الرقمي على تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مع التركيز على مؤشرات قياس التحول الرقمي، ومزايا تطبيقه، والتحديات التي تواجهه، خاصة في البيئة المصرية.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تأثيرًا إيجابيًا لاستراتيجيات التحول الرقمي على تعزيز الشمول المالي، حيث تساهم في خفض التكاليف المالية لمقدمي الخدمات، وتوفير خدمات مالية سريعة وأمنة، وتحسين جودة الخدمات المقدمة، مما ينعكس إيجابًا على الناتج المحلي.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الجهود الحكومية والخاصة لتذليل التحديات التي تواجه تطبيق التحول الرقمي، خاصة في قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مع التركيز على توفير البنية التحتية التكنولوجية اللازمة، وزيادة الوعي بأهمية التحول الرقمي، ودعم الجوانب المالية المرتبطة به.

2. دراسة بدوي وصالح الدين. (2023).

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد درجة العلاقة بين تطبيق استراتيجية التحول الرقمي وتحقيق التميز المؤسسي المستدام في الشركة القابضة مصر للطيران، حيث المتغير المستقل هو استراتيجية التحول الرقمي، أما المتغير التابع فهو تحقيق التميز المؤسسي المستدام بمتغيراته (إشراك المعنيين، بناء قيمة مستدامة، قيادة الأداء والتحول).

استخدمت الدراسة منهجًا كميًا يعتمد على تحليل بيانات 288 قائمة استقصاء تم جمعها من عينة البحث المكونة من الإدارة العليا والوسطى في الشركة القابضة مصر للطيران.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية التحول الرقمي ومتغيرات التميز المؤسسي المستدام، حيث أظهرت النتائج أن استراتيجية التحول الرقمي ارتبطت ارتباطًا طرديًا قويًا مع متغير "قيادة الأداء والتحول"، وارتباطًا طرديًا متوسطًا مع متغيري "إشراك المعنيين" و"بناء قيمة مستدامة".

وأوصت الدراسة بضرورة تطوير استراتيجية للتحول الرقمي لدعم عملية خلق القيمة المستدامة، وتحسين الأداء، وتحقيق رضا العملاء وولائهم، وتعزيز عملية صنع القرار، مع التأكيد على أهمية قيادة الأداء وقيادة التحول بشكل متوازٍ لضمان نجاح الشركة الحالي والمستقبلي.

3. دراسة أحمد عبد السلام، وشيماء مهدي. (2024).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استراتيجيات التحول الرقمي على نجاح مشاريع منظمات الأعمال في شركات الاتصالات العاملة في المحافظات العراقية، حيث المتغير المستقل هو استراتيجيات التحول الرقمي بأبعادها (قدرة البحث والتطوير، قدرة الشبكات، قدرة الاتصال التكنولوجي)، أما المتغير التابع فهو نجاح المشاريع بأبعادها (الالتزام بتكلفة المشاريع، الالتزام بوقت المشاريع، جودة المشاريع).

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم توزيع 160 استبانة على عينة الدراسة المكونة من مدراء مشاريع ورؤساء أقسام في ثلاث شركات اتصالات عاملة في العراق، وتم استخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات واستخراج النتائج. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك أثرًا ذا دلالة إحصائية لاستراتيجيات التحول الرقمي على نجاح المشاريع في شركات الاتصالات، حيث أظهرت النتائج أن أبعاد التحول الرقمي (قدرة البحث والتطوير، قدرة الشبكات، قدرة الاتصال التكنولوجي) تساهم بشكل كبير في تحقيق الالتزام بتكلفة المشاريع، والالتزام بوقت المشاريع، وتحسين جودة المشاريع. وأوصت الدراسة بضرورة زيادة الاستثمار في القدرات التكنولوجية لشركات الاتصالات العاملة في العراق، وذلك لأهميتها في توفير المعلومات بسرعة عالية ودعم نجاح المشاريع بشكل عام.

4. دراسة زلط، محمد علي محمود. (2023).

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر التحول الرقمي على استراتيجيات إدارة الموارد البشرية في شركات الاتصالات العاملة في مصر، حيث المتغير المستقل هو التحول الرقمي، أما المتغير التابع فهو استراتيجيات إدارة الموارد البشرية.

استخدمت الدراسة منهجًا وصفيًا تحليليًا، حيث تم توزيع 384 قائمة استقصاء على العاملين في شركات الاتصالات المصرية، وتم جمع 262 قائمة صالحة للتحليل. كما تم استخدام اختبار "ألفا كرونباخ" لقياس صدق وثبات استجابات العينة، بالإضافة إلى استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك أثرًا ذا دلالة إحصائية للتحول الرقمي على استراتيجيات إدارة الموارد البشرية، حيث أظهرت النتائج أن التحول الرقمي يؤثر بشكل إيجابي على تطوير وتنفيذ استراتيجيات إدارة الموارد البشرية في شركات الاتصالات.

وأوصت الدراسة بضرورة استمرار شركات الاتصالات في تبني مبادرات التحول الرقمي، مع التركيز على تأثيراتها الإيجابية على استراتيجيات إدارة الموارد البشرية، بما يعزز من كفاءة وفعالية إدارة الموارد البشرية في هذه الشركات.

5. دراسة قريبن، نور الدين. (2022).

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح دور الشركات الناشئة التكنولوجية في تحقيق التحول الرقمي المنشود في الجزائر، مع تشخيص واقع هذه الشركات وحاضنات الأعمال التكنولوجية، وتحديد متطلبات وآفاق نجاحها، حيث المتغير المستقل هو الشركات الناشئة التكنولوجية، أما المتغير التابع فهو تحقيق التحول الرقمي المنشود، كما استخدمت الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي لتحليل دور الشركات الناشئة التكنولوجية في دعم التحول الرقمي، مع التركيز على تشخيص الواقع الحالي لهذه الشركات وحاضنات الأعمال في الجزائر.

وتوصلت الدراسة إلى أن مقومات نجاح الشركات الناشئة التكنولوجية في تجسيد التحول الرقمي متوفرة، إلا أن هناك حاجة إلى إصلاحات هيكلية وتشريعية لتعزيز جهود الدولة في تحقيق التحول الرقمي المنشود، كما وأوصت الدراسة بضرورة دعم الدولة للشركات الناشئة التكنولوجية وحاضنات الأعمال من خلال توفير بيئة تشريعية وهيكلية ملائمة، وتعزيز مناخ الأعمال والابتكار لتحقيق الاقتصاد الرقمي المنشود.

6. دراسة الدباس، أحمد إبراهيم محمد. (2022).

هدفت هذه الدراسة إلى قياس أثر متطلبات التحول الرقمي في ممارسات إدارة الموارد البشرية في قطاع الخدمات الحكومية الأردني، حيث المتغير المستقل هو متطلبات التحول الرقمي، أما المتغير التابع فهو ممارسات إدارة الموارد البشرية.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الاستدلالي، حيث تألف مجتمع الدراسة من جميع العاملين في قطاع الخدمات الحكومية الأردني البالغ عددهم 524,000 فرد، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة بلغت 384 فردًا من العاملين في القطاع. ولجمع البيانات الأولية، استخدم الباحث الاستبانة كأداة رئيسية، وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الوصفية وتحليل الانحدار الخطي المتعدد عبر الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك أثرًا ذا دلالة إحصائية لمتطلبات التحول الرقمي على ممارسات إدارة الموارد البشرية في قطاع الخدمات الحكومية الأردني، حيث بلغ معامل التباين المفسر في النموذج 9.70. ($R^2 = 0.097$)% كما أظهرت النتائج أن متطلبات التحول الرقمي تتوافر بدرجة متوسطة في قطاع الخدمات الحكومية الأردني، وأن ممارسات إدارة الموارد البشرية تبلغ أيضًا مستوى متوسط.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز متطلبات التحول الرقمي في قطاع الخدمات الحكومية الأردني، وتحسين ممارسات إدارة الموارد البشرية لمواكبة التغيرات الرقمية، مع التركيز على تطوير السياسات والبرامج التي تدعم التحول الرقمي وتأثيره الإيجابي على إدارة الموارد البشرية.

7. دراسة عبايدية، وطلحي. (2024).

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر التحول الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية للشركات الناشئة في مدينة تبسة، حيث المتغير المستقل هو التحول الرقمي، أما المتغير التابع فهو تحقيق الميزة التنافسية.

استخدمت الدراسة منهجًا وصفيًا تحليليًا لتحليل تأثير التحول الرقمي على الشركات الناشئة، مع التركيز على جوانب مثل خفض التكاليف، تحقيق الكفاءة، التوسع في النشاط، بلوغ أسواق جديدة، التواصل مع عملاء جدد، وتحسين تجربة العملاء.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك أثرًا إيجابيًا للتحول الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية للشركات الناشئة، حيث ساهم التحول الرقمي في دعم نمو واستمرارية هذه الشركات من خلال تحسين كفاءتها التشغيلية ووصولها إلى أسواق جديدة.

وأوصت الدراسة بضرورة مواكبة التطورات التكنولوجية، وتطوير الكفاءات التقنية للموظفين، وتطبيق قواعد الأمن التقني لضمان استفادة الشركات الناشئة بشكل أكبر من التحول الرقمي وتعزيز ميزتها التنافسية في السوق.

8. دراسة تباني، وصخري، وعقون. (2022).

هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص واقع التحول الرقمي وتحديد الاستراتيجيات المعتمدة في مديرية بريد الجزائر - ولاية قالمة، حيث المتغير المستقل هو استراتيجيات التحول الرقمي، أما المتغير التابع فهو تحسين بيئة العمل ورفع كفاءة الخدمات المقدمة.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، مع التركيز على الجانبين النظري والميداني، حيث تم تحليل عملية التخطيط لاستراتيجية التحول الرقمي وتنفيذها داخل مديرية بريد الجزائر بقالمة، مع تحديد المتطلبات البشرية والمادية اللازمة لنجاح هذه العملية.

وتوصلت الدراسة إلى أن مديرية بريد قالمة نجحت في إدماج تقنيات التحول الرقمي تدريجياً، مما ساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة ورفع كفاءة الموظفين من خلال برامج تكوينية تقنية. كما أظهرت النتائج أن التحول الرقمي ساعد في جذب عدد أكبر من الزبائن وكسب ثقتهم ورضاهم.

وأوصت الدراسة بضرورة مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة، وتطوير الكفاءات التقنية للموظفين، وتعزيز آليات التسويق والترويج للخدمات الرقمية المستحدثة، مع التركيز على التغلب على التحديات التي تواجه تطبيق استراتيجية التحول الرقمي، مثل نقص المهارات التسويقية لدى الموظفين.

ثانياً: الدراسات_الإنجليزية:

9. دراسة براتابان، ريشما. (2024).

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير التحول الرقمي على استراتيجية الأعمال داخل منطقة مادوراي، تاميل نادو، الهند، حيث المتغير المستقل هو التحول الرقمي، والمتغير التابع هو استراتيجية الأعمال. استخدمت الدراسة نهجاً مختلط الأساليب، يجمع بين الأساليب الكمية والنوعية، بما في ذلك

تحليل الانحدار، واختبارات مربع كاي، وتحليل المحتوى، استنادًا إلى إطار التكنولوجيا والمنظمة والبيئة (TOE) ونظرية وجهة النظر القائمة على الموارد (RBV).

خلصت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي كبير للتحول الرقمي على التخطيط الاستراتيجي، مؤكدة على الدور الحاسم لاتخاذ القرارات القائمة على البيانات في تشكيل استراتيجيات الأعمال. كما حددت التحديات والفرص الناشئة عن التحول الرقمي، مسطرة الضوء على الحاجة إلى استراتيجيات مخصصة لمعالجة هذه الديناميكيات.

وأوصت الدراسة بضرورة إعطاء الأولوية للقدرات المعتمدة على البيانات، وإدارة التحديات بشكل استباقي، والاستفادة من الفرص الناشئة، ودمج الرؤى العملية في عمليات صنع القرار لتعزيز القدرة على التكيف الاستراتيجي في المشهد الرقمي المتطور.

10. دراسة جراب، بنيامين، ماريتا أولارو، وروكسانا جافريل. (2019).

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد وتحليل العوامل الرئيسية التي تدفع إلى تطوير إدارة الأعمال الاستراتيجية في سياق التحول الرقمي العالمي، حيث يكون المتغير المستقل هو التحول الرقمي، والمتغير التابع هو إدارة الأعمال الاستراتيجية. استخدمت الدراسة نهجًا مختلط الأساليب، يشتمل على مراجعة الأدبيات الموجودة، ونتائج الأبحاث من الجمعيات المهنية والناشرين المعترف بهم، والمقابلات مع الخبراء، وبيانات السوق لتوفير فهم شامل لنظريات الإدارة الاستراتيجية، والأطر، وتأثير التحول الرقمي.

خلصت الدراسة إلى أن التحول الرقمي ظاهرة عالمية ذات تأثيرات إقليمية متفاوتة، وتتأثر بالبيئات التنظيمية ومستويات التطور الاقتصادي. وسلطت الضوء على الطبيعة التخريرية للتحول الرقمي، الأمر الذي يستلزم تغييرات جوهرية في مناهج الإدارة الاستراتيجية عبر الصناعات. كما قدمت الدراسة إطارًا لاستراتيجية التحول الرقمي لمعالجة هذه التحديات وتشجيع المزيد من البحث في هذا المجال.

أوصت الدراسة بضرورة تكييف ممارسات الإدارة الاستراتيجية مع المشهد الرقمي المتطور، مع مراعاة الاختلافات الإقليمية والسياقات التنظيمية. كما أكدت على أهمية تعزيز البحوث الإضافية لتحسين وتوسيع إطار استراتيجية التحول الرقمي المقترحة.

11. دراسة المحمد، عمر. (2024).

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تطور وأهمية وتأثير التحول الرقمي على نجاح الشركات، مع التركيز على تأثيره على العمليات واتخاذ القرار ورضا العملاء، حيث إن المتغير المستقل هو التحول الرقمي، والمتغير التابع هو الابتكار والكفاءة المؤسسية. استخدمت الدراسة أسلوب مراجعة الأدبيات، وتحليل أعمال العلماء المحليين والأجانب لتحديد المحركات الرئيسية والتحديات ونتائج التحول الرقمي.

وخلصت الدراسة إلى أن التحول الرقمي هو نهج لا مفر منه وحاسم للشركات التي تسعى إلى البقاء قادرة على المنافسة في السوق العالمية. وسلطت الضوء على الفوائد الكبيرة للتحول الرقمي، مثل تحسين الكفاءة والابتكار ورضا العملاء، مع الاعتراف أيضًا بالتحديات التي تواجهها المنظمات أثناء عملية التحول.

أوصت الدراسة بضرورة قيام الشركات بتبني الأدوات الرقمية والاستفادة منها بشكل فعال لتحقيق النمو المستدام. كما أكدت على أهمية إجراء المزيد من البحوث الميدانية لتوسيع النتائج وتوفير رؤى عملية للشركات التي تنتقل في التحول الرقمي.

12. دراسة المحمد، عمر. (2024).

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تطور وأهمية وتأثير التحول الرقمي على نجاح الشركات، مع التركيز على تأثيره على العمليات واتخاذ القرار ورضا العملاء، حيث إن المتغير المستقل هو التحول الرقمي، والمتغير التابع هو الابتكار والكفاءة المؤسسية. استخدمت الدراسة أسلوب مراجعة الأدبيات، وتحليل أعمال العلماء المحليين والأجانب لتحديد المحركات الرئيسية والتحديات ونتائج التحول الرقمي.

وخلصت الدراسة إلى أن التحول الرقمي هو نهج لا مفر منه وحاسم للشركات التي تسعى إلى البقاء قادرة على المنافسة في السوق العالمية. وسلطت الضوء على الفوائد الكبيرة للتحول الرقمي، مثل تحسين الكفاءة والابتكار ورضا العملاء، مع الاعتراف أيضًا بالتحديات التي تواجهها المنظمات أثناء عملية التحول.

أوصت الدراسة بضرورة قيام الشركات بتبني الأدوات الرقمية والاستفادة منها بشكل فعال لتحقيق النمو المستدام. كما أكدت على أهمية إجراء المزيد من البحوث الميدانية لتوسيع النتائج وتوفير رؤى عملية للشركات التي تنتقل في التحول الرقمي.

13. دراسة كوتيسا وآخرون (2024).

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف استراتيجيات نمو الشركات الناشئة والابتكار ضمن رحلة التحول الرقمي، مع التأكيد على الحاجة إلى أن تتكيف الشركات الناشئة وتزدهر في العصر الرقمي، حيث المتغير المستقل هو استراتيجيات التحول الرقمي، والمتغير التابع هو نمو الشركات الناشئة والابتكار. استخدمت الدراسة مراجعة منهجية للأدبيات وتحليل المحتوى، وفحص المقالات التي تمت مراجعتها من قبل الأقران، وتقارير الصناعة، ودراسات الحالة من عام 2013 إلى عام 2023 لتحديد الاستراتيجيات الرئيسية وتأثيرها على نجاح الشركات الناشئة.

وخلصت الدراسة إلى أن التحول الرقمي الناجح للشركات الناشئة يتطلب نهجًا متعدد الأوجه، بما في ذلك المنهجيات الرشيقة، والمحو الأمية الرقمية، والابتكار الذي يركز على العملاء، والمشاركة التنظيمية الاستباقية. وسلطت الضوء على دور التقنيات الناشئة، مثل الذكاء الاصطناعي والبلوك تشين، كممكنات حاسمة للابتكار والكفاءة التشغيلية، مع التأكيد على أهمية النظم البيئية الرقمية والنماذج القائمة على المنصات للنمو المستقبلي.

أوصت الدراسة بضرورة قيام الشركات الناشئة بتعزيز ثقافات الابتكار، وتعزيز المهارات الرقمية، والانخراط في شراكات النظم البيئية، وتبني استراتيجيات تركز على العملاء. واقترحت أيضًا اتجاهات بحثية مستقبلية، مثل استكشاف تأثير التقنيات الناشئة، والتحول الرقمي في القطاعات غير التقنية، وإجراء دراسات طويلة حول نجاح الشركات الناشئة.

14. دراسة العلوي وآخرون (2024).

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف دور التحول الرقمي في تطوير استراتيجيات تنافسية عبر سياقات تنظيمية متنوعة، مع التركيز على الابتكار والشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم والشركات الناشئة في مجال الذكاء الاصطناعي، حيث يكون المتغير المستقل هو التحول الرقمي، والمتغير التابع هو الاستراتيجيات التنافسية. استخدمت الدراسة منهجية مراجعة الأدبيات، وتحليل أوراق بحثية حديثة لفحص موضوعات رئيسية مثل دمج الأدوات الاستراتيجية التقليدية والرقمية، وتأثير الكفاءات الرقمية على الابتكار المفتوح، وتطوير استراتيجيات رقمية تحويلية في الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم.

وخلصت الدراسة إلى أن التحول الرقمي يلعب دورًا حاسمًا في تعزيز القدرة التنافسية التنظيمية من خلال تمكين اتخاذ القرارات الاستراتيجية والمرونة التكنولوجية والتعاون وممارسات الإدارة المسؤولة. وسلطت الضوء على أهمية موازنة الاستجابة والمسؤولية، ودمج مبادئ الاستدامة، وتبني الأساليب المبتكرة لدفع التغيير الاستراتيجي.

أوصت الدراسة بضرورة استفادة المنظمات من الكفاءات الرقمية، وتعزيز التعاون، وتبني ممارسات الإدارة المسؤولة للتنقل بين تعقيدات التحول الرقمي بشكل فعال. كما حددت فجوات البحث واقترحت اتجاهات بحثية مستقبلية، مثل استكشاف دور الدافع والبيئة العالمية والمتغيرات الديموغرافية في تشكيل استراتيجيات التحول الرقمي.

15. دراسة توماس، أنطونيو، ريناتوباسارو، وإيفانا كوينتو. (2019).

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف ديناميكيات قيادة الأعمال في الاقتصاد الرقمي، مع التركيز على دور استراتيجيات النظام البيئي في تعزيز نمو الشركات الناشئة وانتقالها إلى الشركات الناشئة، حيث المتغير المستقل هو النظام البيئي للاقتصاد الرقمي، والمتغير التابع هو نمو الشركات الناشئة وتنمية قيادة الأعمال. استخدمت الدراسة نهجًا تفسيريًا، مستفيدة من تيار بحثي مزدهر حول قيادة الأعمال، لتحليل العوامل والميزات اللازمة لإنشاء نظام بيئي إقليمي داعم للشركات الناشئة الرقمية.

وخلصت الدراسة إلى أن الانتقال إلى الاقتصاد الرقمي يتطلب تحولاً في السياسات الريادية التقليدية، مؤكدة على أهمية إنشاء نظام بيئي إقليمي يعزز نمو الشركات الناشئة الرقمية. وسلطت الضوء على الفوائد المحتملة لمثل هذه النظم البيئية، بما في ذلك تعزيز الابتكار وتوسيع نطاق الشركات الناشئة، مع الاعتراف بالتعقيد والتحديات التي تنطوي عليها في تنفيذها.

وأوصت الدراسة بضرورة قيام صناع السياسات بتبني استراتيجيات النظام البيئي التي تنطوي على المشاركة الفعالة للجهات الفاعلة المحلية وتوفير إرشادات آمنة وكفؤة. كما شددت على أهمية رعاية الشركات الناشئة وتحويلها إلى شركات واسعة النطاق، وخاصة في المناطق التي تواجه تحديات اجتماعية واقتصادية، لدفع النمو المستدام في الاقتصاد الرقمي.

المنطلقات النظرية للدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على مجموعة من النظريات التي تتناول مفاهيم أساسية تتعلق بالتحول الرقمي واستراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، وذلك لفهم كيفية تأثير التكنولوجيا الرقمية على عمليات النمو واتخاذ القرارات في هذه الشركات. وتشمل المنطلقات النظرية التالية:

1. **النظرية المعرفية:** تركز هذه النظرية على كيفية اكتساب المعرفة وتنظيمها واستخدامها في اتخاذ القرارات، وفي سياق هذه الدراسة، تعنى النظرية المعرفية بكيفية تطبيق المعرفة المكتسبة من خلال التحول الرقمي في تعزيز استراتيجيات النمو للشركات الناشئة. يعتمد الباحث في هذه الدراسة على تحليل المعلومات والبيانات المتاحة من خلال الأساليب الكمية والنوعية (مثل الاستبيانات والمقابلات) بهدف الوصول إلى استنتاجات حول كيف يمكن لتقنيات التحول الرقمي أن تساهم في تحسين الكفاءة التشغيلية، وتعزيز تجربة العملاء، وتوسيع نطاق الوصول إلى الأسواق. وبالتالي، فإن فهم آلية تطبيق هذه المعرفة يوفر الأساس لإيجاد حلول فعالة لمشكلة الدراسة وتقديم توصيات مهمة لصانعي القرار في الشركات الناشئة.

2. **النظرية البنائية:** تنطلق هذه النظرية من فكرة أن المعرفة لا تُكتسب فقط من مصادر خارجية، بل تُبنى من خلال التفاعل مع الخبرات السابقة، وتحليلها وإعادة تشكيلها بناءً على السياق الحالي. في هذه الدراسة، اعتمد الباحث على مجموعة من الدراسات السابقة والبحوث المنشورة ذات

الصلة بالتحول الرقمي واستراتيجيات النمو في الشركات الناشئة. ومن خلال فحص الأدبيات ذات العلاقة، يتم تكوين فهم متكامل لآليات العمل المتبعة في تبني التقنيات الرقمية وكيفية تأثيرها على النمو. وبالتالي فإن الباحث يبني معرفته الخاصة في هذا المجال بناءً على التجارب السابقة والمراجع المختلفة، ويعمل على إعادة صياغتها بما يتناسب مع أهداف هذه الدراسة لإيجاد حلول عملية تسهم في تحسين استراتيجيات النمو وتعزيز القدرة التنافسية للشركات الناشئة في السوق.

3. **نظرية الابتكار التكنولوجي:** تركز هذه النظرية على دور التكنولوجيا والابتكار في تحسين العمليات وخلق فرص جديدة للنمو. في سياق هذه الدراسة، يتم استخدام هذه النظرية لفهم كيف يمكن للتقنيات الرقمية أن تسهم في تطوير منتجات وخدمات مبتكرة، وكيف يمكن للشركات الناشئة أن تستفيد من هذه الابتكارات لتحقيق النمو المستدام.

4. **نظرية الموارد والقدرات:** تنظر هذه النظرية إلى كيفية استغلال الشركات لمواردها وقدراتها لتحقيق ميزة تنافسية. في هذه الدراسة، يتم تطبيق هذه النظرية لتحليل كيف يمكن للشركات الناشئة أن تستفيد من الموارد الرقمية (مثل البيانات والتقنيات الحديثة) لتعزيز قدراتها وتحقيق النمو في بيئة تنافسية.

من خلال هذه المنطلقات النظرية، تسعى الدراسة إلى تقديم إطار نظري متكامل لفهم تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، مع التركيز على كيفية تطبيق هذه النظريات في سياق عملي لتحقيق النتائج المرجوة.

المنهجية وطرق البحث:

ستعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك بسبب طبيعة الدراسة وأهدافها ومتغيراتها التي تتطلب استخدام هذا المنهج لتوفير تحليل دقيق وشامل للظاهرة محل الدراسة. ويعد المنهج الوصفي التحليلي من الأدوات البحثية الأساسية التي تتكامل لوصف وتحليل الظواهر المختلفة من خلال جمع الحقائق والبيانات، وتصنيفها، ومعالجتها، وتحليلها بشكل شامل. ويهدف هذا المنهج إلى تقديم تفسير وتحليل دقيق لتأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، حيث سيتم جمع

البيانات من خلال مجموعة من الأدوات البحثية مثل الاستبيانات والمقابلات، وذلك لاستخلاص دلالات ونتائج تسهم في فهم الظاهرة ودعم اتخاذ القرارات.

سيتم جمع البيانات من خلال استبيانات موجهة إلى المسؤولين في الشركات الناشئة، حيث يتضمن الاستبيان مجموعة من الأسئلة المصممة لقياس أثر التحول الرقمي على استراتيجيات النمو، وسيتم تحليل البيانات الكمية باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، مثل التحليل الوصفي والاستنتاجي، لتحديد العلاقات بين متغيرات الدراسة، مثل تأثير التحول الرقمي على الكفاءة التشغيلية، وتجربة العملاء، والقدرة على الابتكار، والتوسع في الأسواق.

بالإضافة إلى ذلك، سيتم استخدام المنهج النوعي للاستكشاف التفصيلي من خلال إجراء مقابلات مع المسؤولين في الشركات الناشئة المختلفة لفهم تصوراتهم وتجاربهم حول تبني التقنيات الرقمية وتأثيرها على النمو. وستتم عملية تحليل البيانات النوعية باستخدام تحليل المحتوى لاستخراج الموضوعات الرئيسية التي تساعد في تقديم إجابات دقيقة حول تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو، مع التركيز على الفرص والتحديات التي تواجهها هذه الشركات في رحلتها نحو التحول الرقمي.

من خلال الجمع بين المنهج الكمي والنوعي، تسعى الدراسة إلى تقديم تحليل شامل ومتكامل يربط بين الجوانب النظرية والعملية، مما يساهم في تقديم رؤى قيمة تساهم في تعزيز فهم تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، وتقديم توصيات عملية لصانعي القرار في هذا المجال.

مصادر البيانات:

يعتمد البحث على مصدرين أساسيين في جمع البيانات والمعلومات كما يلي:

1. المصادر الثانوية:

وتتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع البحث بالإضافة إلى الاعتماد على الأبحاث والدراسات السابقة والدراسات السابقة ذات العلاقة بالموضوع التي بحثت الإنشائية إلى جانب الدوريات والرسائل الجامعية التي تناولت موضوع الدراسة، لمعرفة الأسس والطرق العلمية

السليمة في كتابة الدراسات وكذلك أخذ تصور عام عن آخر المستجدات التي حدثت في موضوعات الدراسة الحالية والتي تتميز بالتغير والتطور المستمر.

2. المصادر الأولية:

اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات من مصادرها والتي تم تصميمها خصيصاً لهذا الغرض على Google Forms وإرسال رابطها إلى مجتمع البحث.

أدوات الدراسة:

تعرف أداة البحث بأنها "الوسيلة التي تتم بواسطتها عملية جمع البيانات بهدف الإجابة عن تساؤلاته، وسيعتمد الباحثين في جمع البيانات على الاستبانة، والتي تُعرف بأنها "صيغة محددة من الفقرات والأسئلة تهدف إلى جمع البيانات من أفراد البحث"

الأساليب الإحصائية المتبعة

تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في هذه الدراسة لإجراء التحليل الوصفي واختبار الفرضيات باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

❖ الإحصاء الوصفي:

- التكرارات والنسب المئوية: تم استخدامها لتقديم توزيعات التكرار والنسب المئوية لخصائص أفراد العينة وإجاباتهم على استبانة الدراسة.
- الوسط الحسابي: تم استخدامه كمقياس للنزعة المركزية لتقدير المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبانة.
- الانحراف المعياري: تم استخدامه كمقياس للتشتت لتقدير الانحراف في إجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي.

❖ الإحصاء التحليلي:

- تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression): تم استخدامه لاختبار تأثير مجموعة من المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.
- تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression): تم استخدامه لاختبار تأثير متغير مستقل على المتغير التابع.
- اختبار التوزيع الطبيعي (Kurtosis Test): تم استخدامه لاختبار مدى انحراف التوزيع عن التوزيع الطبيعي.

نموذج الدراسة:

تدور هذه الدراسة حول تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، وبناءً على ذلك، تتناول الدراسة المتغيرات التالية:

المتغير المستقل: التحول الرقمي، والذي يتضمن مجموعة من الأدوات والتقنيات المستخدمة لتعزيز الكفاءة التشغيلية، وتحسين تجربة العملاء، وتمكين الابتكار، وتوسيع نطاق الوصول إلى الأسواق. وتشمل هذه الأدوات الذكاء الاصطناعي، تحليل البيانات الضخمة، الحوسبة السحابية، إنترنت الأشياء، ومنصات التجارة الإلكترونية.

المتغير التابع: استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، والذي يعكس مستوى النجاح في تحقيق النمو المستدام، بما يشمل زيادة الإيرادات، توسيع قاعدة العملاء، تحسين الكفاءة التشغيلية، وتعزيز القدرة التنافسية في السوق.

المتغيرات الوسيطة: تشمل المتغيرات الوسيطة التي قد تؤثر على العلاقة بين التحول الرقمي واستراتيجيات النمو التحديات المالية، التحديات البشرية، التحديات التقنية، وأمن البيانات.

حدود الدراسة:

❖ الحدود الزمانية:

تقتصر الدراسة على تحليل البيانات والمعلومات التي تتعلق بالأعوام 2024 و2025، حيث سيتم التركيز على الفترة الزمنية التي شهدت تغيرات ملحوظة في اعتماد الشركات الناشئة على التحول الرقمي، ومدى تأثير ذلك على استراتيجيات النمو، مع الأخذ بعين الاعتبار العوامل الاقتصادية والتكنولوجية والتنظيمية التي أثرت على بيئة الأعمال خلال هذه الفترة

❖ الحدود المكانية:

تركز الدراسة على الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية حيث سيتم تحليل كيفية تطبيق التحول الرقمي في هذه الشركات، مع التركيز على القطاعات الأكثر تأثرًا بالرقمنة، مثل التجارة الإلكترونية، والتكنولوجيا المالية، والخدمات الرقمية، من أجل فهم مدى تكيف هذه الشركات مع التطورات الرقمية وتأثير ذلك على استراتيجيات النمو

❖ الحدود الموضوعية:

تركز الدراسة على تحليل مدى تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، من خلال دراسة العوامل التي تسهم في نجاح تطبيق التحول الرقمي، مثل تبني التقنيات الحديثة، والاستفادة من البيانات الضخمة، والتحول نحو نماذج الأعمال الرقمية، كما سيتم التركيز على كيفية تأثير هذه العوامل على التوسع في الأسواق، وزيادة الكفاءة التشغيلية، وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

المراجع:

1. البردان، محمد فوزي. 2020. "لتعزيز مبادرات الشمول المالي بالبيئة المصرية (بين مؤشرات القياس.. ومزايا وتحديات التطبيق)". بحث مقدم في المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر: "التحول الرقمي"، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، 10-11 أكتوبر، الإسكندرية، مصر.
2. بدوي، حسام الدين مصطفى حسن، وصالح الدين إسماعيل صالح الدين. 2023. "دور استراتيجية التحول الرقمي في تحقيق التميز المؤسسي المستدام: دراسة حالة الشركة القابضة مصر للطيران". المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية. 941: (2) 37
3. أحمد، أحمد عبد السلام، وشيماء فالح مهدي. 2024. "أثر استراتيجيات التحول الرقمي على نجاح مشاريع منظمات الأعمال: دراسة ميدانية في شركات الاتصالات العاملة في العراق". مجلة جامعة الخليج العربي للعلوم الاقتصادية والاجتماعية. (00) 20
<https://doi.org/10.36325/ghjec.v20i00.17022>.
4. زلط، محمد علي محمود. 2023. "أثر التحول الرقمي على استراتيجيات إدارة الموارد البشرية: دراسة ميدانية على العاملين بشركات الاتصالات في مصر". المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية. 561: (2) 37
5. قريبن، نور الدين. 2022. "دور المؤسسات الناشئة التقنية في تحقيق التحول الرقمي المنشود في الجزائر". مجلة الإبداع. 12 (1): 108-125
6. الدباس، أحمد إبراهيم محمد. 2022. "أثر متطلبات التحول الرقمي في ممارسات إدارة الموارد البشرية في قطاع الخدمات الحكومية الأردني". رسالة ماجستير، كلية الأعمال، جامعة عمان العربية، بإشراف د. محمود أبو جمعة، كانون الأول.
7. عبايدية، بسمة، وطلحي، فاطمة الزهراء. 2024. "التحول الرقمي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية للشركات الناشئة: دراسة عينة من الشركات الناشئة في مدينة تبسة". مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال. 184-201: (1) 8
8. تباي، شيماء، وصخري، إلهام، وعقون، شيماء. 2022. "استراتيجيات التحول الرقمي في المؤسسات الخدمائية: دراسة ميدانية بمديرية بريد الجزائر - ولاية قالم". مذكرة ماجستير في علم المكتبات، تخصص إدارة المؤسسات الوثائقية والمكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945 - قالم.
9. Grab, Benjamin, Marieta Olaru, and Roxana Gavril. 2019. "The Impact of Digital Transformation on Strategic Business Management." Ecoforum 8 (1).
10. Prathaban, Reshma. 2024. "The Impact of Digital Transformation on Business Strategy." Journal of Digital Economy 3 (2): 264-273.
11. Prathaban, Reshma. 2024. "The Impact of Digital Transformation on Business Strategy." Journal of Digital Economy 3 (2): 264-273.
12. AL Mohamad, Omar. 2024. "Digital Transformation in Companies: A Path to Innovation and Efficiency." Quantrade Journal of Complex Systems in Social Sciences 6 (2): 229.
<https://dergipark.org.tr/en/pub/quantrade>.

13. Kuteesa, Kevin Namiiro, Chidiogo Uzoamaka Akpuokwe, and Chioma Ann Udeh. 2024. "Navigating the Digital Transformation Journey: Strategies for Startup Growth and Innovation in the Digital Era." *International Journal of Scholarly Research in Multidisciplinary Studies* 4 (2): 038–053.
14. Al-Alawi, Prof. Adel Ismail, Mariam Mohammed Munir, and Fatima Muhammad Munir. 2024. "Digital Transformation and Competitive Strategies: Insights into Innovation, SMEs, and AI Startups." Paper presented at the 2024 International Conference on Digital Transformation and Competitive Strategies, IEEE.
15. Thomas, Antonio, Renato Passaro, and Ivana Quinto. 2019. "Developing Entrepreneurship in Digital Economy: The Ecosystem Strategy for Startups Growth." In *Strategy and Behaviors in the Digital Economy*, edited by [Editor Name(s) if available]. IntechOpen.
<https://doi.org/10.5772/intechopen.85423>.