

دور القيادة الرقمية في تعزيز الابتكار التنظيمي دراسة تطبيقية على المؤسسات السعودية

اسم الطالب
تركي رحيم الحربي

الرقم الجامعي
233000220

مشروع تخرج - 1
كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف
د. عبدالرحيم نادر
عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

2026م

جدول المحتويات

1.	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....	3
1.1.	المقدمة.....	4
1.2.	مشكلة الدراسة.....	5
1.2.1.	فجوات على المستوى النظري:.....	6
1.2.2.	فجوات على المستوى التطبيقي:.....	6
1.3.	أهمية الدراسة.....	7
1.3.1.	على المستوى النظري:.....	7
1.3.2.	على المستوى التطبيقي:.....	7

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة

تشكل القيادة الرقمية أحد المفاهيم الإدارية الحديثة التي برزت في ظل التحول المتسارع نحو الاقتصاد الرقمي واعتماد المؤسسات على التقنيات المتقدمة في مختلف عملياتها التشغيلية والإدارية. وقد أصبح هذا النمط القيادي يمثل تحولاً جوهرياً في أساليب الإدارة التقليدية، حيث لم تعد القيادة تقتصر على التوجيه والإشراف المباشر، بل امتدت لتشمل القدرة على توظيف التقنيات الرقمية، وتحليل البيانات، وإدارة المنصات الذكية، وبناء بيئة عمل رقمية تدعم الابتكار والإبداع داخل المؤسسة. وفي هذا الإطار، تزداد أهمية القيادة الرقمية بوصفها عاملاً استراتيجياً يسهم في إعادة تشكيل الهياكل التنظيمية وتحسين كفاءة الأداء المؤسسي في بيئات تتسم بالتغير السريع والتنافسية العالية.

يشكل الابتكار التنظيمي أحد الركائز الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات في تحقيق التطور والاستمرارية، حيث يعكس قدرة المؤسسة على تطوير أفكار جديدة، وتحسين العمليات الداخلية، وتقديم منتجات وخدمات مبتكرة تلبى احتياجات السوق المتغيرة. ولم يعد الابتكار التنظيمي مجرد نشاط إبداعي فردي، بل أصبح عملية منظمة تعتمد على توافر بيئة قيادية داعمة، وثقافة تنظيمية محفزة، وأنظمة معلومات متقدمة تسهم في توليد الأفكار وتحويلها إلى تطبيقات عملية ذات قيمة مضافة. ومن هنا تنشأ العلاقة الوثيقة بين القيادة الرقمية والابتكار التنظيمي، حيث يُنظر إلى القيادة الرقمية باعتبارها المحرك الرئيس الذي يهيئ البيئة التنظيمية المناسبة لتعزيز الإبداع وتحفيز الابتكار داخل المؤسسات.

وتبرز أهمية دراسة هذا الموضوع في سياق المؤسسات السعودية التي تشهد تحولاً رقمياً واسع النطاق ضمن مستهدفات رؤية المملكة 2030، والتي تهدف إلى بناء اقتصاد رقمي متنوع قائم على المعرفة والابتكار. وقد أدى هذا التحول إلى زيادة اهتمام المؤسسات بتبني نماذج قيادية حديثة قادرة على مواكبة التطورات التقنية، وتعزيز الكفاءة التشغيلية، ودعم القدرات الابتكارية للعاملين. ومع ذلك، لا تزال هناك حاجة لفهم أعمق لكيفية تأثير القيادة الرقمية على الابتكار التنظيمي داخل البيئة المؤسسية السعودية، وما إذا كانت هذه القيادة تسهم بشكل فعلي في تحسين قدرة المؤسسات على توليد الأفكار الجديدة وتطبيقها بشكل مستدام.

كما تنبع أهمية هذه الدراسة من كونها تسعى إلى تحليل العلاقة بين القيادة الرقمية والابتكار التنظيمي في إطار تطبيقي داخل المؤسسات السعودية، مما يساهم في سد فجوة معرفية في الأدبيات الإدارية العربية المتعلقة بهذا المجال. إذ إن معظم الدراسات السابقة ركزت على القيادة التقليدية أو الابتكار بمعزل عن التحول الرقمي، في حين أن البيئة الحالية تتطلب فهماً أكثر تكاملاً يربط بين القيادة المعاصرة والتقنيات الرقمية والقدرة الابتكارية للمؤسسات. ومن ثم، فإن هذه

الدراسة تسعى إلى تقديم إضافة علمية تساعد في تطوير الفهم النظري والتطبيقي لدور القيادة الرقمية في تعزيز الابتكار التنظيمي، بما يدعم المؤسسات في تحقيق التميز والتنافسية في ظل البيئة الرقمية المتسارعة.

1.2. مشكلة الدراسة

تشهد المؤسسات السعودية في الوقت الراهن تحولات رقمية متسارعة في مختلف قطاعاتها، مدفوعة بتوجهات استراتيجية وطنية تهدف إلى تعزيز الاقتصاد الرقمي وتطوير بيئات العمل بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية العالمية. وفي ظل هذا التحول، برزت القيادة الرقمية بوصفها أحد أهم المدخلات الإدارية الحديثة التي يُعَوَّل عليها في قيادة التغيير داخل المؤسسات، من خلال توظيف التقنيات الرقمية، وتحليل البيانات، واعتماد أساليب تواصل وإدارة أكثر مرونة وفعالية. ومع ذلك، وعلى الرغم من الانتشار المتزايد لمفاهيم القيادة الرقمية، لا يزال هناك تباين واضح في مدى تطبيقها وفعاليتها داخل المؤسسات، الأمر الذي يثير تساؤلات حول قدرتها الفعلية على تحقيق نتائج تنظيمية ملموسة، وخاصة فيما يتعلق بتعزيز الابتكار التنظيمي.

وفي المقابل، يُعد الابتكار التنظيمي عنصراً حاسماً في بقاء المؤسسات واستمراريتها في بيئة تنافسية تتسم بالتغير المستمر والتطور السريع، حيث تعتمد المؤسسات بشكل متزايد على قدرتها في توليد أفكار جديدة وتطوير عملياتها وخدماتها ومنتجاتها. إلا أن العديد من المؤسسات تواجه تحديات تتعلق بضعف بيئات الابتكار، وقلة المبادرات الإبداعية، وعدم كفاية الدعم القيادي والتقني اللازم لتحفيز العاملين على الابتكار. ومن هنا تنشأ المشكلة البحثية المتمثلة في الحاجة إلى فهم مدى إسهام القيادة الرقمية في دعم وتعزيز الابتكار التنظيمي داخل المؤسسات السعودية، وما إذا كانت هذه القيادة تمثل بالفعل عاملاً حاسماً في تطوير القدرات الابتكارية أم أن تأثيرها لا يزال محدوداً في بعض السياقات التنظيمية.

كما تتمثل مشكلة الدراسة في وجود فجوة بين الطموحات الاستراتيجية للتحول الرقمي في المملكة العربية السعودية وبين الواقع التطبيقي داخل بعض المؤسسات، حيث لا يزال تطبيق القيادة الرقمية يواجه تحديات تتعلق بالبنية التنظيمية، والمهارات الرقمية، وثقافة العمل، مما قد يؤثر على فاعليتها في دعم الابتكار التنظيمي. وعليه، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل طبيعة العلاقة بين القيادة الرقمية والابتكار التنظيمي، وتحديد مدى تأثير الأولى في تعزيز الثانية داخل المؤسسات السعودية.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري:

تتمثل الفجوة النظرية الأولى في عدم وجود اتفاق واضح بين الباحثين حول مفهوم القيادة الرقمية وأبعادها، حيث تتعدد التعريفات والنماذج النظرية التي تناولت هذا المفهوم، فبعضها يركز على البعد التقني المتعلق باستخدام التكنولوجيا، بينما يركز البعض الآخر على البعد السلوكي والقيادي المرتبط بمهارات القائد في البيئة الرقمية. هذا التباين أدى إلى غياب إطار نظري موحد يمكن الاعتماد عليه في تفسير العلاقة بين القيادة الرقمية والابتكار التنظيمي بشكل دقيق ومتكامل.

أما الفجوة النظرية الثانية فتتمثل في محدودية الدراسات التي تناولت العلاقة المباشرة بين القيادة الرقمية والابتكار التنظيمي، حيث إن معظم الأدبيات ركزت على القيادة التحويلية أو الإبداع التنظيمي بشكل عام، دون التعمق في تأثير القيادة الرقمية كمدخل حديث في بيئات الأعمال الرقمية المعاصرة. كما أن هناك نقصاً في النماذج النظرية التي توضح الآليات التي من خلالها تؤثر القيادة الرقمية على تعزيز الابتكار، مثل دور التحول الرقمي، أو الثقافة التنظيمية الرقمية، أو تمكين العاملين رقمياً.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي:

تتمثل الفجوة التطبيقية الأولى في محدودية الدراسات الميدانية التي تناولت واقع القيادة الرقمية داخل المؤسسات السعودية، حيث لا تزال أغلب الدراسات تعتمد على سياقات دولية أو بيئات مختلفة لا تعكس بشكل دقيق طبيعة البيئة التنظيمية في المملكة، مما يحد من إمكانية تعميم النتائج أو الاستفادة منها في تطوير الممارسات المحلية.

أما الفجوة التطبيقية الثانية فتتمثل في ضعف وضوح الأثر الفعلي للقيادة الرقمية على الابتكار التنظيمي داخل العديد من المؤسسات، حيث يتم تطبيق بعض أدوات التحول الرقمي دون وجود قياس دقيق لمدى انعكاسها على مستوى الابتكار أو الإنتاجية، مما يؤدي إلى فجوة بين تطبيق التقنيات الرقمية وتحقيق النتائج الابتكارية المرجوة.

كما تتمثل الفجوة التطبيقية الثالثة في تفاوت مستوى النضج الرقمي بين المؤسسات السعودية، حيث تختلف درجة تبني القيادة الرقمية من مؤسسة إلى أخرى، وهو ما ينعكس على قدرتها في خلق بيئة محفزة للابتكار، ويجعل من الضروري إجراء دراسات تطبيقية أكثر عمقاً لقياس هذا التباين وتحليله بشكل عملي دقيق يساعد في تحسين الممارسات الإدارية داخل هذه المؤسسات.

1.3. أهمية الدراسة

1.3.1. على المستوى النظري:

تنبع الأهمية النظرية لهذه الدراسة من كونها تتناول أحد المفاهيم الإدارية الحديثة التي لا تزال في طور التبلور في الأدبيات العلمية، وهو مفهوم القيادة الرقمية وعلاقته بالابتكار التنظيمي داخل المؤسسات. فالدراسة تسهم في إثراء الإطار النظري المتعلق بالقيادة المعاصرة من خلال توضيح كيفية انتقال القيادة من النماذج التقليدية القائمة على التوجيه المباشر إلى نماذج رقمية تعتمد على البيانات والتقنيات الذكية في اتخاذ القرار وتحفيز الأداء. كما تساعد في تعميق الفهم العلمي للعلاقة بين التحول الرقمي والقدرة الابتكارية للمؤسسات، من خلال تحليل الكيفية التي تؤثر بها القيادة الرقمية في تشكيل بيئة تنظيمية محفزة للإبداع والتجديد.

وتكمن أهمية هذه الدراسة أيضاً في كونها تسعى إلى سد فجوة معرفية في الأدبيات العربية المتعلقة بالقيادة الرقمية، حيث لا تزال الدراسات التي تربط بين القيادة الرقمية والابتكار التنظيمي محدودة نسبياً، خاصة في السياق السعودي. وبالتالي فإن هذه الدراسة تقدم إضافة علمية يمكن أن تسهم في تطوير النماذج النظرية القائمة، من خلال اقتراح رؤية أكثر تكاملاً تربط بين البعد القيادي الرقمي والبعد الابتكاري التنظيمي، بما يتيح فهماً أعمق للعوامل التي تعزز الابتكار داخل المؤسسات في ظل بيئة رقمية متسارعة.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

تتمثل الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في كونها تقدم نتائج عملية يمكن أن يستفيد منها صناع القرار والمديرون في المؤسسات السعودية في تطوير ممارسات القيادة الرقمية وتعزيز قدراتها الابتكارية. إذ تساعد الدراسة في توضيح كيفية توظيف الأدوات والتقنيات الرقمية بشكل فعال لدعم عملية اتخاذ القرار، وتحفيز الموظفين، وبناء بيئة عمل مرنة تدعم الإبداع والتجديد المستمر داخل المؤسسة.

كما توفر الدراسة مؤشرات تطبيقية يمكن من خلالها للمؤسسات تقييم مستوى نضجها في مجال القيادة الرقمية ومدى تأثير ذلك على قدرتها الابتكارية، مما يساعدها في تحديد نقاط القوة والضعف ووضع استراتيجيات تطوير مناسبة. وتكتسب هذه الدراسة أهمية إضافية في ظل توجه المملكة العربية السعودية نحو التحول الرقمي الشامل ضمن رؤية

2030، حيث يمكن أن تسهم نتائجها في دعم المؤسسات في تحسين أدائها وتعزيز قدرتها التنافسية من خلال تبني ممارسات قيادية رقمية أكثر فاعلية تسهم في خلق بيئة تنظيمية محفزة للابتكار المستدام.

المراجع:

مراجع باللغة العربية

1. السامي، علي عبد الله. (2022). *إدارة المعرفة في المنظمات المعاصرة*. دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن.
2. الزهراني، خالد بن سعيد. (2021). *القيادة الرقمية والتحول المؤسسي*. مكتبة العبيكان، السعودية.
3. القحطاني، سعود بن عبد الرحمن. (2023). *الابتكار التنظيمي في بيئة الأعمال السعودية*. مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية.
4. العتيبي، نورة بنت فيصل. (2020). *التحول الرقمي في المؤسسات الإدارية*. دار الفكر العربي، مصر.
5. حسن، أحمد محمود. (2024). *الإدارة الحديثة والابتكار المؤسسي*. دار النهضة العربية، مصر.

مراجع باللغة الإنجليزية

1. Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Review Press.
2. Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2015). Strategy, not technology, drives digital transformation. *MIT Sloan Management Review*, 56(1), 1–25.
3. Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144.
4. Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., & Song, M. (2017). Digital innovation management: Reinventing innovation management research in a digital world. *MIS Quarterly*, 41(1), 223–238.

5. Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482.