

المنظمة الذكية وأثرها في تحقيق الابتكار الشامل
(دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية "STC")

إعداد الطلبة

الرقم الجامعي	أسم الطالب
221000679	1. عايض حسن ال مرصي
221000635	2. سعيد بن راشد ال هادي
221000692	3. عايض بن ناصر ال خالص

بحث مقدم لاستكمال الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال تخصص إدارة المشاريع

الإشراف:

الدكتور/ وليد سليمان

العام الدراسي:

الفصل الدراسي الثاني لعام 2023

المستخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر المنظمة الذكية في تحقيق الابتكار الشامل في شركة الاتصالات (STC) بمدينة الرياض، واستخدم المنهج الوصفي الارتباطي، وتكونت مجتمع الدراسة من موظفي شركة الاتصالات السعودية في مدينة الرياض، وتكونت عينة الدراسة من (163) موظف، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، واستخدم الاستبيان أداة بغرض جمع البيانات، وأظهرت نتائج الدراسة أن درجة تطبيق المنظمة الذكية في شركة الاتصالات السعودية (STC) جاءت بدرجة عالية وبمتوسط حسابي (3.77)، وأن مستوى الابتكار الشامل في شركة الاتصالات السعودية (STC) جاءت بدرجة مرتفعة وبمتوسط حسابي (3.79)، كما أظهرت النتائج أن هناك علاقة طردية إيجابية بين المنظمة الذكية والابتكار الشامل في شركة الاتصالات السعودية (STC)، وأن هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) للمنظمة الذكية في تحقيق الابتكار الشامل في شركة الاتصالات السعودية (STC).

وأوصت الدراسة بزيادة حرص الشركة على تنمية روح العمل الجماعي بين الموظفين لخلق أفكار إبداعية تساعد على تحقيق الأهداف، وضرورة تبني الشركة منهجية مناسبة تساعد على تعلم الموظفين باستمرار بما يتناسب مع طبيعة عملها.

الكلمات المفتاحية: المنظمة الذكية، الابتكار الشامل، شركة الاتصالات السعودية.

Abstract

The study aimed to identify the impact of the smart organization in achieving comprehensive innovation in the Telecommunications Company (STC) in Riyadh, and the descriptive linkage approach was used, and the study community consisted of the employees of the Saudi Telecommunications Company in Riyadh, and the study sample consisted of (163) employees, selected in the simple way, and the questionnaire was used as a tool for the purpose of collecting data collection, and the results of the study showed the degree of application of the smart organization in the Saudi Telecommunications Company (STC) came with a high degree and a computational average (3.77), and the results showed that there is a positive social relationship between the smart organization and the comprehensive innovation in the Telecommunications Company Saudi Arabia (STC), and there is a statistically significant effect at the level of significance ($\alpha \geq 0.05$) of the smart organization in Achieving comprehensive innovation in Saudi Telecom (STC).

The study recommended increasing the company's keenness to develop the university work spirit among employees to create innovative ideas that help achieve goals, and the need for the company to adopt an appropriate methodology that helps employees to learn continuously in proportion to the nature of its work.

Keywords: smart organization, inclusive innovation, Saudi Telecom Company

الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين المبعوث رحمة للعالمين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه.

فإننا نشكر الله العلي القدير أولاً وأخيراً على توفيقه، فهو عز وجل أحق بالشكر والثناء وأولى بهما.

وانطلاقاً من قوله عليه الصلاة والسلام "من لا يشكر الناس لا يشكر الله"، نتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى الدكتور الفاضل وليد سليمان والدكتورة الفاضلة فاطمة مصطفى، اللذان تفضلاً بالإشراف على هذه الرسالة، وعلى ما قدماه لنا من علم نافع وعطاء متميز وإرشاد مستمر، وعلى ما بذلاه من جهد متواصل ونصح وتوجيه من بداية مرحلة البحث حتى إتمام هذه الرسالة، فنسأل الله أن يجزيهما عنا خير جزاء، وجعل ذلك في موازين حسناتهما.

كما لا يسعنا إلا أن نتقدم بالشكر والتقدير إلى الذين وقفوا إلى جانبنا وساعدونا على تخطي الصعاب وتعبوا وتحملوا الآلام من أجلنا، إلى أولئك الذين لم يلوا ولم يملوا في مساعدتنا للوصول إلى درب النجاح "الأهل والأسرة الكرام".

وأخيراً نشكر كل من مد يد العون والمساعدة وأسدى لنا نصيحة أو توجيهاً أو إرشاداً حتى تمكنا من إنجاز هذا العمل على هذه الصورة.

فهرس المحتويات

المستخلص.....	ب
Abstract.....	ج
الشكر والتقدير.....	د
فهرس المحتويات.....	و
فهرس الجداول.....	ح
فهرس الأشكال.....	ط
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....	1
1.1 مقدمة الدراسة.....	2
1.2 مشكلة الدراسة.....	3
1.3 أسئلة الدراسة.....	4
1.4 أهداف الدراسة.....	4
1.5 أهمية الدراسة.....	5
1.5.1 الأهمية النظرية.....	5
1.5.2 الأهمية التطبيقية.....	6
1.6 مصطلحات الدراسة.....	6
1.6.1 المنظمة الذكية.....	6
1.6.2 الابتكار الشامل.....	7
1.7 منهجية الدراسة.....	7
1.8 حدود الدراسة.....	7
1.9 متغيرات وأنموذج الدراسة.....	8
1.10 هيكل الدراسة.....	8
الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة.....	9
المبحث الأول: المنظمة الذكية.....	10

10	2.1.1 مفهوم المنظمة الذكية.....
11	2.1.2 أهمية المنظمة الذكية.....
13	2.1.3 الفرق بين المنظمة الذكية والمنظمة التقليدية.....
14	2.1.4 خصائص المنظمة الذكية.....
15	2.1.5 أهداف المنظمة الذكية.....
15	2.1.6 عناصر المنظمة الذكية.....
17	المبحث الثاني: الابتكار الشامل
17	2.2.1 مفهوم الابتكار الشامل.....
18	2.2.2 أهمية الابتكار الشامل.....
19	2.2.3 مبادئ الابتكار الشامل.....
19	2.2.4 أبعاد الابتكار الشامل.....
21	المبحث الثالث: الدراسات السابقة.....
26	الفصل الثالث: منهجية الدراسة وإجراءاتها
27	3.1 منهج الدراسة.....
27	3.2 طرق جمع البيانات.....
28	3.3 مجتمع وعينة الدراسة.....
28	3.4 أدوات الدراسة.....
29	3.5 فرضيات الدراسة.....
31	3.6 ثبات الأداة.....
32	3.7 المعالجات الإحصائية.....
33	الفصل الرابع: نتائج الدراسة وتفسيرها
34	4.1 الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفقاً للبيانات الشخصية.....
35	4.2 النتائج المتعلقة بالتساؤل الأول وتفسيرها.....
36	4.3 النتائج المتعلقة بالتساؤل الثاني وتفسيرها.....
38	4.4 النتائج المتعلقة بالتساؤل الثالث وتفسيرها.....

39	4.5 النتائج المتعلقة بالتساؤل الرابع وتفسيرها.....
48	الفصل الخامس: النتائج والتوصيات
49	5.1 نتائج الدراسة.....
49	5.2 توصيات الدراسة.....
50	5.3 مقترحات لدراسات مستقبلية.....
52	المراجع
57	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
13	مقارنة بين المنظمات الذكية والمنظمات التقليدية.....	2.1
29	المحك المعتمد في الدراسة.....	3.1
31	معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان.....	3.2
34	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب البيانات الشخصية.....	4.1
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ودرجة الموافقة لأبعاد استبيان "المنظمة الذكية" والدرجة الكلية.....	4.2
36	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ودرجة الموافقة لأبعاد استبيان "الابتكار الشامل" والدرجة الكلية.....	4.3
37	معاملات الارتباط بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة لدرجة تطبيق المنظمة الذكية ومتوسط تقديراتهم لمستوى الابتكار الشامل.....	4.4
38	تحليل الانحدار البسيط لبيان أثر المنظمة الذكية على الابتكار الشامل.....	4.5
40	تحليل الانحدار المتعدد لبيان أثر أبعاد المنظمة الذكية على الابتكار الاستراتيجي.....	4.6
41	تحليل الانحدار المتعدد لبيان أثر أبعاد المنظمة الذكية على الابتكار التقني (التكنولوجي).....	4.7
43		
44	تحليل الانحدار المتعدد لبيان أثر أبعاد المنظمة الذكية على الابتكار الإداري.....	4.8
46	تحليل الانحدار المتعدد لبيان أثر أبعاد المنظمة الذكية على الابتكار التسويقي.....	4.9

فهرس الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
2.1	مقارنة بين المنظمات الذكية والمنظمات التقليدية.....	8

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

مقدمة الدراسة

مشكلة الدراسة

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

مصطلحات الدراسة

منهجية الدراسة

حدود الدراسة

متغيرات الدراسة

هيكل الدراسة

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 مقدمة الدراسة

تحتاج المنظمات الحديثة إلى زيادة التعلم لتصبح فادرة على مواكبة التحولات والتغيرات التي تحدث في بيئة العمل المعاصرة، وهي تحتاج إلى المزيد من الانفتاح وابتكار مفاهيم جديدة، بالإضافة إلى ابتكار الخدمات والمنتجات وطرق جديدة وتشجيع الموظفين وتدريبهم على الابتكار والمبادرة خلال ممارسة الأعمال، ويعتبر الالتزام في تحقيق الأهداف للمنظمة منبع القيم ومحرك السلوك، وقد أكد قادة ومفكري المنظمات على ضرورة استخدام مهارات ومعارف الموظفين وذكائهم لقيادة المنظمة نحو التميز والتنافسية، وهذا ما جعل المنظمات الذكية تبرز في بيئة الأعمال للوصول إلى التكيف مع البيئة وتحقيق النمو والازدهار لها (الردايدة، 2016).

وتعتبر المنظمة الذكية من الجيل الجديد للمنظمات في الوقت الحاضر، ويعد هذا الفكر وجهة نظر حديثة تحث إلى تغيير الطريقة التي تدار بها المنظمة مع الحرص على التعليم والتعلم والتدريب والمعرفة والتنمية والبحث والابتكار والإبداع والاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتطبيقات الذكاء الاصطناعي (أبو النصر، 2022)، ونجاح المنظمات في مواجهة التغيرات المتسارعة والمعقدة يستند بشكل كبير على الابتكار للحفاظ على النمو والازدهار، وتحتاج المنظمة إلى أن تصبح ذكية، أي تعمل من خلال التكنولوجيا، مدفوعة بالتعلم والمعرفة والمرونة لتتمكن من خلق أفكار ابتكارية نابغة من الداخل واستغلال الفرص الخارجية، وعلى الرغم من أن الأفكار المبتكرة والمفيدة والجديدة مع تطبيقها تبقى مهمة صعبة وحاسمة جداً (El Bassiti, 2018).

وتبرز أهمية الابتكار الشامل في مساهمتها بتفعيل وتعزيز كفاءة المنظمات في بيئة تتميز بالتغير اللامتناهي وفي جميع المجالات، وبمنظرة أعمق إلى جوهر الابتكار الشامل الذي يركز بالدرجة الأولى على أهم العناصر في

منظمات الأعمال، وهي الابتكار التكنولوجي (التقني) والابتكار الإداري والابتكار التسويقي والابتكار الاستراتيجي، وجميعها تساعد في تعزيز المنظمة الذكية وقدرتها على تحقيق الرسالة التي أسست المنظمة من أجلها من خلال تكاثف جهود الموظفين وتكاتفهم للحفاظ على استمرار المنظمة وبقائها (Haiba et al, 2017).

1.2 مشكلة الدراسة

يواجه قطاع الاتصالات الكثير من التحديات وخاصة في ظل زيادة التغيرات البيئية بشكل سريع وزيادة حدة المنافسة وندرة الكفاءات والخبرة والموارد، الأمر الذي أدى إلى تشكل ضغوط على هذه الشركات بضرورة التوجه نحو استغلال قدراتها الداخلية والتحول إلى منظمات ذكية قادرة على مواجهة كافة التحديات بكفاءة، والبحث عن الأدوات والأساليب والطرق التي تمكنها من الحفاظ على مكانتها وسمعتها وبقائها وتقليص الفجوة بين ما تسعى إليه وما تحققه على أرض الواقع.

ويعد الابتكار الشامل مفتاحاً لنجاح كافة القطاعات بما فيها قطاع الاتصالات، حيث تمكنها من مواجهة كافة التحديات المحيطة بها محلياً وإقليمياً وعالمياً، ونتيجة لتأثر القطاع للتحديات المتعددة دفع الشركة إلى الاستجابة للمتغيرات البيئية بطريقة ابتكارية، الأمر الذي يؤثر على تحسين الأداء في الشركة، وضمان استمرارها وبقائها من خلال تطبيق أفكار ابتكارية وريادية للتحويل إلى العالمية.

وتأسيساً على ما سبق نجد بأن المنظمات الذكية تسعى إلى الاهتمام بالموارد البشرية بطريقة تمكنه من استغلال كافة الموارد المتاحة بطريقة مثلى، حيث تهتم الشركات في تعلم الموظفين باستمرار والحرص على فهم بيئة العمل المتغيرة التي تحتاج إلى تدقيق وتحليل وتحفيز الموظفين للتعاون وتبادل المعارف والمهارات والأفكار التي تساهم بشكل كبير إلى الابتكار وتحسين عمل الشركة.

1.3 أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة التالية:

1. ما درجة تطبيق المنظمة الذكية من وجهة نظر الموظفين في شركة الاتصالات (Stc) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية؟
2. ما مستوى تطبيق الابتكار الشامل من وجهة نظر الموظفين في شركة الاتصالات (Stc) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية؟
3. هل هناك علاقة بين المنظمة الذكية والابتكار الشامل في شركة الاتصالات (Stc) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية؟
4. هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمنظمة الذكية على الابتكار الشامل في شركة الاتصالات بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية؟

1.4 أهداف الدراسة

تنطلق الدراسة من هدف رئيس مفاده "التعرف على أثر المنظمة الذكية في تحقيق الابتكار الشامل في شركة الاتصالات (Stc) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية"، ويتفرع من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية الآتية:

1. التعرف على درجة تطبيق المنظمة الذكية من وجهة نظر الموظفين في شركة الاتصالات (Stc) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.
2. التعرف إلى مستوى تطبيق الابتكار الشامل من وجهة نظر الموظفين في شركة الاتصالات (Stc) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

3. معرفة العلاقة بين المنظمة الذكية والابتكار الشامل في شركة الاتصالات (Stc) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

4. معرفة ما إذا كان هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للمنظمة الذكية على الابتكار الشامل في شركة الاتصالات بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

1.5 أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في جانبين هما:

1.5.1 الأهمية النظرية

1. تنبثق أهمية الدراسة من أهمية المتغيرات المبحوثة، حيث تعد المنظمة الذكية من المواضيع الحديثة والمهمة والتي لا بد من تسليط الضوء عليها.

2. تشكل الدراسة مرجعاً للمهتمين والباحثين وصناع القرار، حيث تقدم الدراسة تشخيصاً دقيقاً لواقع تطبيق المنظمة الذكية بقطاع الاتصالات في المملكة العربية السعودية، وهو ما سترتب عليه توجيه صناع القرار في تلك المنظمة لإعادة صياغة توجهاتها بآليات العمل، بما يخدم آفاق التنمية الإدارية في المملكة العربية السعودية.

3. إثراء المكتبة العربية والسعودية بموضوعات جديدة مهمة حول المنظمة الذكية والابتكار الشامل، وذلك لأن التوجه العالمي يركز على قضايا الذكاء المنظمي، كآلية لمواجهة التغيرات والتحولات السريعة التي تحدث في بيئة العمل، وشدة المنافسة والانفتاح، وهذا يتماشى مع التوجهات العالمية في مجال الابتكار الشامل والتطوير.

4. أهمية الابتكار الشامل ودوره الهام في جميع المستويات، حيث يدعم الاقتصاد ويعد وسيلة مهمة لازدهار ونمو المنظمات على اختلاف مجالات عملها، حيث يواكب الابتكار الشامل كافة التطورات التقنية والفنية.

1.5.2 الأهمية التطبيقية

1. تساهم هذه الدراسة في توجيه قطاع الاتصالات لمجموعة من الآليات لفهم البيئة والتكيف معها وتوجيهها نحو طرق تعزيز استدامتها باتباع الذكاء المنظمي للتعامل مع كافة هذه التغيرات.
2. العمل على توجيه شركات الاتصالات للاهتمام بشكل متزايد بموضوع المنظمة الذكية والابتكار الشامل للاستفادة منها في أدائها.
3. تقديم مجموعة من التوصيات والنتائج التي تفيد متخذي القرار في شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية، مما يساهم في نجاح هذه الشركات وتنمية الاقتصاد الوطني.

1.6 مصطلحات الدراسات

- 1.6.1 المنظمة الذكية: "المنظمة التي تتصرف بفاعلية في الحاضر ولها القدرة على التعامل مع تحديات المستقبل، وتنظر إلى ما وراء نطاق العمل اليومي، وإلى الأداء المستدام على المدى البعيد، ولديها القدرة على اتخاذ القرارات الاستراتيجية الفعالة، وتطبق أفضل الممارسات الإدارية" (الرابعة، 2016، ص. 76).
- وتعرف إجرائياً: مقدرة شركة الاتصالات (Stc) السعودية على الالتزام بتحقيق الأهداف المأمولة تحت جميع الضغوط وتطوير المعرفة لدى الموظفين في الشركة من خلال التوافق والانتظام بين مجمل محاور عمل هذه الشركات.

1.6.2 الابتكار الشامل: "التجسيد الفعلي للأفكار الإبداعية الخلاقة ووضعها على شكل منتجات أو خدمات يمكن طرحها في السوق، وإيجاد طرق جديدة أكثر تكويناً للقيمة في مجال نشاط المنظمة، ويختلف عن الطرق التقليدية المستخدمة، بعمليات تمكن المنظمة من المحافظة على ميزتها التنافسية" (لشهب وآخرون، 2017، ص. 263).

وتعرف إجرائياً: قدرة شركة الاتصالات (Stc) السعودية على خلق منافع جديدة توائم وتوافق كافة أشكال التغيرات في البيئة المحيطة أو قدرتها على الاستجابة لبيئات العمل الجديدة، بابتكار أساليب عمل جديدة.

1.7 منهجية الدراسة

تم الاعتماد على المنهج الوصفي الارتباطي لتحقيق أهداف الدراسة ويعرف بأنه "أحد المناهج الوصفية، يستخدم في قياس العلاقة بين متغيرين (متغير مستقل، ومتغير تابع)، وهل هذه العلاقة موجبة أم سالبة، ومن ثم التنبؤ بمستوى معين من الدلالة في صورة رقمية" (المرعي وآخرون، 2021، ص. 29).

1.8 حدود الدراسة

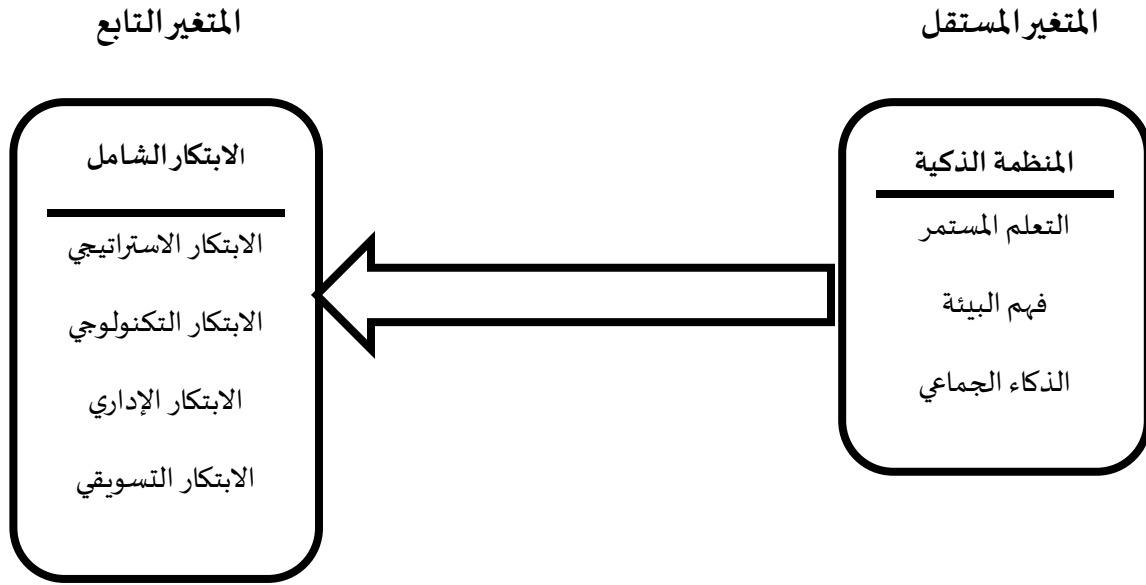
1. الحد الموضوعي: ستقتصر الدراسة في تناول موضوع "المنظمة الذكية وأثرها في تحقيق الابتكار الشامل بقطاع الاتصالات".

2. الحد المكاني: شركة (Stc) للاتصالات بالملكة العربية السعودية.

3. الحد الزمني: الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي 2023م-1445هـ.

4. الحد البشري: الموظفون في شركة (Stc) للاتصالات في مدينة الرياض.

1.9 متغيرات وأنموذج الدراسة



1.10 هيكل الدراسة المقترح

الفصل الأول: تناول الإطار العام للدراسة ويتضمن مقدمة ومشكلة وأهداف وأهمية الدراسة، كما تناول مصطلحات الدراسة والمنهجية المستخدمة لإجراء الدراسة، كما تناول الفصل أنموذج الدراسة الذي يوضح المتغيرات المستقلة بأبعادها والمتغيرات التابعة بأبعادها، وحدود الدراسة.

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة،

الفصل الثالث: منهجية الدراسة وإجراءاتها.

الفصل الرابع: نتائج الدراسة.

الفصل الخامس: مناقشة نتائج الدراسة والتوصيات.

المصادر والمراجع.

الفصل الأول: الإطار النظري والدراسات السابقة

المبحث الأول: الإطار النظري

المطلب الأول: المنظمة الذكية

المطلب الثاني: الابتكار الشامل

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

الفصل الأول: الإطار النظري والدراسات السابقة

المبحث الأول: المنظمة الذكية

تعتبر المنظمة الذكية من المفاهيم المعاصرة التي تدعو إلى التغيير بالأسلوب التي تدار به المنظمات، مع الحرص على التعلم والتطوير والتنمية والتدريب، ويعد هذا التغيير مدخلاً مهماً يهدف إلى تعظيم ذكاء المنظمة مع الاستعداد لقبول التغيير، الأمر الذي يعزز قدرة المنظمة في التعامل بطريقة إيجابية مع التغيير، حيث تمكن الفكرة الرئيسية للمنظمة الذكية في تأثيرها بعمق بطريقة التفكير حول حياة المنظمات، وتعتبر الأفكار التي تبني عليها تحدياً لآليات استخدام المعرفة، وذلك لوضع الاستراتيجيات التوسعية والتنافسية على المستوى المحلي والعالمي (Quinn, 2005).

2.1.1 مفهوم المنظمة الذكية

تختلف المنظمات الذكية (Smart Organizations) عن باقي منظمات الأعمال بأنها تتكون من إجراءات وأنشطة وأعمال ترتبط بالموظفين والرقابة والتنفيذ لبقية أنشطة المنظمة المختلفة، وبطبيعة الإجراءات المتبعة لإنجاز الأعمال، ولذلك نجد أن هناك مفاهيم متنوعة للمنظمات الذكية (ردايدة، 2016). سنقوم في هذا الجزء من المبحث في عرض أهم تعريفات المنظمة الذكية كما عرفها الكثير من الباحثين والكتاب على اختلاف توجهاتهم.

عرفها الزواهره والشورة (2022، ص. 124) بأنها "المنظمات القادرة على اتخاذ قرارات ذكية والتكيف بسرعة مع التغيرات في البيئة الخارجية، واتخاذ القرار الاستراتيجي الصحيح في الوقت المناسب".

بينما عرفتها القاضي وأبو بكر (2021، ص. 262) بأنها "منظمة تتعلم وتتكيف مع التغيرات الطارئة والمستجدة في بيئتها الخارجية التي تعمل بها ولها قدرة على مواجهة التحديات بنجاح، وتقوم بربط العناصر

المتعلقة بإدارة المعلومات مع التعلم لتكون قادرة على صنع القرارات الاستراتيجية بنجاح، من أجل اقتناص أفضل الفرص لتوليد القيمة اللازمة لديمومتها وبقائها عن طريق التصرف بذكاء".

عرفها الزعبي والنواصرة (2019، ص. 111) بأنها "المنظمات ذات الأداء العالي الذي ينعكس على أهداف المنظمة، التي تهدف إلى تحقيق المرونة والمعرفة والمهارة لدى العاملين".

وكذلك عرفها الربابعة (2016، ص. 76) بأنها "المنظمة التي تتصرف بفاعلية في الحاضر، ولها القدرة على التعامل مع تحديات المستقبل، والتي تهتم بشكل كبير بحيويتها ونجاحها، وتنظر إلى ما وراء نطاق العمل اليومي، وإلى الأداء المستدام على المدى البعيد، ولديها القدرة على اتخاذ القرارات الاستراتيجية الفعالة، وتطبق أفضل الممارسات الإدارية".

وترى شاكر (2016، ص. 37) بأن المنظمة الذكية هي "المنظمة القادرة على اتخاذ القرارات الذكية اعتماداً على المعرفة التي تمتلكها أو تكتسبها ومن ثم نشرها بغرض الاستجابة السريعة والتكيف مع التغيرات البيئية". ويعرفها Daneshfard et al (2016, p. 465) بأنها: قدرة المنظمة في مواجهة التغيرات البيئية الداخلية والخارجية وسرعة التكيف معها، واتخاذ القرارات المناسبة والدقيقة والتي تحمل في طياتها التفكير طويل الأمد. كما عرفها Kiani et al (2015, p. 304) بأنها: منظمة تمتلك المهارات والمعرفة والموارد البشرية ذات الكفاءة العالية، والقدرة على استغلال الفرص المتاحة ومواكبة التغيرات البيئية.

2.1.2 أهمية المنظمة الذكية

تمكن أهمية المنظمة الذكية فيما يلي (أحمد وإسماعيل، 2018):

1. تشجيع الإبداع المبدعين والترحيب بالأفكار الإبداعية.
2. المشاركة والاتصال الفعال بين كافة أجزاء وتقسيمات المنظمة الخارجية والداخلية.

3. تشكيل فرق متميزة تستطيع التعامل مع مختلف ظروف عدم التأكيد والأزمات.
4. الاهتمام بالتدريب والتعليم المستمر ووضع نظام فعال للتعيين والتحفيز.
5. الاهتمام بمتطلبات الزبون وتكوين قيمه له.
6. وضع سيناريوهات مستقبلية وتطويرها مبنية على المعلومات والبيانات من البيئة الخارجية لتطوير الأداء.

كما أورد الهبارنة (2022) أهمية المنظمة الذكية كما يلي:

1. القدرة على اتخاذ القرارات الاستراتيجية الجيدة التي تعمل على توليد القيمة.
2. التركيز على استيعاب حالات التعلم واللاتأكد والتكيف مع البيئة.
3. التأكيد على العمل الجماعي بين الموظفين وتمكينهم.
4. التركيز على الوصول إلى التكامل بين العمليات التنظيمية التي تغطي استراتيجيات المنظمة وتنظيم الأفراد وتوجيههم وتصميم الهياكل.
5. تساعد على إيجاد البدائل الجيدة التي تساهم في اتخاذ القرارات الصحيحة.
6. تساهم في التعلم المستمر وزيادة القدرة على خلق قيمة بشكل أكبر لمواجهة التغيرات في البيئة.
7. التخفيف من حالة اللاتأكد البيئي، حيث يعمل الأفراد على فهم كيفية التعامل مع حالة اللاتأكد البيئي الذي من الممكن أن تواجهه، فهم يعملون على قياس ما لا يعرفونه وإدارة المخاطر الطارئة.

2.1.3 الفرق بين المنظمة الذكية والمنظمة التقليدية

تختلف المنظمات الذكية عن المنظمات التقليدية فيما يلي (الطائي وآخرون، 2013):

جدول رقم (2.1)

مقارنة بين المنظمات الذكية والمنظمات التقليدية

وجه المقارنة	المنظمات الذكية (intelligent organizations)	المنظمات التقليدية (Traditional organizations)
عمليات التدريب	عمليات التدريب تهتم بتطوير الأفراد العاملين	عمليات التدريب على المهارات التقنية للأفراد
الهيكل التنظيمي	الاعتماد على اللامركزية في الهيكل التنظيمي	الاعتماد على المركزية في الهيكل التنظيمي
الاهتمام بالبيئة	الاهتمام بالبيئة الخارجية والداخلية	الاهتمام بالبيئة الداخلية
علاقة الإدارة بالأفراد	تعامل الإدارة مع الأفراد كبشر لهم حقوق	تعامل الإدارة مع الأفراد كآلة
التخصص وتقسيم العمل	تقسيم وتخصيص العمل بطريقة دقيقة	عدم تقسيم وتخصيص العمل بطريقة دقيقة
المكافآت	تمنح المكافآت على أساس المساهمات العادلة للأفراد	تمنح المكافآت على أساس المساهمات غير العادلة للأفراد
الهدف الرئيسي	التركيز على الاهتمام بالجانب الاجتماعي والاقتصادي والبيئي	التركيز على تحقيق الأرباح فقط
مستوى الأداء	الأداء المرتفع نتيجة توفر بيئة عمل مناسبة	الأداء المنخفض نتيجة عدم توفر بيئة عمل مناسبة
مسؤولية التخطيط	عمليات التخطيط والمراقبة تتم بمشاركة الأفراد العاملين	عمليات التخطيط والمراقبة تقتصر على الإدارة العليا فقط
الاستجابة للتغيرات التكنولوجية	سرعة الاستجابة للتغيرات التكنولوجية المتسارعة التي تحدث في بيئة العمل	بطء الاستجابة للتغيرات التكنولوجية المتسارعة التي تحدث في بيئة العمل
حياة الفرد	حياة الفرد منفتحة	حياة الفرد مغلقة
مدى الأفق	نظرتها بعيدة الأمد	نظرتها قصيرة الأمد

2.1.4 خصائص المنظمة الذكية

للمنظمة الذكية مجموعة من الخصائص التي تتميز بها، وهذه الخصائص هي (Adamczewski, 2014):

1. القدرة العالية على إدراك وفهم المعلومات في البيئة الخارجية.
2. الاستجابة الكبيرة لمعلومات البيئة الخارجية.
3. القدرة على خلق الأفكار الجديدة مع الابتكار والابداع.
4. الاستدامة.
5. تطبيق المبدأ التجريبي لتتعلم من التجارب السابقة ومن تجارب الآخرين، ولديها حب التعلم والاستطلاع ونقل المعرفة.
6. تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة مع الالتزام بها.
7. لديها رؤية مستقبلية وتطبق مبادئ الإدارة الاستراتيجية.
8. الاهتمام بالموظفين واعتبارهم رأس مال فكري.
9. القيادة الاستراتيجية الذكية.

كما أورد العكش (2020) خصائص المنظمة الذكية كما يلي:

1. الإبداع: تشير إلى القدرة على إيجاد أفكار جديدة، وتؤدي هذه الأفكار إلى تطوير خدمات أو منتجات جديدة، ويكون الإبداع هو القوة الكامنة للابتكار.
2. الرؤية المستقبلية: تحدد المنظمة الذكية رؤيتها المستقبلية بوضوح، وذلك من خلال تحليل البيئة الخارجية وبناءً عليها تبني الخطط المستقبلية.

3. الدافع: تعمل المنظمات الذكية على منح المكافآت والحوافز المعنوية والمادية لتوليد الدوافع وتسجيع الأفراد العاملين.

4. القابلية العالية لإدراك المعلومات المعقدة في العالم الخارجي.

2.1.5 أهداف المنظمة الذكية

تطمح المنظمة الذكية إلى تحسين قدراتها وإنجاز الأهداف التي تطمح لها المنظمة، وقد ذكر (Bahrami,

et al, 2012) أن أهداف المنظمة تتمثل بما يلي:

1. التحول من بيئة رد الفعل بإدراك المعلومات إلى بيئة استباقية تدرك محيطها.
2. توفير البيانات لإجراء التحليلات كأداة مستقلة قدر الإمكان.
3. العمل على توحيد بيانات أنظمة التشغيل المختلفة في مستودع بيانات المنظمة.
4. تحقيق النجاح المستدام والمحافظة على المنافسة في ظل بيئة الأعمال المتغيرة.
5. تنمية الاستثمار للخبرات ودعم التفكير الاستراتيجي في مجال ذكاء الأعمال.
6. اقتناص الفرص المتاحة والتخطيط لتلبية متطلبات العمل في بيئة العمل لتمكين قدرات المنظمة.
7. تبسيط وتخصيص فرق العمل للاندماج بالتعلم والمعرفة بإضافة قيم جديدة للمنظمة.
8. نقل المعلومات القيمة لجميع أجزاء المنظمة.

2.1.6 عناصر المنظمة الذكية

تختلف وجهات نظر الباحثين حول العناصر التي تتكون منها المنظمة الذكية، حيث أورد كل من (Abbas,

2020؛ الوداي والصبح، 2020) عناصر المنظمات الذكية هي:

1. الرؤية الاستراتيجية: وهي تشير إلى تحديد المسار الذي تتبناه المنظمة من أجل تحقيق رسالتها على المدى القريب والبعيد في ظل الظروف البيئية المحيطة والمنافسة.
 2. التعلم المستمر: وهي تشير إلى اكتساب المعرفة باستمرار من خلال الخبرة التي تؤدي إلى تغيير مستمر في السلوك بشكل يساهم في توليد قيمة مضافة للمنظمة.
 3. العمليات الذكية: وهي مشاركة المعلومات مع توفير المعلومات لمن يحتاجها في الوقت المناسب وتقديم الملاحظات، الأمر الذي يساعد في زيادة فعالية وكفاءة القدرة على التعامل مع حالات الطوارئ والأزمات، واستخدام التقنيات الحديثة لإنجاز العمل.
 4. الذكاء الجماعي: وهي تشير إلى العمل الجماعي من خلال الذكاء الجماعي الذي يساعد بشكل كبير إلى توفير جهود إضافية من قبل المجموعة وليس الأفراد.
 5. فهم البيئة: وهي مراقبة وتقييم البيئة التي تعمل المنظمة بها، لفهم متطلبات ومتغيرات السوق والاستجابة لها.
 6. نقل المعرفة: وهي تطوير المعرفة ابتداءً من توليدها وحتى نشرها وتبادلها.
- واعتمد الباحثون في هذه الدراسة على عناصر المنظمة الذكية التي تتوافق مع متطلباتها والغاية منها وهي (التعلم المستمر، فهم البيئة، الذكاء الجماعي).

المبحث الثاني: الابتكار الشامل

باتت المنظمات تعتمد على الابتكار والابداع لتحقيق الريادة في مجالاتها ومواكبة التطورات الهائلة والسريعة في التكنولوجيا والعمليات، فيمكن للمنظمات تحقيق الميزة التنافسية وتحسين الكفاءة والإنتاجية من خلال التميز في الخدمة المقدمة والمنتج وهذا ما يبرز الدور المهم للابتكار بأبعاده، ويتضمن الابتكار على أبعاد كالا ابتكار الاستراتيجي والابتكار التقني والابتكار الإداري والابتكار التسويقي.

2.2.1 مفهوم التفكير الشامل

عرفه إسماعيل وخالد (2020، ص. 30) بأنه "القدرات التي تميز المنظمات الرائدة والتي من خلالها تسعى لتطوير آليات العمل والموارد البشرية لتجديد عمليات الإنتاج لابتكار منتجات حديثة للاحتفاظ بموقعها التنافسي وزيادة الحصة السوقية لها".

في حين عرف أبو بكر وعبيد (2020، ص. 9) الابتكار الشامل بأنه "مجموعة الطرق والأفكار الجدية التي تدخلها المنظمة على العمليات والأنشطة بهدف تعزيز المكانة التنافسية والمساهمة في بقائها".

كما عرف البنك الدولي الابتكار الشامل بأنه "أي ابتكار يساعد على توسيع نطاق إمكانية الحصول بشكل معقول على نواتج وخدمات ذات جودة تتيح فرص كسب العيش أمام السكان المستبعدة وتزيد منها، ويحدد البنك خمس سمات تميز الابتكار الشامل وهي: إمكانية الحصول عليه بثمن معقول، وإنتاجه على نحو مستدام، وإيجاد لسلع وخدمات تساعد على إتاحة فرص كسب أسباب العيش، وتوجيهه نحو السكان المستبعدة، وفي المقام الأول من يوجودون عند قاعدة الهرم، وانتشاره انتشاراً مهماً" (دريد رفيق، 2019، ص.

(198)

كما عرفته بوزيد والعزاوي (2019، ص. 504) بأنه "فكرة جديدة أو أسلوب جديد من قبل إدارة المنظمة أو الأفراد وتحويلها إلى خدمة نافعة أو سلعة أو طريقة عمل مفيدة وفتح أسواق جديدة والحصول على موارد بشرية ومادية جديدة تسهم في تقدم المنظمة في الأسواق العالمية".

أما الشيخ (2018، ص. 86) عرف الابتكار الشامل بأنه "عملية توليد وخلف وتطبيق للأفكار الجديدة المبتكرة والمستمدة إلى المعرفة والخبرة المتراكمة للفرد وللمنظمة، والتي يكون الهدف منها تقديم منتجات أو خدمات ذات قيمة مضافة".

بينما عرفه لشهب وآخرون (2017، ص. 266) بأنه "التجسيد الفعلي للأفكار الإبداعية الخلاقة ووضعها على شكل منتجات لطرحها في السوق، وبأنه يكمن بإيجاد طرق جديدة أكثر تكويناً للقيمة في مجال نشاط المنظمة، ويختلف عن الطرق التقليدية المستخدمة بعمليات تمكن المنظمة من المحافظة على ميزتها التنافسية".

كما عرفه Foster & Heeks (2013, p: 109) بأنه: بأنه فكرة تشتمل على أحد جوانب الابتكار للفئات المهمشة في الوقت الحالي، والفئة التي يمكن تحديدها أكثر من غيرها في هذا السياق هي الفئة ذات الدخل المتدنية، ويركز هذا الابتكار على الشباب والأشخاص ذوي الإعاقة والأقليات العرقية.

2.2.2 أهمية الابتكار الشامل

يعتبر الابتكار الشامل مهم لكافة المنظمات في عصرنا الحالي، ويمكن توضيح أهمية الابتكار الشامل في

النقاط الآتية (Ozaki & Dodgson, 2010):

1. يساهم الابتكار في التكيف مع البيئة الخارجية.
2. القدرة على مواجهة التحديات التي يمكن أن تواجه المنظمة.
3. بقاء واستمرار المنظمة والعمل بأقصى فعالية وكفاءة ممكنة.

4. تحفيز الموظفين وتشجيعهم على العمل بإبداع وكفاءة.
5. تحسين جودة الخدمات والمنتجات.
6. خلف فدرة تنافسية للمنظمة وتعزيزها.
7. الانتقاء في المدخلات لاستخلاص مخرجات ذات مستوى مرتفع.
8. تمكين الإنتاج من إضفاء قيمة مضافة للمخرجات بأقصى كفاءة وفاعلية ممكنة.
9. دعم المنظمة للتكيف والتطور لمواكبة التقنيات المتطورة والأسواق الكبيرة.

2.2.3 مبادئ الابتكار الشامل

تناول هلسة (2016) في دراسته مبادئ الابتكار كما حددها (Peter Drucker) كما يلي:

1. تحليل الفرص الابتكارية التي تختلف أهميتها باختلاف المجالات والأوقات.
2. يجب أن يكون الابتكار بسيطاً لكي يكون فعالاً.
3. التركيز على أهداف محددة.
4. إدارة الابتكار من خلال التساؤل والمشاهدة، ثم يحددون تقديراً بطريقة تحليلية طبيعة الابتكار اللازمة لتلبية الفرص.
5. ضرورة أن تبدأ الابتكارات صغيرة بحيث تتطلب أفراداً ومالاً وسوقاً محدداً وقليلًا.

2.2.4 أبعاد الابتكار الشامل

تناولت الدراسة أبعاد محددة للابتكار الشامل تتمثل فيما يلي (El-Telbani, 2013):

1. الابتكار الاستراتيجي: يشير إلى العملية الكاملة التي تقوم من خلالها المنظمات بإعداد عملياتها ومنتجاتها التجارية لتمكينها من تقديم خدمات ومنتجات أكثر تفوقاً لعملائها (Seybold, 2014).

يعمل الابتكار الاستراتيجي إلى تحقيق التميز الاستراتيجي والميزة التنافسية، كما يساعد على إعادة تعريف نموذج أعمال المنظمات ورسم حدود سوقها، حيث يعمل على تحسينات مستمرة في القيمة والجودة للعملاء والمنظمة، كما يساهم في إيجاد أسواق جديدة (المعاضدي ومحمد، 2011).

2. الابتكار التقني (التكنولوجي): يشير إلى العمليات المرتبطة بما هو مفيد وجديد، ويحب التنويه على أن العلاقة بين الابتكار التكنولوجي في المنتج وفي طرف الإنتاج تختلف حسب طبيعة المنتج، ففي المنتج الصناعي فإن أي تغيير في المنتج يجب أن يتغير في الطريقة التي يتم استخدامها، أما في حالة المنتجات الاستهلاكية فإن العلاقة في حالة المنتج الذي تم ابتكاره جوهرياً، حيث يتم تبديل عنصر أو بند من عناصر الإنتاج، فإن ذلك لا يستوجب تغيير التجهيزات والطرق الفنية (المرعي، 2012).

3. الابتكار التسويقي: يشير إلى وضع أفكار جديدة غير تقليدية في الممارسات التسويقية، أي التطبيق الفعلي لأفكار جديدة في الممارسات التسويقية وهي (السعر، المنتج، الترويج، التوزيع)، كما أن الابتكار التسويقي يعنى بتطبيق أفكار جديدة تمس مختلف عناصر المزيج التسويقي (البكري، 2014).

4. الابتكار الإداري: تشير إلى العملية التي يترتب عليها ممارسة أو فكرة أو خدمة جديدة يمكن اعتمادها وتبنيها من جانب موظفي المنظمة أو فرضها على الموظفين من قبل أصحاب القرار، بحيث ينتج عنها إحداث نوع من التغيير في بيئة المنظمة أو مخرجاتها أو عملياتها، كما تعنى بعملية إنتاج أشياء أو أفكار خيالية أو حقيقية ووضعها في طرق جديدة تفيد المنظمة (علي، 2011).

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

هدفت دراسة الناجي (2020) إلى التحقق من أثر ممارسات الابتكار التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية في البنك الاستثماري في العاصمة الأردنية/ عمان، واعتمد على المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (171) موظف في البنك الاستثماري في عمان، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، واستخدمت الاستبيان كأداة بغرض جمع البيانات، وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى ممارسة الابتكار التسويقي جاء بدرجة متوسطة، وأن الميزة التنافسية جاءت بدرجة متوسطة، كما أظهر النتائج أن هناك أثر لممارسات الابتكار التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية.

هدفت دراسة الحياوي وعبد النصور (2020) إلى معرفة أثر إدارة الابتكار الشامل (الابتكار الاستراتيجي، الابتكار التقني (التكنولوجي، الابتكار الإداري، الابتكار التسويقي) في التطوير التنظيمي، واعتمد على المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من (321) موظف في الشركات الصناعية الأردنية المتوسطة والصغيرة، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، واستخدمت الاستبيان كأداة بغرض جمع البيانات، وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى الابتكار الشامل جاء بدرجة مرتفعة، وأن مستوى التطوير التنظيمي جاء بدرجة مرتفعة، كما أظهرت النتائج أن هناك أثر لإدارة الابتكار الشامل في التطوير التنظيمي.

هدفت دراسة قرمش والنجار (2020) إلى معرفة دور القيادة الاستراتيجية في تحقيق المنظمة الذكية (فهم البيئة، التعلم المستمر، الذكاء الجمعي)، وتكونت عينة الدراسة من (40) موظف في شركة جوال للاتصالات الخلوية الفلسطينية، واستخدمت الاستبيان كأداة بغرض جمع البيانات، وأظهرت نتائج الدراسة

أن مستوى القيادة الاستراتيجية جاءت بدرجة مرتفعة، وأن مستوى تطبيق المنظمة الذكية جاءت بدرجة مرتفعة، كما أظهرت النتائج أن هناك أثر للقيادة الاستراتيجية على تحقيق المنظمة الذكية.

هدفت دراسة الروبي (2020) إلى معرفة أثر التغيير التنظيمي على الابتكار الاستراتيجي داخل المستشفيات الأردنية الخاصة، واعتمد على المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (160) موظف في المستشفيات الأردنية الخاصة، واستخدمت الاستبيان كأداة بغرض جمع البيانات، وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى التغيير التنظيمي جاء بدرجة مرتفعة، وأن مستوى الابتكار الاستراتيجي جاء بدرجة مرتفعة، كما أظهرت النتائج أن هناك أثر للتغيير التنظيمي على الابتكار الاستراتيجي.

هدفت دراسة ماخوس (2021) إلى معرفة دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية للمشاريع الصغيرة، اعتمد على المنهج الوصفي التحليلي، تكونت عينة الدراسة من (301) عامل في المشاريع الصغيرة المنتجة للسلع الغذائية بمحافظلة اللاذقية، واستخدمت الاستبيان بغرض جمع البيانات، وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك مستوى منخفض في تطبيق الابتكار التكنولوجي، وأن مستوى الميزة التنافسية جاء بدرجة مرتفعة، كما أظهرت النتائج أن هناك علاقة بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية.

هدفت دراسة اللافي والتميمي (2021) إلى معرفة أثر الابتكار التسويقي على ولاء الزبائن، واعتمد على المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (120) موظف في شركة المخازن التجارية الأمريكية في الأردن، واستخدمت الاستبيان كأداة لغرض جمع البيانات، وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى الابتكار التسويقي جاء بدرجة مرتفعة، وان درجة ولاء الزبائن جاءت بدرجة مرتفعة، كما أظهرت النتائج أن هناك أثر للابتكار التسويقي على ولاء الزبائن.

هدفت دراسة القاضي وأبوبكر (2021) إلى قياس أثر الإدارة الاستراتيجية في المنظمة الذكية بأبعادها (التعلم المستمر، التكيف، الذكاء الجماعي) في شركات صناعة الأدوية الأردنية والدور المعدل للقيادة الاستراتيجية، واعتمد على المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (141) موظف في شركات صناعة الأدوية في الأردن، واستخدمت الاستبيان كأداة بغرض جمع البيانات، وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى الإدارة الاستراتيجية جاءت بدرجة مرتفعة، وأن مستوى تطبيق المنظمة الذكية جاء بدرجة مرتفعة، وأن مستوى القيادة الاستراتيجية جاءت بدرجة مرتفعة، كما أظهرت النتائج أن هناك علاقة طردية بين الإدارة الاستراتيجية والمنظمة الذكية، وأن هناك أثر للإدارة الاستراتيجية في بناء المنظمة الذكية، وأن هناك دور للقيادة الاستراتيجية في زيادة تأثير الإدارة الاستراتيجية في بناء المنظمة الذكية.

هدفت دراسة الزواهره والشورة (2022) إلى معرفة أثر السلوك الإبداعي في المنظمات الذكية بأبعادها (إيجاد البدائل الاستراتيجية، التعلم المستمر، فهم البيئة، ثقافة الجدارة، نظام الحوافز) والدور المعدل للحوسبة السحابية، واعتمد على المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من (480) موظف في المصارف التجارية الأردنية، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية، واستخدمت الاستبيان كأداة بغرض جمع البيانات، وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى السلوك الإبداعي جاءت بدرجة متوسطة، وأن مستوى المنظمات الذكية جاءت بدرجة متوسطة، وأن مستوى الحوسبة السحابية جاءت بدرجة مرتفعة، كما أظهرت النتائج أن هناك أثر للسلوك الإبداعي في المنظمات الذكية، وأن هناك دور معدل للحوسبة السحابية في تحسين أثر السلوك الإبداعي في المنظمات الذكية.

هدفت دراسة حسين (2022) إلى معرفة العلاقة والأثر بين الذكاء المنظمي والقدرات الجوهرية، واعتمد على المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (66) موظف في فنادق الدرجة الأولى ببغداد، واستخدمت الاستبيان كأداة بغرض جمع البيانات، وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى الذكاء المنظمي جاء

بدرجة مرتفعة، وأن مستوى القدرات الجوهرية جاءت بدرجة مرتفعة، كما أظهرت النتائج أن هناك علاقة طردية بن الذكاء المنظمي والقدرات الجوهرية، ووجود أثر للذكاء المنظمي على القدرات الجوهرية.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

هدفت دراسة **Alshrafi & Al Shobaki (2020)** إلى تعرف دور قيادة المؤسسة في تحقيق خصائص التنظيم الذكي، حيث أجريت الدراسة على شركة الاتصالات الفلسطينية (بالتل)، ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة. كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة الدراسة، ولتحليل البيانات، أظهرت نتائج الدراسة أن الوزن النسبي لتوافر الريادة في شركة الاتصالات الفلسطينية (بالتل) بلغ (75.60٪). وبلغ الوزن النسبي لمستوى توافر خصائص التنظيم الذكي في شركة الاتصالات الفلسطينية (بالتل) (70.95). كما أظهرت النتائج علاقة قوية بين قيادة المنظمة وإدراك خصائص التنظيم الذكي، بالإضافة إلى وجود تأثير لقيادة المنظمة في تحقيق خصائص التنظيم الذكي.

هدفت دراسة **Soltani et al (2020)** إلى التحقيق من أثر (التعلم التنظيمي، وإدارة المعرفة وأنظمة التعلم الإلكتروني) على الذكاء التنظيمي، وتكونت عينة الدراسة من (290) موظف في إدارة الضرائب بشرق أذربيجان في إيران، وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك أثر إيجابي لأنظمة التعلم الإلكتروني على الذكاء التنظيمي، وأن هناك أثر لكل من إدارة المعرفة والتعلم التنظيمي على الذكاء التنظيمي

هدفت دراسة **Molina-Castillo, et al (2020)** بتأثير أهداف نموذج الأعمال على أنشطة الابتكار التسويقية وتحليل ما يختص بها من اختلافات وتشابهات في شركات الخدمات والتصنيع، تم تحليل (9525) شركة منها (3488) شركة تصنيع و(4037) شركة خدمات، وأظهرت النتائج أن بتني الابتكار التسويقي يؤدي

إلى الوصول إلى نتائج مميزة بالاستناد على أهداف نموذج الأعمال التي يتم متابعتها ونوع الشركات التي يتم النظر فيها.

هدفت دراسة **Wongwilai & Hotrawaisaya (2022)** إلى معرفة آثار إدارة الابتكار وإدارة سلسلة التوريد وإمكانية وكيل الشحن على القدرة التنافسية لخدمة رواد الأعمال في مجال النقل البري في تايلاند، واعتمد على المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من (456) من المديرين التنفيذيين لشركات النقل والخدمات اللوجستية في تايلاند والمسجلين لدى وزارة تطوير الأعمال، واستخدمت الاستبيان كأداة بغرض جمع البيانات، وأظهرت النتائج أن إدارة الابتكار وإدارة سلسلة التوريد وإمكانات وكلاء الشحن أثرت على القدرة التنافسية لأصحاب المشاريع في مجال النقل البري في تايلاند، والتي يمكن أن تتنبأ بالقدرة التنافسية للخدمات.

الفصل الثالث: منهجية الدراسة وإجراءاتها

منهج الدراسة

طرق جمع البيانات

مجتمع وعينة الدراسة

أداة الدراسة

ثبات الأداة

المعالجات الإحصائية

الفصل الثالث: منهجية الدراسة وإجراءاتها

مقدمة

يتضمن هذا الفصل الخطوات والإجراءات التي تمت في الجانب الميداني من هذه الدراسة من حيث منهج الدراسة، وطرق جمع البيانات، ومجتمع وعينة الدراسة، وأداة الدراسة، وثبات الأداة، وينتهي الفصل بالمعالجات الإحصائية التي استخدمت في تحليل البيانات واستخلاص النتائج.

3.1 منهج الدراسة

تم الاعتماد على المنهج الوصفي الارتباطي لتحقيق أهداف الدراسة ويعرف بأنه "أحد المناهج الوصفية، يستخدم في قياس العلاقة بين متغيرين (متغير مستقل، ومتغير تابع)، وهل هذه العلاقة موجبة أم سالبة، ومن ثم التنبؤ بمستوى معين من الدلالة في صورة رقمية" (المرعي وآخرون، 2021، ص. 29).

3.2 طرق جمع البيانات

استخدم الباحثون مصدرين أساسيين للمعلومات تتمثل بما يلي:

1. المصادر الثانوية: اتجه الباحثون في معالجة الإطار النظري للدراسة إلى المصادر الثانوية التي تتمثل بالكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات الصلة، والدوريات والمقالات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والمطالعة في مواقع الانترنت المختلفة.
2. المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة لجأ الباحثون إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبيان كأداة رئيسية للدراسة، تم تصميمها خصوصاً لهذا الغرض بناءً على الأدبيات السابقة.

3.3 مجتمع وعينة الدراسة

عرف القطاني وآخرون (2020، ص. 215) مجتمع الدراسة بأنه "مجموعة من الوحدات التي تم اختيار العينة منها بالفعل"، وتكون مجتمع الدراسة من موظفي شركة الاتصالات السعودية (Stc) في فرع مدينة الرياض، وتم اختيار عينة بالطريقة العشوائية البسيطة، حيث تم توزيع استبيان إلكتروني على الموظفين، وبلغ عدد المستجيبين (163) موظف وموظفة.

3.4 أدوات الدراسة

تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتحليلها، وذلك لمناسبتها موضوع الدراسة وتحقيق أهدافها والوصول إلى النتائج المأمولة، وتكونت أداة الدراسة من ثلاثة أقسام رئيسة هي:

القسم الأول: وهو عبارة عن البيانات الشخصية للمستجيبين (النوع الاجتماعي، العمر، سنوات الخبرة).

القسم الثاني متغيرات الدراسة، وتتضمن محورين هما:

المحور الأول: المنظمة الذكية، وتكون من مجموعة فقرات بلغت (16) فقرة موزعة على ثلاثة أبعاد رئيسية،

كما يلي:

البعد الأول: التعلم المستمر وتكون من (6) فقرات.

البعد الثاني: فهم البيئة تكون من (5) فقرات.

البعد الثالث: تكون من (5) فقرات.

المحور الثاني: الابتكار الشامل: تكون من مجموعة فقرات بلغت (20) فقرة موزعة على أربعة أبعاد رئيسية،

كما يلي:

البعد الأول: الابتكار الاستراتيجي وتكون من (5) فقرات.

البعد الثاني: الابتكار التقني (التكنولوجي) وتكون من (5) فقرات.

البعد الثالث: الابتكار الإداري وتكون من (5) فقرات.

البعد الرابع: الابتكار التسويقي وتكون من (5) فقرات.

لتحديد المحك المعتمد في الدراسة تم تحديد طول الخلايا في مقياس ليكرت الخماسي (Fifth Likert Scale) من خلال حساب المدى بين درجات المقياس (5-1=4) ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي (4÷5=0.80)، ومن ثم تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (الواحد صحيح "1") وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (3.1) المحك المعتمد في الدراسة

الدرجة	المتوسط الحسابي	المقياس	درجة الموافقة
1	1.80-1	غير موافق بشدة	ضعيفة جداً
2	أكبر من 1.80-2.60	غير موافق	ضعيفة
3	أكبر من 2.60-3.40	إلى حد ما	متوسطة
4	أكبر من 3.40-4.20	موافق	عالية
5	أكبر من 4.20-5	موافق بشدة	عالية جداً

3.5 فرضيات الدراسة

الفرض الرئيس الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) بين المنظمة

الذكية بأبعادها (التعلم المتسمّر، فهم البيئة، الذكاء الجماعي) والابتكار الشامل بأبعاده (الابتكار الاستراتيجي،

الابتكار التقني "التكنولوجي"، الابتكار الإداري، الابتكار التسويقي) في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

الفرض الرئيس الثاني: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) بين المنظمة الذكية والابتكار الشامل في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

ويتفرع من هذا الفرض الفروض الفرعية الآتية:

الفرض الفرعي الأول: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) لأبعاد المنظمة الذكية (التعلم المتسمر، فهم البيئة، الذكاء الجماعي) والابتكار الاستراتيجي في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

الفرض الفرعي الثاني: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) لأبعاد المنظمة الذكية (التعلم المتسمر، فهم البيئة، الذكاء الجماعي) والابتكار التقني "التكنولوجي" في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

الفرض الفرعي الثالث: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) لأبعاد المنظمة الذكية (التعلم المتسمر، فهم البيئة، الذكاء الجماعي) والابتكار الإداري في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

الفرض الفرعي الرابع: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) لأبعاد المنظمة الذكية (التعلم المتسمر، فهم البيئة، الذكاء الجماعي) والابتكار التسويقي في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

3.6 ثبات الأداة

يقصد بثبات الاستبيان هو أن تعطي الاستبيان نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه عدة مرات متتالية، ويقصد به أيضاً أي درجة يعطي المقياس قراءات متقاربة عند كل مره يستخدم فيها، او ما هي درجة اتساقه وانسجامه واستمراريته عند تكرار استخدامه في أوقات مختلفة.

وتم التحقق من ثبات الاستبيان من خلال استخدام معامل ألفا كرونباخ (Coefficient Cronbach's Alpha)، والنتائج موضحة في الجدول الآتي:

جدول رقم (3.2) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان

المحور/البعد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الأول: المنظمة الذكية	16	.901
البعد الأول: التعلم المستمر	6	.897
البعد الثاني: فهم البيئة	5	.875
البعد الثالث: الذكاء الجماعي	5	.882
المحور الثاني: الابتكار الشامل	20	.916
البعد الأول: الابتكار الاستراتيجي	5	.884
البعد الثاني: الابتكار التقني (التكنولوجي)	5	.906
البعد الثالث: الابتكار الإداري	5	.868
البعد الرابع: الابتكار التسويقي	5	.891

يتضح من الجدول أن قيمة معامل ألفا كرونباخ في المحور الأول "المنظمة الذكية" جاءت بدرجة مرتفعة في جميع الأبعاد، حيث تراوحت بين (.875-.897)، وبلغ معامل ألفا كرونباخ للمحور ككل (.901)، كما يوضح أن قيمة معامل ألفا كرونباخ في المحور الثاني "الابتكار الشامل" جاءت بدرجة مرتفعة في جميع الأبعاد، حيث تراوحت بين (.868-.906)، وبلغ معامل ألفا كرونباخ للمحور ككل (.916)، وهذا يدل على أن معاملات الثبات مرتفعة وأن الاستبيان محل ثقة وصلاحيته لتحليل النتائج.

3.7 المعالجات الإحصائية

سيتم تفريغ وتحليل الاستبيان من خلال استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)، وسيتم استخدام المعالجات الإحصائية الآتية:

1. النسب المئوية والتكرارات (Frequencies & Percentages) لوصف عينة البحث.
2. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
3. معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) للتحقق من ثبات فقرات الاستبيان.
4. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لحساب الاتساق الداخلي ودراسة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.
5. نموذج الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression-Model) لمعرفة أثر المتغير المستقل على المتغير التابع.
6. نموذج الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression-Models) لمعرفة أثر المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة كلاً على حدة.

الفصل الرابع: نتائج الدراسة وتفسيرها

الوصف الاحصائي لعينة الدراسة وفقاً للبيانات الشخصية

النتائج المتعلقة بالتساؤل الأول وتفسيرها

النتائج المتعلقة بالتساؤل الثاني وتفسيرها

النتائج المتعلقة بالتساؤل الثالث وتفسيرها

النتائج المتعلقة بالتساؤل الرابع وتفسيرها

الفصل الرابع: نتائج الدراسة وتفسيرها

يتناول هذا الفصل عرض وتحليل لأهم النتائج الإحصائية التي تم التوصل إليها حول مشكلة الدراسة والتي تهدف إلى التعرف على أثر المنظمة الذكية على الابتكار الشامل في شركة الاتصالات السعودية (STC)، كما يتناول الفصل نتائج الإجابة على أسئلة الدراسة والتحقق من صحة فرضياتها، وتفسير هذه النتائج بما يتناسب وظاهرة الدراسة ومتغيراتها.

4.1 الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفقاً للبيانات الشخصية

فيما يلي عرض لخصائص عينة الدراسة وفقاً للبيانات الشخصية

جدول رقم (4.1) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب البيانات الشخصية

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	99	60.7
	أنثى	64	39.3
العمر	أقل من 30 سنة	18	11.0
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	68	41.7
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	55	33.7
	50 سنة فأكثر	22	13.5
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	17	10.4
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	80	49.1
	من 10 إلى أقل من 15 سنة	47	28.8
	15 سنة فأكثر	19	11.7
المجموع		163	100

يتضح من الجدول ما يلي:

- أن معظم أفراد عينة الدراسة من الذكور، حيث بلغ عددهم (99) ونسبة (60.7%)، في حين بلغ عدد الإناث (64) ونسبة مئوية (39.3%).

- أن معظم أفراد عينة الدراسة من الذين أعمارهم تتراوح بين (30 إلى أقل من 40 سنة)، حيث بلغ عددهم (68) ونسبة مئوية (41.7%)، ثم جاء الذين أعمارهم تتراوح بين (40 إلى أقل من 50 سنة)، حيث بلغ عددهم (55) ونسبة مئوية (33.7%)، أما الذين أعمارهم (50 سنة فأكثر) بلغ عددهم (22) ونسبة مئوية (13.5%)، بينما الذين أعمارهم (أقل من 30 سنة) بلغ عددهم (18) ونسبة مئوية (11%).
- أن معظم أفراد عينة الدراسة من الذين خبرتهم تتراوح بين (5 إلى أقل من 10 سنة)، حيث بلغ عددهم (80) ونسبة مئوية (49.1%)، ثم جاء الذين خبرتهم تتراوح بين (10 إلى أقل من 15 سنة)، حيث بلغ عددهم (47) ونسبة مئوية (28.8%)، أما الذين خبرتهم (15 سنة فأكثر) بلغ عددهم (19) ونسبة مئوية (11.7%)، بينما الذين خبرتهم (أقل من 5 سنة) بلغ عددهم (17) ونسبة مئوية (10.4%).

4.2 النتائج المتعلقة بالتساؤل الأول وتفسيرها

ينص التساؤل الأول من أسئلة على "ما درجة تطبيق المنظمة الذكية من وجهة نظر الموظفين في شركة

الاتصالات (Stc) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية؟"

وللإجابة عن هذا التساؤل، تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات أفراد عينة

الدراسة على لأبعاد استبيان "المنظمة الذكية" والدرجة الكلية، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول رقم (4.2) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ودرجة الموافقة لأبعاد استبيان

"المنظمة الذكية" والدرجة الكلية

البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
التعلم المستمر	3.77	.900	2	عالية
فهم البيئة	3.79	.895	1	عالية
الذكاء الجماعي	3.74	.948	3	عالية
الدرجة الكلية	3.77	.871		عالية

يتضح من الجدول أن المتوسطات الحسابية لجميع أبعاد "المنظمة الذكية" تراوحت بين (3.74-3.79)، واحتل بعد "فهم البيئة" المرتبة الأولى، ثم جاء بعد "التعلم المستمر" في المرتبة الثانية، وجاء بعد "الذكاء الجماعي" في المرتبة الثالثة، وجميعها جاءت بدرجة موافقة عالية، كما بلغ المتوسط الحسابي العام (3.77) وبدرجة موافقة عالية.

ويمكن تفسير ذلك إلى أن شركة الاتصالات السعودية تهتم في دعم أسس المنظمة الذكية من خلال نشر المعرفة وتراكمها والاهتمام بالتطورات التكنولوجية، وبناء الفرق الاستراتيجية الذكية والعمل الجماعي، وتعديل القوانين والأنظمة والتوجه العلمي في اتخاذ القرارات ودراسة البيئة ومراقبتها.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (حسين، 2022؛ القاضي وأبو بكر، 2021؛ قرمش والنجار، 2020)، وتختلف مع دراسة (الزواهرة والشورة، 2022؛ ماخوس، 2021).

4.3 النتائج المتعلقة بالتساؤل الثاني وتفسيرها

ينص التساؤل الثاني من أسئلة على " ما مستوى تطبيق الابتكار الشامل من وجهة نظر الموظفين في شركة

الاتصالات (Stc) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية؟"

وللإجابة عن هذا التساؤل، تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات أفراد عينة الدراسة على لأبعاد استبيان "الابتكار الشامل" والدرجة الكلية، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول رقم (4.3) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب ودرجة الموافقة لأبعاد استبيان "الابتكار الشامل" والدرجة الكلية

البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
الابتكار الاستراتيجي	3.71	.934	4	عالية
الابتكار التقني (التكنولوجي)	3.73	.912	3	عالية
الابتكار الإداري	3.86	.861	1	عالية
الابتكار التسويقي	3.85	.833	2	عالية
الدرجة الكلية	3.79	.837		عالية

يتضح من الجدول أن المتوسطات الحسابية لجميع أبعاد "الابتكار الشامل" تراوحت بين (3.71-3.86)، واحتل بعد "الابتكار الإداري" المرتبة الأولى، ثم جاء بعد "الابتكار التسويقي" في المرتبة الثانية، وجاء بعد "الابتكار التقني (التكنولوجي)" في المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الرابعة جاء بعد "الابتكار الاستراتيجي"، وجميعها جاءت بدرجة موافقة عالية، كما بلغ المتوسط الحسابي العام (3.79) وبدرجة موافقة عالية.

ويمكن تفسير ذلك إلى أن شركة الاتصالات السعودية تهتم بعملية الابتكار الشامل لتتمكن من التكيف مع البيئة الخارجية ومواجهة الضغوطات والتحديات التي يمكن أن تواجهها خلال تنفيذ الأعمال، كما أن الشركة تعي تماماً أهمية الابتكار الشامل لاستمرارها وبقائها والعمل بأقصى فعالية وكفاءة ممكنة، كما أنها تساعد على تشجيع وتحفيز الموظفين على العمل بكفاءة وإبداع.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (اللافي والتميمي، 2021؛ الحيارى وعبدالنور، 2020؛ الروبي، 2020)، وتختلف مع دراسة (ماخوس، 2021؛ الناجي، 2020).

4.4 النتائج المتعلقة بالتساؤل الثالث وتفسيرها

ينص التساؤل الثالث من أسئلة على "هل هناك علاقة بين المنظمة الذكية والابتكار الشامل في شركة

الاتصالات (Stc) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية؟"

وينبثق من هذا التساؤل الفرضية الآتية:

"الفرض الرئيس الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) بين المنظمة

الذكية بأبعادها (التعلم المستمر، فهم البيئة، الذكاء الجماعي) والابتكار الشامل بأبعاده (الابتكار الاستراتيجي،

الابتكار التقني "التكنولوجي"، الابتكار الإداري، الابتكار التسويقي) في شركة الاتصالات السعودية (STC)

بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية."

وللإجابة على هذا التساؤل والتحقق من صحة هذه الفرضية، تم حساب معاملات الارتباط بين درجة أبعاد

"المنظمة الذكية" والدرجة الكلية ودرجة أبعاد "الابتكار الشامل" والدرجة الكلية، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول رقم (4.4) معاملات الارتباط بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة لدرجة تطبيق المنظمة

الذكية ومتوسط تقديراتهم لمستوى الابتكار الشامل

الابتكار الشامل					متغيرات الدراسة
الدرجة الكلية للابتكار الشامل	الابتكار التسويقي	الابتكار الإداري	الابتكار التقني (التكنولوجي)	الابتكار الاستراتيجي	
.879**	.780**	.816**	.973**	.847**	التعلم المستمر
.893**	.824**	.851**	.865**	.836**	فهم البيئة
.911**	.800**	.837**	.893**	.905**	الذكاء الجماعي
.937**	.839**	.874**	.920**	.904**	الدرجة الكلية للمنظمة الذكية

* دالة عند (0.05)

** دالة عند (0.01)

يتضح من الجدول أن معامل الارتباط بين الدرجة الكلية للمنظمة الذكية والدرجة الكلية للابتكار الشامل بلغ (937). وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، ويمكن تفسير ذلك إلى الشركة تحرص على تدريب الموظفين بشكل مستمر واكسابهم الخبرات والالزمة لتأدية المهام، بالإضافة إلى توفيرها الموارد والفرص اللازمة للتعلم، وتوفير مختصين وأنظمة لتقييم البيئة، وأيضاً العمل على خلق مجموعات عمل لتبادل الأفكار والمقترحات التي تساهم في تطوير الأداء، الأمر الذي ينعكس على قدرة الأفراد على الابتكار والإبداع في شتى المجالات التي تسعى إلى تقدم الشركة وازدهارها وتطورها لضمان استمرارها وبقائها في ميدان المنافسة الشرس نتيجة للتغيرات والتطورات التي تحدث في بيئة العمل.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (حسين، 2022؛ ماخوس، 2021؛ القاضي وأبو بكر، 2021؛ Alshrafi & Al Shobaki, 2020).

4.5 النتائج المتعلقة بالتساؤل الرابع وتفسيرها

ينص التساؤل الرابع من أسئلة على "هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمنظمة الذكية على الابتكار الشامل في شركة الاتصالات بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية؟"

وينبثق من هذا التساؤل الفرضيات الآتية:

الفرض الرئيس الثاني: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) بين المنظمة الذكية والابتكار الشامل في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

وللإجابة على هذا التساؤل والتحقق من صحة هذه الفرضية، تم استخدام الانحدار الخطي البسيط والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول رقم (4.5) نتائج تحليل الانحدار البسيط لبيان أثر المنظمة الذكية على الابتكار الشامل

المتغيرات	قيمة (T)	قيمة (Beta)	قيمة (B)	مستوى الدلالة
الثابت	3.918	-	.401	.000
المنظمة الذكية	33.981	.937	.900	.000
معامل الارتباط (R)		.937 ^a		
معامل التحديد المعدل (R ²)		.878		
قيمة (F)		1154.732		
مستوى الدلالة		.000 ^b		

يوضح الجدول ما يلي:

- بلغ معامل الارتباط (.937) ومعامل التحديد المعدل (.878)، وهذا يدل على أن (87.8%) من التغير في الابتكار الشامل تم تفسيره من خلال العلاقة الخطية والنسب المتبقية قد ترجع إلى عوامل أخرى تؤثر على الابتكار الشامل لدى شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

- قيمة (F) المحسوبة بلغت (1154.732)، وأن القيمة الاحتمالية بلغت (.000)، وهذا يشير إلى أن الانحدار معنوي وأن هناك أثر ذو دلالة إحصائية للمنظمة الذكية على الابتكار الشامل في شركة الاتصالات السعودية (STC) في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية.

- معادلة الانحدار: الابتكار الشامل = .401 + .900 (المنظمة الذكية).

ويمكن تفسير هذه النتيجة أن شركة الاتصالات السعودية تشجع الموظفين على خلق أفكار جديدة وإبداعية، والاتصال والمشاركة الفعالة بين كافة أجزاء المنظمة، الأمر الذي يزيد من قدرة الشركة على مواجهة التحديات التي يمكن أن تواجه المنظمة، وضمان بقاءها واستمرارها والعمل بأقصى كفاءة وفعالية ممكنة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الزواهرة والشورة، 2022؛ حسين، 2022؛ Wongwilai & Hotrawaisaya, 2022؛ اللافي والتميمي، 2021؛ القاضي وأبو بكر، 2021؛ الناجي، 2021؛ الحيارى وعبد النصور، 2020؛ قرمش والنجار، 2020؛ الروبي، 2020؛ Alshrafi & Al Shobaki, 2020؛ Soltani et al, 2020).

ويتفرع من هذا الفرض الفروض الفرعية الآتية:

الفرض الفرعي الأول: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) لأبعاد المنظمة الذكية (التعلم المستمر، فهم البيئة، الذكاء الجماعي) والابتكار الاستراتيجي في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

للتحقق من صحة هذه الفرضية، تم استخدام الانحدار الخطي المتعدد والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول رقم (4.6) نتائج تحليل الانحدار المتعدد لبيان أثر أبعاد المنظمة الذكية على الابتكار الاستراتيجي

المتغيرات	قيمة (T)	قيمة (Beta)	قيمة (B)	مستوى الدلالة
الثابت	.967		.128	.335
التعلم المستمر	2.544	.186	.193	.012
فهم البيئة	1.887	.135	.141	.061
الذكاء الجماعي	9.101	.630	.620	.000
معامل الارتباط (R)		.916 ^a		
معامل التحديد المعدل (R^2)		.837		
قيمة (F)		278.119		
مستوى الدلالة		.000 ^b		

يوضح الجدول ما يلي:

- بلغ معامل الارتباط (916). ومعامل التحديد المعدل (837)، وهذا يدل على أن (83.7%) من التغير في الابتكار الاستراتيجي تم تفسيره من خلال العلاقة الخطية والنسب المتبقية قد ترجع إلى عوامل أخرى تؤثر على الابتكار الاستراتيجي لدى شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

- قيمة (F) المحسوبة بلغت (278.119)، وأن القيمة الاحتمالية بلغت (0.000)، وهذا يشير إلى أن الانحدار معنوي وأن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المنظمة الذكية على الابتكار الاستراتيجي في شركة الاتصالات السعودية (STC) في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية.

- تبين أن بعد التعلم المستمر وبعد الذكاء الجماعي تؤثر في الابتكار الاستراتيجي بشكل مباشر في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية، بينما بعد فهم البيئة تبين أن لها تأثير غير مباشر.

- معادلة الانحدار: الابتكار الاستراتيجي = 128 + 193. (التعلم المستمر) + 141. (فهم البيئة) + 620. (الذكاء

الجماعي).

الفرض الفرعي الثاني: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) لأبعاد المنظمة الذكية (التعلم المستمر، فهم البيئة، الذكاء الجماعي) والابتكار التقني "التكنولوجي" في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

للتحقق من صحة هذه الفرضية، تم استخدام الانحدار الخطي المتعدد والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول رقم (4.7) نتائج تحليل الانحدار المتعدد لبيان أثر أبعاد المنظمة الذكية على الابتكار التقني (التكنولوجي)

المتغيرات	قيمة (T)	قيمة (Beta)	قيمة (B)	مستوى الدلالة
الثابت	1.082		.136	.281
التعلم المستمر	3.925	.278	.282	.000
فهم البيئة	3.414	.236	.241	.000
الذكاء الجماعي	6.726	.451	.434	.000
معامل الارتباط (R)		.922 ^a		
معامل التحديد المعدل (R ²)		.847		
قيمة (F)		299.526		
مستوى الدلالة		.000 ^b		

يوضح الجدول ما يلي:

- بلغ معامل الارتباط (.922) ومعامل التحديد المعدل (.847)، وهذا يدل على أن (84.7%) من التغير في الابتكار التقني (التكنولوجي) تم تفسيره من خلال العلاقة الخطية والنسب المتبقية قد ترجع إلى عوامل أخرى تؤثر على الابتكار التقني (التكنولوجي) لدى شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

- قيمة (F) المحسوبة بلغت (299.526)، وأن القيمة الاحتمالية بلغت (0.000)، وهذا يشير إلى أن الانحدار معنوي وأن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المنظمة الذكية على الابتكار التقني (التكنولوجي) في شركة الاتصالات السعودية (STC) في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية.

- تبين أن بعد التعلم المستمر وبعد فهم البيئة وبعد الذكاء الجماعي تؤثر في الابتكار التقني (التكنولوجي) بشكل مباشر في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

- معادلة الانحدار: الابتكار التقني (التكنولوجي) = $136 + 0.282$ (التعلم المستمر) + $241 + 0.241$ (فهم البيئة) + $434 + 0.434$ (الذكاء الجماعي).

الفرض الفرعي الثالث: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) لأبعاد المنظمة الذكية (التعلم المستمر، فهم البيئة، الذكاء الجماعي) والابتكار الإداري في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

للتحقق من صحة هذه الفرضية، تم استخدام الانحدار الخطي المتعدد والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول رقم (4.8) نتائج تحليل الانحدار المتعدد لبيان أثر أبعاد المنظمة الذكية على الابتكار الإداري

المتغيرات	قيمة (T)	قيمة (Beta)	قيمة (B)	مستوى الدلالة
الثابت	4.142		.604	.000
التعلم المستمر	1.600	.140	.134	.112
فهم البيئة	5.101	.435	.419	.000
الذكاء الجماعي	4.162	.344	.312	.000
معامل الارتباط (R)		$.878^a$		
معامل التحديد المعدل (R^2)		.767		
قيمة (F)		179.177		
مستوى الدلالة		$.000^b$		

يوضح الجدول ما يلي:

- بلغ معامل الارتباط (0.878) ومعامل التحديد المعدل (0.767)، وهذا يدل على أن (76.7%) من التغير في الابتكار الإداري تم تفسيره من خلال العلاقة الخطية والنسب المتبقية قد ترجع إلى عوامل أخرى تؤثر على الابتكار الإداري لدى شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

- قيمة (F) المحسوبة بلغت (179.177)، وأن القيمة الاحتمالية بلغت (0.000)، وهذا يشير إلى أن الانحدار معنوي وأن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المنظمة الذكية على الابتكار الإداري في شركة الاتصالات السعودية (STC) في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية.

- تبين أن بعد فهم البيئة وبعد الذكاء الجماعي تؤثر في الابتكار الإداري بشكل مباشر في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية، بينما التعلم المستمر تبين أن له تأثير غير مباشر.

- معادلة الانحدار: الابتكار الإداري = $6.4 + 0.134 \cdot (\text{التعلم المستمر}) + 0.419 \cdot (\text{فهم البيئة}) + 0.312 \cdot (\text{الذكاء الجماعي})$.

الفرض الفرعي الرابع: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) لأبعاد المنظمة الذكية (التعلم المستمر، فهم البيئة، الذكاء الجماعي) والابتكار التسويقي في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

للتحقق من صحة هذه الفرضية، تم استخدام الانحدار الخطي المتعدد والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول رقم (4.9) نتائج تحليل الانحدار المتعدد لبيان أثر أبعاد المنظمة الذكية على الابتكار التسويقي

المتغيرات	قيمة (T)	قيمة (Beta)	قيمة (B)	مستوى الدلالة
الثابت	5.187		.817	.000
التعلم المستمر	1.098	.107	.099	.274
فهم البيئة	4.919	.468	.436	.000
الذكاء الجماعي	3.324	.307	.270	.001
معامل الارتباط (R)		.846 ^a		
معامل التحديد المعدل (R^2)		.710		
قيمة (F)		133.076		
مستوى الدلالة		.000 ^b		

يوضح الجدول ما يلي:

- بلغ معامل الارتباط (.846) ومعامل التحديد المعدل (.710)، وهذا يدل على أن (71%) من التغير في الابتكار التسويقي تم تفسيره من خلال العلاقة الخطية والنسب المتبقية قد ترجع إلى عوامل أخرى تؤثر على الابتكار التسويقي لدى شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

- قيمة (F) المحسوبة بلغت (133.076)، وأن القيمة الاحتمالية بلغت (.000)، وهذا يشير إلى أن الانحدار معنوي وأن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المنظمة الذكية على الابتكار التسويقي في شركة الاتصالات السعودية (STC) في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية.

- تبين أن بعد فهم البيئة وبعد الذكاء الجماعي تؤثر في الابتكار التسويقي بشكل مباشر في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية، بينما التعلم المستمر تبين أن له تأثير غير مباشر.

- معادلة الانحدار: الابتكار التسويقي = $0.817 + 0.099 \cdot (\text{التعلم المستمر}) + 0.436 \cdot (\text{فهم البيئة}) + 0.270 \cdot (\text{الذكاء الجماعي})$.

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

نتائج الدراسة

توصيات الدراسة

مقترحات لدراسات مستقبلية

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

تمهيد

يتناول هذا الفصل ملخصاً لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وذلك بعد إجراء التحليل الإحصائي لبيانات الاستبيان الخاصة بعينة الدراسة، كما تطرق إلى أهم التوصيات المقترحة في ضوء نتائج الدراسة، والتي قد تساعد في تطبيق المنظمة الذكية وممارسة الابتكار الشامل.

5.1 نتائج الدراسة

توصلت الدراسة الحالية إلى النتائج الآتية:

1. أن درجة تطبيق المنظمة الذكية في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية من وجهة نظرهم جاءت بدرجة عالية وبمتوسط حسابي (3.77).
2. أن مستوى تطبيق الابتكار الشامل في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية من وجهة نظرهم جاءت بدرجة عالية وبمتوسط حسابي (3.79).
3. توجد علاقة بين جميع أبعاد والدرجة الكلية لمحور المنظمة الذكية وجميع أبعاد والدرجة الكلية لمحور الابتكار الشامل في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.
4. وجود أثر للمنظمة الذكية على الابتكار الشامل في شركة الاتصالات السعودية (STC) بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.

5.2 توصيات الدراسة

بناءً على ما توصلت إليه الدراسة الحالية من نتائج، توصي بما يلي:

1. زيادة حرص الشركة على تنمية روح العمل الجماعي بين الموظفين لخلق أفكار إبداعية تساعد على تحقيق الأهداف المرجوة.
2. ضرورة تبني الشركة منهجية مناسبة تساعد على تعلم الموظفين بشكل مستمر بما يتوافق مع طبيعة عملها.
3. توفير قاعد بيانات تتيح للموظفين استرجاع المعلومات بالسرعة المطلوبة لاستخدامها عند الحاجة واستجابة للظروف المتغيرة التي تمر بها.
4. تشجيع الموظفين على خلق أفكار إبداعية تساهم في تنمية العمل وتطوير العمليات.
5. ضرورة تبني الشركة التكنولوجيا الحديثة التي تسهل من عملها.
6. عقد دورات تدريبية للموظفين لتنمية مهاراتهم في استخدام التكنولوجيا الحديثة وطريقة توظيفها في عملهم بالصورة الأمثل.

5.3 مقترحات لدراسات مستقبلية

من أجل إثراء موضوع الدراسة الحالية، فإن الباحثون يقترحون إجراء البحوث والدراسات الآتية:

1. دور المنظمة الكية في إدارة المواهب.
2. أثر الكفاءة التنظيمية في الابتكار الشامل.
3. دور القيادة الاستراتيجية في بناء المنظمة الذكية.
4. إدارة الجودة الشاملة في تعزيز الابتكار الشامل.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

ثانياً: المراجع الأجنبية

أولاً: المراجع العربية

1. أبو النصر، مدحت. (2022). المنظمات الذكية في ضوء عصر المعرفة والذكاء الاصطناعي. *المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات*، 3(9)، 41-66.
2. أبو بكر، قروط، وعبيد، محمد. (2020). أثر المعرفة التنظيمية على الابتكار التنظيمي في ظل التكيف مع التغيير التنظيمي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أحمد دراية، أدرار.
3. أحمد، أفين، وإسماعيل، جكر. (2018). دور أبعاد التمكين في تحقيق خصائص المنظمة الذكية: دراسة ميدانية لعينة من المدراء في منظمات الأعمال الصغيرة بمحافظة دھوك. *مجلة جامعة دھوك للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، 1(21)، 205-225.
4. إسماعيل، هادي، وخالد، كرين. (2020). دور الاحتكام للمكانة في تحقيق الابتكار التنظيمي. *مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية-جامعة بابل*، 12(2)، 22-41.
5. البكري، تامر. (2014). قضايا معاصرة في التسويق. دار الحامد للطباعة والنشر والتوزيع.
6. بوزيد، سليمة، والعزاوي، نضال. (2019). الابتكار استراتيجية التميز والتنافس في السوق. *مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية*، 26(6)، 502-520.
7. حسين، يسرى. (2022). أثر الذكاء المنظمي في القدرات الجوهرية دراسة استطلاعية لآراء عينة من مديري فنادق الدرجة الأولى بمدينة بغداد. *مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة*، ع69، 173-187.
8. الحباري، جمانه، وعبد النصور، مروان. (2020). أثر إدارة الابتكار الشامل في التطوير التنظيمي في الشركات الصناعية الأردنية الصغيرة ومتوسطة الحجم. *المجلة الأردنية في إدارة الأعمال*، 16(1)، 195-211.
9. دريد، حنان، ورفيق، يوسف. (2019). الابتكار الشامل للجميع خيار استراتيجي للحد من الاستبعاد البنكي للعملاء. *مجلة رؤى اقتصادية*، 9(2)، 189-207.
10. الربابعة، خالد. (2016). القيادة الاستراتيجية ودورها في بناء المنظمات الأمنية الذكية، أطروحة دكتوراة غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
11. الربابعة، خالد. (2016). القيادة الاستراتيجية ودورها في بناء المنظمات الأمنية الذكية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
12. الردايدة، إيناس. (2016). أثر خصائص المنظمة الذكية في إدارة الأزمات: دراسة تطبيقية في المستشفيات الخاصة بمدينة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

13. ردايدة، إيناس. (2016). أثر خصائص المنظمة الذكية في إدارة الأزمات: دراسة تطبيقية في المستشفيات الخاصة بمدينة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
14. الروبي، انتصار. (2020). أثر التغيير التنظيمي على الابتكار الاستراتيجي في المستشفيات الأردنية الخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأسراء الخاصة، عمان.
15. الزعبي، حسن، والنواصرة، مصطفى. (2019). المنظمات الذكية منظور استراتيجي. دار وائل للنشر والتوزيع.
16. الزواهره، علي، والشورة، محمد. (2022). أثر السلوك الإبداعي في المنظمات الذكية: الدور المعدل للحوسبة السحابية في المصارف التجارية الأردنية. مجلة الميثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية، 8(1)، 113-153.
17. الزواهره، علي، والشورة، محمد. (2022). أثر السلوك الإبداعي في المنظمات الذكية الدور المعدل للحوسبة السحابية في المصارف التجارية الأردنية. مجلة الميثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية وتكنولوجيا المعلومات، 8(1)، 113-153.
18. شاكر، ريناس. (2016). الاستشعار البيئي ودوره في تحقيق المنظمة الذكية: دراسة استطلاعية لآراء القيادات في عينة من الجامعات الأهلية في إقليم كردستان العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دهوك. دهوك.
19. الشيخ، زيد، (2018). دور الابتكار في تحقيق رضا المستفيدين بالتطبيق في مستشفى آزادي - أربيل. مجلة تنمية الرافدين، 37(119)، 81-94.
20. الطائي، حليم، والصائغ، محمد، وقيصر، علي. (2013). صياغة الاستراتيجية المستدامة للشركة في بناء المنظمات الذكية: دراسة استطلاعية لآراء عينة من المدراء في شركة زين العراق للاتصالات. مجلة العربي للعلوم الاقتصادية والإدارية، 9(26)، 119-150.
21. العكش، علاء. (2020). دور التكنولوجيا في بناء المنظمة الذكية: دراسة مقارنة بين مستشفيات (الشفاء - قناة السويس - ساهلجرينسكا). مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث والإدارية والاقتصادية، 5(13)، 65-80.
22. علي، لطيف. (2011). التفكير الإبداعي لدى المديرين (ط. 1). دار اليازوري للطباعة والنشر والتوزيع.
23. القاضي، صفاء، وأبو بكر، سحر. (2021). أثر الإدارة الاستراتيجية في بناء المنظمة الذكية: الدور المعدل للقيادة الاستراتيجية في شركات صناعة الأدوية الأردنية. المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال، 10(2)، 259-284.

24. القاضي، صفاء، وأبو بكر، سحر. (2022). أثر الإدارة الإستراتيجية في بناء المنظمة الذكية: الدور المعدل للقيادة الاستراتيجية في شركات صناعة الأدوية الأردنية. *المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال*، 10(2)، 259-284.
25. قرمش، فداء، والنجار، فايز. (2020). القيادة الاستراتيجية ودورها في تحقيق المنظمة الذكية: دراسة حالة شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال. *المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال*، 9(1)، 79-94.
26. اللاتي، خالد، والتميمي، كوكب. (2021). أثر الابتكار التسويقي على ولاء الزبائن من وجهة نظر العاملين في شركة المخازن التجارية الأمريكية سي تاون. *مجلة الميثاق للعلوم الاقتصادية والإدارية*، 7(1)، 137-173.
27. لشهب، الصادق، وبوريش، أحمد، وهتات، الشيخ. (2017). دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة دراسة ميدانية بشركة الهندسة المدنية civenco بتقريت ولاية ورقلة. *المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية*، 4(2)، 261-274.
28. لشهب، الصادق، وبوريش، أحمد، وهتات، الشيخ. (2017). دور الابتكار في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة دراسة ميدانية بشركة الهندسة المدنية civenco بتقريت ولاية ورقلة. *المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية*، 4(2)، 261-274.
29. ماخوس، ديمة. (2021). دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية للمشاريع الصغيرة: دراسة ميدانية على المنشآت الغذائية في محافظة اللاذقية. *مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية-سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية*، 43(3)، 11-28.
30. مرعي، جعفر. (2012). دور التسويق الابتكاري في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تحليلية لآراء عينة من موظفي شركة الحكماء لصناعة الأدوية والتجهيزات الطبية في الموصل. *مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية*، 9(4)، 217-244.
31. المرعي، سمر، وإسماعيل، محمد، ومحمد، بيان. (2021). درجة ممارسة مديري مدارس الحلقة الثانية من التعليم الأساسي لمهارات الإدارة الاستشرافية وعلاقتها بمستوى الرضا الوظيفي للمعلمين من وجهة نظرهم. *مجلة جامعة البعث-سلسلة البحوث التربوية*، 44(11)، 11-54.
32. المعاضيدي، معن، ومحمد، أيمن. (2011). مدة توافر أبعاد الابداع الاستراتيجي في المنظمات الصناعية العراقية: دراسة استطلاعية لآراء المديرين في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية في نينوى. *مجلة تنمية الرفادين*، 33(102)، 99-119.
33. الناجي، لمى. (2020). تقييم ممارسات الابتكار التسويقي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية في البنك الاستثماري في العاصمة الأردنية - عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، المفرق.

34. الهبارنة، سعد. (2022). أثر إدارة المعرفة في المنظمات الذكية. *المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال*، 12(3)، 338-323.
35. هلسة، محمد. (2016). مبادئ وتصنيفات الإبداع والابتكار وأهميتها لمنظومة الأعمال المعاصرة. *مجلة العلوم الانسانية لجامعة أم البواقي*، 3(2)، 290-278.
36. الوداي، هاجر، والصبح، حنين. (2020). أثر الإدارة السحابية في تطوير المنظمة الذكية: دراسة حالة وزارة الصحة الكويتية. *المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال*، 8(3)، 565-548.

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Abbas, A. A. (2020). Educational Competiotion as a Moderating variable of the relationship between electronic management and intelligent organizations. *Revista Tempos e Espaços em Educação*, 13(32), 25.
2. Adamczewski, P. (2014). *Functional Infrastructure of E-Logistics in Smart Organizations. In Proceedings of the IT for Practice 2014-17th International Conference on Information technology for Practice*, Ostrava, Czech Republic.
3. Alshrafi1, S., Al Shobaki, M. (2020). The Role of Organizational Leadership in Achieving the Characteristics of Smart Organization. *International Journal of Academic Multidisciplinary Research*.4(80), 121-128.
4. Bahrami, M., Arabzad, S. M., & Ghorbani, M. (2012). Innovation in market management by utilizing business intelligence: introducing proposed framework. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 41, 160-167.
5. Daneshfard, K., Rajaei, Z., Bilondi, Z. M., & Ali, S. (2016). The effect of organizational intelligence on talent management, using structural equations. *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, 3(2), 464-476.
6. El Bassiti, L. (2018). Multi-dimensional view of innovation performance from knowledge dynamics to maturity matrix. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 6(1), 67-85.
7. El Haiba, M., Elbassiti, L., & Ajhoun, R. (2017). Smart Organization: Improving Innovation Performance through Recommendation. In *Conference of Vision 2020: Sustainable Economic development, Innovation Management, and Globa Growth*, 4557-4567.
8. El Telbani, N. (2013). The relationship between intellectual capital and innovation in Jawwal Company-Gaza. *Jordan Journal of Business Administration*, 9(3), 619-650.

9. Foster, C., & Heeks, R. (2013). Analyzing policy for inclusive innovation: the mobile sector and base-of-the-pyramid markets in Kenya. *Innovation and Development*, 3(1), 103-119.
10. Kiani, M., Jozam, M., & Jozam, M. (2015). Organizational Intelligence survival factor of today's organizations. *International Journal of Advanced Studies in Humanities and Social Science*, 4(4): 292-306.
11. Molina-Castillo, F. J., Meroño-Cerdan, A. L., & López-Nicolás, C. (2020). Impact of business model objectives on marketing innovation activities: A comparison between manufacturing and service firms. *European Journal of Innovation Management*, 23(1), 177-195.
12. Ozaki, R., & Dodgson, M. (2010). Adopting and consuming innovations. *Prometheus*, 28(4), 311-326.
13. Quinn, J. B. (2005). The intelligent enterprise a new paradigm. *Academy of Management Perspectives*, 19(4), 109-121.
14. Soltani, Z., Zareie, B., Rajabiun, L., & Agha Mohseni Fashami, A. (2020). The effect of knowledge management, e-learning systems and organizational learning on organizational intelligence. *Kybernetes*, 49(10), 2455-2474.
15. Wongwilai, S., & Hotrawaisaya, C. (2022). The Effects of Innovation Management, Supply Chain Management, and Freight Forwarder Potential on Service Competitiveness of Road Transportation Entrepreneurs in Thailand. *International Journal of Mechanical Engineering*, 7(1), 1-12.

المنظمة الذكية وأثرها في تحقيق الابتكار الشامل

أخي الموظف/ أختي الموظفة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

بداية تهديكم أطيب التحيات، ويطيب لنا أن أضع بين أيديكم استبيان بغرض استكمال متطلبات الحصول على درجة تخصص إدارة المشاريع من جامعة الجيمع الذكية، يقوم الباحثون بإجراء دراسة بعنوان "المنظمة الذكية وأثرها في تحقيق الابتكار الشامل"، وتتطلب الدراسة استقصاء آراء مجموعة من الموظفين في شركة الاتصالات السعودية (STC).

لذلك أرجو التكرم بتخصيص جزء من وقتكم الثمين لتعبئة الاستبيان، مع مراعاة النقة في الإجابة عن الأسئلة المطروحة، والذي سيكون له عظيم الفائدة والأثر في الوصول إلى نتائج أكثر دقة، ونؤكد لكم بأن المعلومات التي سوف يحصل عليها من قبلكم ستعامل معها بسرية تامة، ولن نستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

شاكرين لكم حسن تعاونكم

الباحثون
عائض حسن آل مرزني
سعيد بن راشد آل هادي
عائض بن ناصر آل خالص

* تشير إلى أن السؤال مطلوب

القسم الأول: البيانات الشخصية

النوع الاجتماعي *

☒ ذكر

☐ أنثى

العمر *

☐ أقل من 30 سنة

☐ من 30 إلى أقل من 40 سنة

☐ من 40 إلى أقل من 50 سنة

☐ 50 سنة فأكثر

سنوات الخبرة *

☐ أقل من 5 سنوات

☐ من 5 إلى أقل من 10 سنوات

☐ من 10 إلى أقل من 15 سنة

☐ 15 سنة فأكثر

القسم الثاني: محاور الدراسة

المحور الأول: المنظمة الذكية

البعد الأول: التعلم المستمر *

موافق بشدة	موافق	إلى حد ما	غير موافق	غير موافق بشدة
☐	☐	☐	☐	☐
ترحب الشركة بالأفكار الإبداعية التي تساعد في تطوير عملياتها				
☐	☐	☐	☐	☐
تتبع الشركة منهجية للتعلم المستمر بما ينسجم مع طبيعتها عملها				
☐	☐	☐	☐	☐
تعتمد الشركة على إجراءات عملية تهدف للتعلم المستمر لمواجهة التغيرات البيئية				
☐	☐	☐	☐	☐
توفر الشركة الفرص والموارد اللازمة للتعلم				
☐	☐	☐	☐	☐
تنظر الشركة إلى التغير الإيجابي كعملية هامة مريحة				
☐	☐	☐	☐	☐
تتيح الشركة للموظفين جميع الدروس المستفادة من التجارب السابقة				

البعد الثاني: فهم البيئة *

موافق بشدة	موافق	إلى حد ما	غير موافق	غير موافق بشدة
☐	☐	☐	☐	☐
تشخص الشركة حالات عدم التأكد البيئي بدقة				
☐	☐	☐	☐	☐
تأخذ الشركة بعين الاعتبار حالات عدم التأكد البيئي عند اتخاذ القرار				
☐	☐	☐	☐	☐
توفر الشركة أنظمة ومختصين لتقييم آثار حالات عدم التأكد البيئي				
☐	☐	☐	☐	☐
تقوم الشركة على تحديد مصادر عدم التأكد البيئي للاستفادة منها في اتخاذ القرارات				
☐	☐	☐	☐	☐
تحدد الشركة حالات عدم التأكد البيئي المتعلقة بالقرارات ويتم التواصل مع المختصين لمعالجتها				

البعد الثالث: الذكاء الجماعي *

غير موافق بشدة	غير موافق	إلى حد ما	موافق	موافق بشدة
☐	☐	☐	☐	☐
تسود في الشركة روح الفريق والعمل الجماعي				
☐	☐	☐	☐	☐
توفر الشركة فريق عمل استراتيجي قادر على التعامل مع الظروف المتغيرة والأزمات				
☐	☐	☐	☐	☐
توفر الشركة مناخ تنظيمي يعزز من الإبداع الجماعي				
☐	☐	☐	☐	☐
تتبنى الشركة نماذج إدارية تساعد في سرعة الاستجابة للمواقف المختلفة				
☐	☐	☐	☐	☐
تتميز الشركة بالسرعة في استرجاع المعلومات واستخدامها وقت الحاجة				

القسم الثاني: محاور الدراسة

المحور الثاني: الابتكار الشامل

البعد الأول: الابتكار الاستراتيجي *

غير موافق بشدة	غير موافق	إلى حد ما	موافق	موافق بشدة
☐	☐	☐	☐	☐
تحرص الشركة على توفير استراتيجية واضحة لكافة الموظفين				
☐	☐	☐	☐	☐
تستقطب الشركة أصحاب الأفكار الإبداعية				
☐	☐	☐	☐	☐
تحرص الشركة على تحليل بيئة العمل باستمرار				
☐	☐	☐	☐	☐
تحرص الشركة على معرفة موقعها التنافسي باستمرار				
☐	☐	☐	☐	☐
تستطيع الشركة التكيف مع التغيرات البيئية باستمرار				

البعد الثاني: الابتكار التكنولوجي *

غير موافق بشدة	غير موافق	إلى حد ما	موافق	موافق بشدة
☐	☐	☐	☐	☐
تحرص الشركة على تحديث آلياتها وتجهيزاتها باستمرار				
☐	☐	☐	☐	☐
تحرص الشركة على استخدام التكنولوجيا الحديثة				
☐	☐	☐	☐	☐
توفر الشركة برامج تدريبية تكنولوجية باستمرار				
☐	☐	☐	☐	☐
تقوم الشركة بتقييم مهارات الموظفين في استخدام التكنولوجيا				
☐	☐	☐	☐	☐
ساعدت التكنولوجيا الشركة في خلق منتجات جديدة				

البعد الثالث: الابتكار الإداري *

غير موافق بشدة	غير موافق	إلى حد ما	موافق	موافق بشدة
☐	☐	☐	☐	☐
تحرص الشركة على ملائمة هيكلها التنظيمي مع استراتيجيتها				
☐	☐	☐	☐	☐
تقوم الشركة بإشراك جميع المستويات الإدارية في صنع القرارات الإدارية				
☐	☐	☐	☐	☐
تعمل الشركة على إعادة الهيكلة كلما دعت الحاجة				
☐	☐	☐	☐	☐
تحرص الشركة على ربط المكافآت والحوافز بالقدرة على الابتكار				
☐	☐	☐	☐	☐
توفر الشركة خططاً لتطوير قدرات الموظفين باستمرار				

البعد الرابع: الابتكار التسويقي *

غير موافق بشدة	غير موافق	إلى حد ما	موافق	موافق بشدة
☐	☐	☐	☐	☐
تستخدم الشركة طرق مبتكرة في الترويج لخدماتها ومنتجاتها				
☐	☐	☐	☐	☐
تحرص الشركة على التطوير والبحث في خططها التسويقية				
☐	☐	☐	☐	☐
تقوم الشركة بتوفير خدمة التسويق الإلكتروني للعملاء				
☐	☐	☐	☐	☐
تحرص الشركة على تلبية حاجات العملاء باستمرار				
☐	☐	☐	☐	☐
تتبع الشركة أساليب إبداعية ومبتكرة في الترويج والإعلان				

الحصول على الرابط

لم يتم إنشاء هذا المحتوى ولا اعتماده من قبل Google. [الإبلاغ عن إساءة الاستخدام](#) - [شروط الخدمة](#) - [سياسة الخصوصية](#)

نماذج Google



**Smart organization and its impact on
achieving inclusive innovation**
**("An applied study on the Saudi Telecommunications Company
"STC")**

Preparing the students

The student's name	University ID
Ayidh hassan Almordi	221000679
Saeed rashed Alhadi	221000635
Ayidh nasser alkhalis	221000692

A thesis Submitted to complete a master's degree in business administration,
specializing in project management

Supervision

Dr. Walid Suleiman

The school year:

Second semester of 2023