

جامعة ميد أوشن



كلية الإدارة

تخصص ماجستير إدارة عامة

أثر ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي "دراسة
تطبيقية على شركات الخدمات اللوجستية"

اسم الطالبة/ هالة مجيد الحصين

إشراف/

د. أسماء أبو عنزة

العام الدراسي:

2024 – 1446





إلى عائلتي الرائعة وأصدقائي الأعزاء

لقد كنتم دائماً مصدر قوة ودعم لي.

شكراً لكم على تشجيعكم الدائم وثقتكم في قدراتي

لولا وجودكم في حياتي لما تمكنت من تحقيق أحلامي وأهدافي
العلمية

أتمنى أن أكون عند حسن ظنكم دائماً

وأن يكون عملي هذا خيراً مضافاً للمجتمع ولعائلتي الثانية التي
تشكلت من أصدقائي الأعزاء

شكر وفقر

الحمد لله الذي وفقني وأعانني على إتمام هذا العمل، والصلاة والسلام على نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى والديّ العزيزين، اللذين كانا لي النبراس والموجه. إن دعمهما المتواصل وتشجيعهما الدائم كانا الدافع الأكبر لي لتحقيق هذا الإنجاز.

كما أعبر عن عميق امتناني لزوجي الغالي، الذي كان لي الشريك والسند في هذه الرحلة الطويلة. كان لصبره وتفهمه ودعمه المستمر أثر بالغ في إنجاح هذا العمل.

أود أن أشكر أساتذتي الكرام، وخاصة مشرف رسالتي، اللذين لم ييخلوا عليّ بوقتهم وخبرتهم. لقد كان لإرشاداتهم العلمية ونصائحهم القيمة الأثر الكبير في إتمام هذا البحث.

د. أسماء أبو عنزة

أشكر زملائي وأصدقائي، اللذين كانوا لي عونًا وسندًا، وكان لتشجيعهم ودعمهم دور كبير في تجاوز الصعاب والوصول إلى هذا النجاح.

وأخيرًا، أتقدم بالشكر والامتنان لكل من ساهم بأي شكل في إنجاز هذا العمل، سائلًا الله أن يجعل هذا الجهد خالصًا لوجهه الكريم، وأن يوفقنا جميعًا لما فيه الخير والصلاح.

المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير ريادة الأعمال الرقمية بمكوناتها المختلفة (ثقافة ريادة الأعمال، المهارات الرقمية الإلكترونية، قاعدة المعرفة الرقمية، سهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار) على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وشمل مجتمع الدراسة جميع المديرين والمسؤولين في شركات الخدمات اللوجستية وتم اختيار عينة عشوائية مكونة من 100 شخص من المديرين والمسؤولين في هذه الشركات وتم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS للحصول على النتائج المطلوبة.

أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير إيجابي قوي ومؤثر لريادة الأعمال الرقمية بمختلف أبعادها (ثقافة ريادة الأعمال، المهارات الرقمية الإلكترونية، قاعدة المعرفة الرقمية، وسهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار) على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.

بناءً على النتائج، أوصت الدراسة بضرورة تعزيز ثقافة ريادة الأعمال الرقمية داخل شركات الخدمات اللوجستية من خلال تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية تهدف إلى زيادة الوعي والمعرفة بأهمية هذه الريادة وكيفية تطبيقها بشكل فعال. كما يُنصح بتطوير المهارات الرقمية الإلكترونية للموظفين من خلال برامج تدريبية مخصصة، وتشجيع استخدام التكنولوجيا الحديثة في العمليات اليومية.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال الرقمية، الابتكار التنظيمي، شركات الخدمات اللوجستية.

قائمة المحتويات

بسم الله الرحمن الرحيم.....	ب
إهداء.....	ج
شكر وتقدير.....	د
المستخلص.....	هـ
قائمة المحتويات.....	و
قائمة الجداول.....	ي
قائمة الأشكال.....	ك
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....	11
1.1 مقدمة:.....	11
2.1 مشكلة الدراسة:.....	3
3.1 أهمية الدراسة:.....	4
1.3.1 الأهمية العلمية:.....	4
2.3.1 الأهمية العملية:.....	5
4.1 أهداف الدراسة:.....	5
5.1 تساؤلات الدراسة:.....	6
6.1 فرضيات الدراسة:.....	6
7.1 الدراسات السابقة.....	7
8.1 المنطلقات النظرية للدراسة.....	15
9.1 المنهجية:.....	16
10.1 مصادر البيانات :.....	17
11.1 أدوات الدراسة:.....	17
12.1 حدود الدراسة.....	18

19.....	الفصل الثاني: الإطار النظري
19.....	المبحث الأول: ريادة الأعمال الرقمية
19.....	1.1.2 مفهوم الريادة:
20.....	2.1.2 نشأة وتطور ريادة الأعمال:
21.....	3.1.2 أبعاد ريادة الأعمال:
22.....	4.1.2 ريادة الأعمال الرقمية
22.....	5.1.2 مفهوم ريادة الأعمال الرقمية
23.....	6.1.2 أهمية ريادة الأعمال الرقمية
24.....	7.1.2 ركائز ريادة الأعمال الرقمية:
25.....	8.1.2 المهارات الرقمية والقيادة الإلكترونية
26.....	9.1.2 مقومات ريادة الأعمال الرقمية
28.....	10.1.2 فلسفة وأهداف ريادة الأعمال الرقمية
29.....	11.1.2 أهداف ريادة الأعمال الرقمية:
29.....	12.1.2 أهمية ريادة الأعمال الرقمية
31.....	المبحث الثاني : الابتكار التنظيمي
31.....	1.2.2 تمهيد:
31.....	2.2.2 مفهوم الابتكار التنظيمي وأهم المصطلحات المرتبطة به
34.....	3.2.2 خصائص الابتكار التنظيمي:
35.....	4.2.2 أهمية الابتكار التنظيمي:
35.....	5.2.2 العوامل المؤثرة على الابتكار
37.....	6.2.2 مصادر الابتكار
37.....	7.2.2 مراحل الابتكار
39.....	8.2.2 محددات الابتكار
39.....	9.2.2 صفات المنظمات المبتكرة

41.....	10.2.2 أنواع ابتكار العملية:
43.....	11.2.2 أهمية الابتكار الإداري
43.....	12.2.2 أبعاد الابتكار الإداري
45.....	الفصل الثالث منهجية الدراسة وإجراءاتها
45.....	1.3 تمهيد
45.....	2.3 منهج الدراسة:
45.....	3.3 مجتمع البحث وعينته:
45.....	4.3 خصائص عينة الدراسة:
48.....	5.3 أداة الدراسة:
48.....	6.3 بناء أداة الدراسة:
48.....	7.3 مفتاح التصحيح:
49.....	8.3 صدق أداة الدراسة:
49.....	9.3 صدق الاتساق الداخلي:
51.....	10.3 ثبات أداة الدراسة:
52.....	11.3 أساليب تحليل البيانات:
54.....	الفصل الرابع: تحليل بيانات الدراسة
54.....	1.4 نتائج الدراسة وتفسيرها
54.....	2.4 دراسة محاور الاستبيان:
55.....	□ المحور الأول ريادة الأعمال الرقمية
62.....	3.4 التحقق من فرضيات الدراسة
68.....	الفصل الخامس: النتائج والتوصيات
68.....	1.5 ملخص نتائج الدراسة:
69.....	2.5 توصيات الدراسة:
71.....	Abstract

72.....	المراجع
72.....	أولاً: المراجع العربية:
75.....	ثانياً: المراجع الأجنبية
79.....	الملاحق
80.....	استمارة استبيان

قائمة الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول
19	الجدول رقم (1) مفاهيم ريادة الأعمال بحسب رأي الباحثين والكتاب
33	الجدول (2) الفئات الثلاث: للابتكار
34	الجدول (3) يوضح اهم الفروقات الموجودة بين الابداع والابتكار
48	جدول رقم (4) توزيع أفراد الدّراسة وفق الجنس
48	جدول رقم (5) توزيع أفراد الدّراسة وفق متغير العمر
49	جدول رقم (6) توزيع أفراد الدّراسة وفق متغير المؤهل العلمي
51	جدول رقم (7) مفتاح التصحيح
52	جدول (8) معامل ارتباط بيرسون بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الأول
53	جدول (9) معامل ارتباط بيرسون بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الثاني
54	جدول (10) معاملات الفا كرونباخ لمحاور الدراسة
55	جدول رقم (11) درجة الموافقة ومدى الموافقة على مقياس ليكرت الخماسي.
57	جدول (12) المتوسّطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة والترتيب لعبارات بعد ثقافة ريادة الاعمال
59	جدول (13) المتوسّطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة والترتيب لعبارات بعد المهارات الرقمية الالكترونية
60	جدول (14) المتوسّطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة والترتيب لعبارات بعد قاعدة المعرفة الرقمية
62	جدول (15) المتوسّطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة والترتيب لعبارات بعد سهولة الوصول الى التمويل والاستثمار

63	جدول (16): درجة تطبيق ريادة الأعمال الرقمية بشركات الخدمات اللوجستية
64	جدول (17) المتوسّطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة والترتيب لعبارات المحور الثاني
66	جدول (18) أثر لريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي
67	جدول (19) أثر لثقافة ريادة الأعمال على الابتكار التنظيمي
68	جدول (20) أثر لمهارات الرقمية الالكترونية على الابتكار التنظيمي
68	جدول (21) أثر لقاعدة المعرفة الرقمية على الابتكار التنظيمي
69	جدول (22) أثر لسهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار على الابتكار التنظيمي

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	اسم الشكل
25	شكل (1) متغيرات الدراسة
27	شكل (2): أنواع ريادة الأعمال
40	الشكل رقم (3): مقومات ريادة الأعمال
48	الشكل (4) مراحل عملية الابتكار
49	شكل رقم (5) توزيع أفراد الدراسة وفق الجنس
49	شكل رقم (6) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير العمر
50	شكل رقم (7) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 مقدمة:

يشهد العالم اليوم تغيرات جذرية نتيجة التطور السريع في التكنولوجيا الرقمية وانتشارها على نطاق واسع، مما أدى إلى إعادة تشكيل الطرق التقليدية لإدارة الأعمال. أصبحت الأدوات الرقمية جزءًا لا يتجزأ من الأنشطة اليومية للمؤسسات، حيث تسهم في تحسين الكفاءة وتعزيز الابتكار. مع استمرار هذا التحول الرقمي، بدأت الشركات في مختلف القطاعات بإعادة التفكير في استراتيجياتها واستغلال الفرص التي تتيحها التكنولوجيا لتبقى قادرة على المنافسة في سوق يتسم بالتغير السريع. (محروس، 2023)

تعتبر ريادة الأعمال الرقمية من أهم التحولات التي طرأت على عالم الأعمال الحديث. ريادة الأعمال الرقمية تعتمد على استخدام الأدوات والتقنيات الحديثة لإنشاء وتطوير الأعمال بشكل رقمي، مما يسمح بتقديم منتجات وخدمات جديدة تواكب تطلعات العملاء. مع تسارع وتيرة التحول الرقمي، أصبح من الضروري للشركات أن تعتمد على هذه المفاهيم من أجل البقاء في صدارة المنافسة. (العشري، 2023)

واحدة من القطاعات التي تتأثر بشكل كبير بالتطور الرقمي هي شركات الخدمات اللوجستية، التي تعتمد على إدارة سلسلة الإمداد، الشحن، والتوزيع. في ظل التحديات التي يفرضها السوق العالمي المتغير باستمرار، يتعين على الشركات اللوجستية أن تتبنى استراتيجيات جديدة تعتمد على الابتكار لتعزيز أدائها. هنا تبرز ريادة الأعمال الرقمية كحل فعال لتحسين العمليات، تعزيز الكفاءة، والاستجابة بشكل أسرع لمتطلبات السوق.

يعد الابتكار التنظيمي عنصرًا أساسيًا في نجاح الشركات، حيث يمكنه إحداث تحول كبير في الطريقة التي تعمل بها المؤسسات. يشمل الابتكار التنظيمي تطوير نماذج جديدة للعمل، تحسين العمليات الداخلية، وتقديم حلول إبداعية للمشكلات. ومن خلال تبني ريادة الأعمال الرقمية، يمكن للشركات اللوجستية تحقيق مزايا تنافسية كبيرة، مما يتيح لها الابتكار باستمرار وتحقيق نتائج أفضل. (محروس، 2023)

لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين ريادة الأعمال الرقمية والابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية. سيتم التركيز على كيفية تأثير استخدام الأدوات والتقنيات الرقمية على تعزيز الابتكار داخل هذه الشركات، مع دراسة الفوائد المحتملة والتحديات التي تواجهها في هذا السياق. هذه العلاقة مهمة لفهم كيفية تحقيق التميز والابتكار في هذا القطاع الحرج.

2.1 مشكلة الدراسة:

تواجه الشركات اللوجستية اليوم تحديات كبيرة تتعلق بقدرتها على مواكبة التغيرات المتسارعة في بيئة الأعمال العالمية، خاصة مع التطور الرقمي المستمر. أصبحت ريادة الأعمال الرقمية أداة حيوية لتمكين هذه الشركات من تحسين كفاءتها التشغيلية، وتقديم خدمات مبتكرة، والاستجابة بسرعة لتغيرات السوق. ومع ذلك، يبقى من غير الواضح مدى تأثير تطبيق ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي داخل هذا القطاع، وما إذا كانت الشركات قادرة على الاستفادة الكاملة من هذه الأدوات لتعزيز عملياتها وتحقيق ميزة تنافسية.

تسلط الدراسات السابقة الضوء على أهمية ريادة الأعمال الرقمية في تعزيز الابتكار التنظيمي. على سبيل المثال، أوضحت دراسة النسور (2020) أن الريادة الرقمية تساهم بشكل كبير في تحسين الأداء التنظيمي في الشركات الدوائية، مما يؤكد على دور التكنولوجيا في دعم استراتيجيات الابتكار. وفي سياق آخر، أظهرت دراسة عنيزات (2021) أن المنظمات التي تتبنى مبادئ ريادة الأعمال الرقمية تسجل مستويات أعلى من الابتكار التكنولوجي، مما يعزز دور الريادة الرقمية كوسيلة لتحفيز الابتكار في بيئات الأعمال المختلفة.

على الرغم من هذه النتائج الإيجابية، تبقى هناك فجوات معرفية حول كيفية تأثير ريادة الأعمال الرقمية تحديدًا على الابتكار التنظيمي في قطاع الخدمات اللوجستية. دراسة الحياي (2022) أظهرت أن الريادة الرقمية تؤثر بشكل مباشر على الإبداع في المشاريع الصناعية الغذائية، إلا أن دراسة الطراونة (2023) بينت أن تطبيق استراتيجيات التحول الرقمي للحكومة في الجامعات يحتاج إلى تعزيز لتفعيل كامل قدراتها في دعم الريادة الرقمية. هذه الفجوات تشير إلى أن القطاعات المختلفة تتأثر بشكل مختلف بتطبيقات الريادة الرقمية، مما يعزز الحاجة إلى دراسة تأثيرها في قطاع الخدمات اللوجستية بشكل أعمق.

إلى جانب ذلك، تشير بعض الدراسات، مثل دراسة الدريبان (2021)، إلى أن القدرات الديناميكية وتكنولوجيا المعلومات تلعبان دورًا وسيطًا في تحسين ريادة الأعمال داخل الشركات الصغيرة، إلا أن هذه الدراسات لم تركز بشكل كافٍ على الشركات اللوجستية الكبيرة أو المتوسطة التي تواجه تحديات فريدة في تطبيق هذه المبادئ على نطاق أوسع. مما يجعل من الضروري فهم كيفية تأثير ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي في هذا القطاع

المهم، خاصة مع الاعتماد المتزايد على الأدوات الرقمية لتحسين إدارة سلسلة الإمداد والخدمات اللوجستية.

بناءً على ما سبق، تتلخص مشكلة الدراسة في عدم وضوح الصورة الكاملة حول تأثير ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية، وما إذا كانت هذه الشركات قادرة على تحقيق تحول حقيقي في عملياتها من خلال تبني هذه الأدوات الرقمية. تسعى هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة المعرفية من خلال تحليل مدى تأثير الريادة الرقمية على تطوير الابتكار التنظيمي في هذا القطاع الحيوي، مستفيدة من نتائج الدراسات السابقة لتقديم إرشادات عملية للشركات التي ترغب في تحقيق التميز في ظل التحول الرقمي المتسارع.

ومن خلال ما تقدم يمكن صياغة المشكلة كما يلي:

ما أثر ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية؟

3.1 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في تناولها إحدى الموضوعات الحيوية في العصر الحديث حيث تناولت موضوع أثر ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية

1.3.1 الأهمية العلمية:

- تسهم الدراسة في إثراء المجال العلمي المتعلق بريادة الأعمال الرقمية من خلال استكشاف تأثيرها على الابتكار التنظيمي في قطاع الخدمات اللوجستية. تعتبر هذه الإضافة ذات قيمة علمية، حيث تساعد على فهم أفضل للعلاقة بين الابتكار وريادة الأعمال الرقمية في بيئة الأعمال المتسارعة النمو.
- تمثل الدراسة محاولة لسد الفجوة الموجودة في الأبحاث المتعلقة بتأثير ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي، خاصة في قطاع الخدمات اللوجستية الذي لم يحظَ

بالدراسة الكافية. ستوفر نتائج هذه الدراسة معرفة جديدة حول كيفية استخدام التكنولوجيا الرقمية في تحسين أداء الشركات اللوجستية وتطوير عملياتها.

- تقدم الدراسة إطارًا نظريًا يجمع بين مفاهيم ريادة الأعمال الرقمية والابتكار التنظيمي، مما يمكن الباحثين المستقبليين من استخدام هذا الإطار في دراساتهم وتحليلهم لمجالات أخرى أو قطاعات مشابهة.

2.3.1 الأهمية العملية:

- توفر هذه الدراسة إرشادات عملية للشركات اللوجستية حول كيفية تبني استراتيجيات ريادة الأعمال الرقمية لتحسين الابتكار التنظيمي. من خلال تحليل البيانات والتوصيات، يمكن للشركات تعزيز كفاءتها وزيادة قدرتها التنافسية عبر تبني الأدوات الرقمية التي تعزز الابتكار وتسرع العمليات.

تساهم نتائج الدراسة في تمكين الإدارات العليا ومتخذي القرار في شركات الخدمات اللوجستية من اتخاذ قرارات مبنية على بيانات دقيقة وتحليل علمي فيما يتعلق بالاستثمارات في التكنولوجيا الرقمية، مما يساعدهم على تحقيق تحسينات عملية وملموسة في عملياتهم التشغيلية والابتكارية.

□ تساعد الدراسة الشركات على مواجهة التحديات المرتبطة بالتحول الرقمي من خلال تقديم رؤى حول كيفية دمج الأدوات الرقمية في عملياتها اليومية. هذه الحلول يمكن أن تساهم في تقليل التكاليف التشغيلية، تحسين كفاءة سلاسل الإمداد، وزيادة رضا العملاء.

4.1 أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي للدراسة الحالية: هو التعرف على أثر ريادة الأعمال الرقمية بأبعاده (ثقافة ريادة الأعمال- مهارات الرقمية الالكترونية- قاعدة المعرفة الرقمية- سهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار) على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية وتتفرع لعدة أهداف فرعية منها :

1. تحليل تأثير ثقافة ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.

2. دراسة تأثير المهارات الرقمية الإلكترونية على الابتكار التنظيمي وقدرة الموظفين على تطبيق الحلول المبتكرة.
3. فحص دور قاعدة المعرفة الرقمية في دعم الابتكار التنظيمي وتعزيز التفاعل وتبادل المعلومات داخل الشركات.
4. تقييم تأثير سهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار على الابتكار التنظيمي ومدى تسهيله لتبني الابتكارات والمشاريع الجديدة.
5. تحليل التفاعل بين الأبعاد المختلفة لريادة الأعمال الرقمية وأثره على الابتكار التنظيمي وكيفية تكامل هذه الأبعاد لتعزيز الأداء.

5.1 تساؤلات الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤلات التالية:

السؤال الرئيسي: ما هو أثر الريادة الأعمال الرقمية بأبعاده (ثقافة ريادة الأعمال- مهارات الرقمية الإلكترونية- قاعدة المعرفة الرقمية- سهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار) على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية ؟

وينبثق عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية: -

- ما هو تأثير ثقافة ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية؟
- كيف تؤثر المهارات الرقمية الإلكترونية على الابتكار التنظيمي داخل شركات الخدمات اللوجستية؟
- ما هو دور قاعدة المعرفة الرقمية في دعم وتعزيز الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية؟
- كيف يؤثر الوصول إلى التمويل والاستثمار على قدرة شركات الخدمات اللوجستية على تحقيق الابتكار التنظيمي؟

6.1 فرضيات الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة فقد أعتمد على مجموعة من الفرضيات الآتية:

الفرضية الرئيسية: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لريادة الأعمال الرقمية بأبعاده (ثقافة ريادة الأعمال- مهارات الرقمية الالكترونية- قاعدة المعرفة الرقمية- سهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار) على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.

وينبثق عن الفرضية الرئيسية الأولى الفرضيات الفرعية الآتية:

- **الفرضية الفرعية الأولى:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لثقافة ريادة الأعمال على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.
- **الفرضية الفرعية الثانية:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمهارات الرقمية الالكترونية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.
- **الفرضية الفرعية الثالثة:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لقاعدة المعرفة الرقمية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.
- **الفرضية الفرعية الرابعة:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لسهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.

7.1 الدراسات السابقة

▪ دراسة (Zhao, Etal.2021)

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير ريادة الأعمال على قدرة الشركات على الابتكار المستدام في العصر الرقمي، مع التركيز على أدوار الالتزام التنظيمي، التوافق بين قيم الفرد والمنظمة، والدعم التنظيمي المدرك. تسعى الدراسة إلى تقديم رؤى حول كيفية تفاعل هذه العوامل معًا لتعزيز الابتكار المستدام داخل الشركات، وكيف يمكن لريادة الأعمال أن تصبح عنصرًا حاسمًا في دفع عجلة الابتكار من خلال تعزيز التزام الموظفين وانسجامهم مع قيم المنظمة.

اعتمدت الدراسة على منهج استقصائي قائم على استبيان، حيث تم جمع البيانات من 750 موظفًا من شركات مختلفة في الصين. تمت عملية جمع البيانات باستخدام طرق متعددة مثل المقابلات المباشرة، الرسائل، والبريد الإلكتروني. وبعد عملية الفرز، كانت العينة النهائية تتألف من 387 استبيانًا صالحًا للاستخدام بنسبة استجابة فعّالة بلغت 51.6%. شملت العينة شركات ذات أحجام وقطاعات مختلفة لضمان تمثيل شامل للتحويلات الرقمية وتأثير ريادة الأعمال على هذه الشركات.

أظهرت النتائج أن ريادة الأعمال لها تأثير إيجابي على الابتكار المستدام في الشركات، وذلك من خلال تعزيز الالتزام العاطفي للموظفين، بينما يُظهر الالتزام الاستمراري تأثيرًا سلبيًا على هذه القدرة. توصي الدراسة بأن تعزز الشركات ثقافة ريادة الأعمال من خلال تقديم دعم تنظيمي أكبر وتعزيز التوافق بين قيم الموظفين وقيم المنظمة. كما توصي بضرورة توسيع الصلاحيات للموظفين لتمكينهم من الابتكار والاستجابة السريعة للتغيرات السوقية، مع التركيز على تطوير بيئة تنظيمية داعمة للابتكار المستدام.

▪ دراسة (Hamburg, 2020)

تناولت هذه الدراسة دور التعلم الريادي متعدد التخصصات في دعم الابتكارات الرقمية وتعزيز ريادة الأعمال في الشركات. تُبرز الدراسة أهمية الرقمنة في تغيير نماذج العمل والخدمات، وكيف يمكن للتقنيات الرقمية أن تسهم في تطوير ريادة الأعمال من خلال تسهيل الابتكار التخريبي الذي يتخطى الحدود التقليدية للصناعات. تم استعراض الأدبيات المتعلقة بالتعلم الريادي الرقمي والابتكار التخريبي، وتم تحليل نتائج مقابلات مع رواد أعمال من مشاريع أوروبية، حيث أظهرت النتائج أن التعلم الريادي متعدد التخصصات يلعب دورًا حيويًا في تطوير مهارات ريادة الأعمال الرقمية ودعم التحول الرقمي في الشركات الصغيرة والمتوسطة. توصي الدراسة بتعزيز التعاون بين الجامعات والشركات لتطوير برامج تعليمية جديدة تُركز على الابتكار الرقمي وتوفير الموارد اللازمة لدعم رواد الأعمال في العصر الرقمي.

▪ دراسة (Felicetti, Etal,2024)

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم مراجعة منهجية للأدبيات المتعلقة بالابتكار الرقمي في الشركات الريادية، مع التركيز على تحليل الأبحاث المنشورة في العقدين الأخيرين. تتناول

الدراسة كيف تساهم الشركات الريادية في توليد ونشر الابتكارات الرقمية وتوفر فرصًا متنوعة لرواد الأعمال، رغم أن المعرفة المتاحة في هذا المجال تبدو مجزأة والنتائج غير واضحة في بعض الأحيان. اعتمدت الدراسة على مراجعة 185 ورقة بحثية واستخدام تقنيات تحليل نصوص متقدمة لتحديد ستة موضوعات رئيسية تتعلق بالشبكات التعاونية للشركات الناشئة، والابتكار في نماذج الأعمال، والمنصات الرقمية، والمشاريع الرقمية، وملف رائد الأعمال الرقمي، والنظم البيئية للابتكار الرقمي.

أظهرت النتائج أن الابتكار الرقمي يفتح آفاقًا جديدة للشركات الريادية لتحسين القيمة المقدمة للعملاء من خلال المنتجات والخدمات الجديدة، وتطوير نماذج أعمال مبتكرة. ومع ذلك، تواجه الشركات الريادية تحديات كبيرة تتعلق بنقص المعرفة والموارد والشبكات الضرورية لتحقيق هذه الابتكارات. توصي الدراسة بتوسيع نطاق البحث المستقبلي لتشمل تحليلات متعددة المستويات وتبني نهج متعدد التخصصات لتطوير نظريات جديدة تتعلق بالابتكار الرقمي في الشركات الريادية.

■ دراسة Łobejko, 2020

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير التحول الرقمي على الابتكار في الشركات، من خلال التركيز على كيفية استفادة الشركات من التكنولوجيا الرقمية لتحسين قدرتها الابتكارية وتطوير نماذج أعمالها. تناول البحث كيف يمكن للتحول الرقمي أن يعزز الابتكار من خلال إعادة تعريف العمليات التجارية وتمكين الموظفين من تبني مواقف ريادية تساهم في الابتكار. أجريت الدراسة عبر تحليل البيانات والأمثلة المتعلقة بالشركات التي تبنت تقنيات رقمية ونماذج أعمال رقمية جديدة.

أظهرت النتائج أن التحول الرقمي لا يضمن بالضرورة زيادة الابتكار في الشركات، ولكنه يمثل عاملاً أساسياً في إزالة العوائق التي قد تعيق الابتكار. وأثبتت الدراسة أن التحول الرقمي يمكن أن يدفع الشركات لتكون أكثر ابتكاراً ويعزز روح الريادة بين الموظفين، حيث يتحول كل موظف إلى مبتكر وريادي، مما يسمح بالتعاون الوثيق مع المستخدم النهائي وتطوير

المنتجات والخدمات المبتكرة. أوصت الدراسة بأن الشركات التي ترغب في تحقيق الابتكار يجب أن تخضع لتحول تقني يمكنها من الاستفادة الكاملة من الفرص التي توفرها التقنيات الرقمية.

■ دراسة (Bernardino, Etal, 2023)

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل دور ريادة الأعمال في عصر الاقتصاد الرقمي، حيث أصبحت التقنيات الرقمية محركاً رئيسياً للنماذج الاقتصادية الجديدة والابتكارات. يناقش البحث كيف أثرت منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وإنستغرام، إلى جانب الحوسبة السحابية والابتكار المفتوح، على إنشاء نماذج أعمال رقمية جديدة وتوسيع قنوات التسويق. كما تطرقت الدراسة إلى تأثير ريادة الأعمال الرقمية في تمكين الشركات من تطوير نماذج الأعمال والمنتجات بناءً على التغذية الراجعة من العملاء وتمويل المشاريع عبر منصات التمويل الجماعي مثل Kickstarter وGoFundMe.

اعتمدت الدراسة على تحليل مقالات متنوعة تناولت الاقتصاد الرقمي وريادة الأعمال الرقمية في سياقات مختلفة. من بين هذه المقالات، تم التركيز على تأثير التكنولوجيا على سلوك المستهلك في التجارة الإلكترونية وتأثير الشبكات الاجتماعية في اكتساب الموارد للشركات الاجتماعية. أظهرت النتائج أن ريادة الأعمال الرقمية تساعد في خلق نماذج عمل مرنة تتكيف مع التغيرات التكنولوجية والبيئية، وتُمكن الشركات من الوصول إلى الأسواق بشكل أسرع وأكثر فعالية من خلال الأدوات الرقمية.

توصي الدراسة بتعزيز استراتيجيات الابتكار الرقمي وتوظيف منصات التواصل الاجتماعي والتمويل الجماعي في تطوير المشاريع الريادية. كما تشجع على استخدام الابتكار المفتوح لتحقيق التميز التنافسي.

■ دراسة (Etal, 2023 Al-Ayed)

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير التحول الرقمي على أداء الشركات من خلال الدور الوسيط للابتكار الرقمي. تم إجراء دراسة استقصائية شملت موظفين في شركات الاتصالات السعودية مثل STC، زين، وموبايلي، حيث تم استخدام أسلوب التحليل الإحصائي الجزئي (PLS) لتحليل 170 استبياناً مكتملاً. أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين التحول

الرقمي وأداء الشركات، حيث يلعب الابتكار الرقمي دورًا وسيطًا في تعزيز هذا التأثير. أظهر التحليل أن المنظورات الاجتماعية والتكنولوجية للتحويل الرقمي لها تأثير كبير على الابتكار الرقمي، مما يحث الشركات الكبيرة على تبني هذه التحولات لتحقيق أداء أفضل.

أوضحت الدراسة أن التحويل الرقمي يساعد الشركات على التكيف مع التغيرات السريعة في التكنولوجيا ومتطلبات السوق، ولكن ينبغي تعزيز الابتكار الرقمي كعامل رئيسي لزيادة الفعالية التنظيمية. توصي الدراسة الشركات الكبرى بالاستثمار في التحويل الرقمي والابتكار كوسيلة لتعزيز الأداء العام وتحقيق التميز التنافسي.

■ دراسة النسور (2020):

هدفت هذه الدراسة إلى اختبار تأثير الريادة الرقمية على الأداء التنظيمي في شركات الصناعات الدوائية الأردنية من منظور نظرية الشبكة الاجتماعية. اعتمدت الدراسة على متغيرات مثل إدارة المعرفة الرقمية، وإدارة بيئة الأعمال الرقمية، والتمويل المالي، والقيادة الإلكترونية كعوامل مؤثرة في الأداء التنظيمي، وتم قياس الأداء باستخدام مؤشرات مالية وعملاء وعمليات داخلية.

تكونت العينة من 12 شركة، وتم توزيع 150 استبانة على المديرين ورؤساء الأقسام، وتم تحليل 138 استبانة صالحة. اعتمدت الدراسة على أساليب التحليل الكمي لاختبار الفرضيات.

أظهرت النتائج وجود أثر إيجابي لإدارة المعرفة وبيئة الأعمال الرقمية على الأداء التنظيمي، في حين لم يظهر تأثير كبير للتمويل المالي ومهارات القيادة الإلكترونية. وأوصت الدراسة بتعزيز الريادة الرقمية وزيادة وعي العملاء والموظفين حول فوائدها.

■ دراسة عنيزات (2021):

هدفت هذه الدراسة إلى قياس تأثير المنظمة الذكية على الابتكار التكنولوجي في شركة طلال أبو غزالة العالمية بالأردن، مع وجود الريادة الرقمية كمتغير وسيط. شملت أبعاد المنظمة الذكية ذكاء الأعمال، التوجه الإبداعي، التعلم المستمر، التكيف، وفهم البيئة. تم التركيز على الابتكار التكنولوجي في المنتجات، العمليات، وطرق الدفع الجديدة.

اعتمدت الدراسة على استبانة شملت 57 فقرة، واستهدفت 116 موظفًا من الإدارة العليا والوسطى. اعتمد الباحث على التحليل الكمي باستخدام تحليل الانحدار لاختبار الفرضيات.

أظهرت النتائج أن هناك علاقة إيجابية بين المنظمة الذكية والابتكار التكنولوجي، كما أن الريادة الرقمية عززت من هذا التأثير. أوصت الدراسة بضرورة تعزيز ممارسات المنظمة الذكية والريادة الرقمية لتحفيز الابتكار التكنولوجي.

■ دراسة العشري (2023):

تناولت الدراسة أثر الاقتصاد الرقمي على رواد الأعمال الرقميين، حيث ركزت على كيفية استغلال الأصول غير الملموسة مثل المعلومات والابتكار في توسيع القدرات الاقتصادية. شملت أبعاد ريادة الأعمال الرقمية الثقافة الريادية، المهارات الرقمية، المعرفة الرقمية، والتمويل.

تم استخدام دراسة الحالة كمنهجية رئيسية مع التركيز على رواد الأعمال الذين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وإنستغرام.

أظهرت النتائج أن الخبرة المكتسبة من خلال الممارسة تفوقت على المعرفة النظرية، وأن التدريب المتعلق بالتجارة الإلكترونية أسهم في تطوير مهارات رواد الأعمال الرقميين. أوصت الدراسة بضرورة التركيز على التدريب العملي وتعزيز المعرفة الرقمية لتحسين أداء رواد الأعمال.

■ دراسة الحيارى (2022):

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الريادة الرقمية على الإبداع في المشاريع الصناعية الغذائية الأردنية. شملت أبعاد الريادة الرقمية مهارات القيادة الرقمية، إدارة المعرفة الرقمية، وإدارة بيئة الأعمال الرقمية.

اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي الوصفي التحليلي، حيث تم جمع البيانات من عينة مكونة من 166 فرداً يعملون في الإدارة العليا والوسطى والتنفيذية، وتم استخدام استبانة لتحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS.

أظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي ذي دلالة إحصائية للريادة الرقمية على الإبداع في المشاريع الصناعية. أوصت الدراسة بضرورة تطبيق الريادة الرقمية لتحسين العمليات وزيادة الإنتاجية، والاعتماد على التقنيات الرقمية لتحقيق الميزة التنافسية.

■ دراسة الطراونة (2023):

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف دور استراتيجيات التحول الرقمي للحكومة في تعزيز الريادة الرقمية في جامعة الشرق الأوسط بالأردن من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس.

تم توزيع استبانة على 204 أعضاء تدريس، وتم استخدام عينة عشوائية مكونة من 154 عضواً، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة مثل التحليل العاملي والانحرافات المعيارية.

أظهرت النتائج أن استراتيجيات التحول الرقمي للحكومة كانت ذات تأثير إيجابي وملحوظ على الريادة الرقمية في الجامعة. أوصت الدراسة بضرورة تعزيز استراتيجيات التحول الرقمي وتطوير دليل شمولي للحكومة الرقمية على مستوى الجامعات.

■ دراسة الدريبان (2021):

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تأثير القدرات الديناميكية على ريادة الأعمال في المشاريع الصغيرة بالكويت، مع استخدام تكنولوجيا المعلومات كمتغير وسيط. شملت القدرات الديناميكية الموارد، العمل الجماعي، التمكين، وحل المشكلات، بينما شملت ريادة الأعمال أبعاد الابتكار، الاستباقية، وتحمل المخاطر.

اعتمدت الدراسة على استبانة وزعت على 384 من أصحاب المشاريع الصغيرة، وتم تحليل 297 استبانة باستخدام التحليل الكمي.

أظهرت النتائج أن القدرات الديناميكية تؤثر بشكل إيجابي على ريادة الأعمال، وأن تكنولوجيا المعلومات تعزز هذا التأثير. أوصت الدراسة بضرورة تعزيز القدرات الديناميكية واستخدام التكنولوجيا في المشاريع الصغيرة لتحقيق النجاح.

■ دراسة عياش (2021):

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم العوامل المؤثرة على نجاح واستدامة المشاريع الريادية الصغيرة والمتوسطة في محافظة المفرق بالأردن، خاصة في ظل التحديات الاقتصادية. ركزت الدراسة على قطاعي الزراعة والخدمات في المحافظة.

اعتمدت الدراسة على التحليل الموضوعي باستخدام المقابلات مع 22 من أصحاب المشاريع وممثلي المؤسسات الحكومية وغير الحكومية.

توصلت الدراسة إلى أن عوامل النجاح تشمل توفر التمويل، تدريب العاملين، المهارات الإدارية، ودراسة الجدوى. أوصت الدراسة بتعزيز الدعم المالي والتدريبي لأصحاب المشاريع، وتشجيع البحث والتطوير، وتحديث القوانين التي تعيق ريادة الأعمال.

■ دراسة بختاوي (2022):

هدفت الدراسة إلى اختبار العلاقة بين ريادة الأعمال الاجتماعية والنمو الاقتصادي في ثماني دول آسيوية خلال الفترة من 2015 إلى 2019. تناولت الدراسة تأثير ريادة الأعمال الاجتماعية على النمو الاقتصادي باستخدام منهجية المربعات الصغرى الجزئية (smartPLS).

اعتمدت الدراسة على نمذجة المعادلات الهيكلية لتحليل البيانات التي تم جمعها من الدول المختارة.

أظهرت النتائج وجود تأثير سلبي ضعيف لريادة الأعمال الاجتماعية على النمو الاقتصادي. أوصت الدراسة بإجراء المزيد من الدراسات لتحليل التأثيرات المحتملة لريادة الأعمال الاجتماعية على النمو الاقتصادي في دول مختلفة.

8.1 المنطلقات النظرية للدراسة

هذه المنطلقات تشمل نظريات ريادة الأعمال، الابتكار، والتحول الرقمي، ويمكن تلخيصها كما يلي:

1. نظرية ريادة الأعمال الرقمية:

- تعتمد الدراسة على مفهوم ريادة الأعمال الرقمية، الذي يركز على استخدام التكنولوجيا الرقمية في تأسيس وإدارة المشاريع وتطوير الابتكار. ريادة الأعمال الرقمية تمثل تحولاً في الطريقة التي يتم بها إدارة الأعمال، حيث تسهم التقنيات الرقمية مثل الحوسبة السحابية، الذكاء الاصطناعي، وإنترنت الأشياء في خلق فرص جديدة وإعادة تشكيل النماذج التقليدية للأعمال.
- وفقاً لهذه النظرية، تعتبر القدرة على الاستفادة من الأدوات الرقمية وتوظيفها بشكل استراتيجي أحد العوامل الرئيسية في تحسين الأداء التنظيمي والابتكار.

2. نظرية الابتكار التنظيمي:

- تستند الدراسة أيضاً إلى نظرية الابتكار التنظيمي، التي تشير إلى قدرة المنظمات على تقديم منتجات أو عمليات أو نماذج أعمال جديدة تؤدي إلى تحسينات في الأداء أو تقديم قيمة إضافية للسوق. الابتكار التنظيمي يشمل عدة أبعاد، منها الابتكار في المنتجات، العمليات، الهيكل التنظيمي، والإدارة.
- الابتكار التنظيمي يرتبط بالتكيف مع التغيرات في السوق، والقدرة على المنافسة، وتبني ممارسات وتقنيات جديدة، مثل الأدوات الرقمية، لتطوير الحلول المبتكرة.

3. نظرية التحول الرقمي:

- التحول الرقمي يعتبر جزءاً محورياً في ريادة الأعمال الرقمية، حيث يعتمد على استخدام التكنولوجيا الرقمية لتغيير أساليب العمل وتحقيق تحسينات في الكفاءة والإنتاجية. نظرية التحول الرقمي تدعم فكرة أن اعتماد التكنولوجيا الرقمية ليس مجرد تحسين للأعمال القائمة، بل هو إعادة هيكلة جذرية لأنظمة الأعمال لتحقيق استدامة الابتكار والتنمية.

- في سياق الخدمات اللوجستية، يؤدي التحول الرقمي إلى تحسين العمليات التشغيلية من خلال تحسين إدارة سلاسل التوريد، تقليل التكاليف، وتحسين تجربة العملاء.

4. نظرية الشبكات والتعاون الرقمي:

- ريادة الأعمال الرقمية تعتمد بشكل كبير على الشبكات الرقمية والتعاون الافتراضي، حيث تتطلب تكامل الأنظمة الرقمية وتعاون الشركات مع الشركاء التجاريين عبر الإنترنت. هذه النظرية تدعم فكرة أن الشركات التي تتبنى الابتكار من خلال التعاون الرقمي تستطيع تحقيق ميزة تنافسية أعلى مقارنة بتلك التي تعتمد على الأساليب التقليدية.

5. نظرية ديناميكيات الابتكار:

- تنطلق الدراسة من فكرة أن الابتكار هو عملية ديناميكية تحدث من خلال سلسلة من التطورات والتغييرات المتتالية في بيئة العمل. وفقاً لهذه النظرية، يعتمد الابتكار على قدرة المنظمات على التكيف مع التكنولوجيا الرقمية وتوظيفها لتحقيق نتائج أفضل على مستوى الأداء التنظيمي.

خلاصة المنطلقات النظرية: تعتمد هذه الدراسة على مزيج من النظريات التي تربط بين ريادة الأعمال الرقمية والابتكار التنظيمي من خلال التركيز على كيفية تأثير التكنولوجيا الرقمية والتحول الرقمي على العمليات التنظيمية. تقدم هذه المنطلقات النظرية إطاراً شاملاً يساعد على تحليل أثر تبني الأدوات الرقمية في تطوير القدرات الابتكارية لشركات الخدمات اللوجستية.

9.1 المنهجية:

تعتمد الدراسة على **المنهج الوصفي التحليلي**، حيث يعتبر هذا المنهج ملائماً لتحليل العلاقة بين ريادة الأعمال الرقمية والابتكار التنظيمي. يتميز المنهج الوصفي التحليلي بقدرته على تفسير الظواهر وتحليلها، مما يساعد في فهم كيفية تأثير ريادة الأعمال الرقمية على عمليات الابتكار في سياق الخدمات اللوجستية.

مجتمع الدراسة يتكون من الشركات العاملة في قطاع الخدمات اللوجستية. نظراً لأن هذه الشركات تعتمد بشكل كبير على التقنيات الرقمية لتحسين كفاءة عملياتها، فهي توفر بيئة مثالية لدراسة أثر ريادة الأعمال الرقمية. يمكن أن يشمل مجتمع الدراسة شركات مختلفة

الأحجام، بدءًا من الشركات الكبرى متعددة الجنسيات وصولًا إلى الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تقدم خدمات لوجستية متنوعة.

بالنسبة إلى **عينة الدراسة**، يمكن استخدام **العينة العشوائية الطبقية** لاختيار مجموعة من الشركات ضمن القطاع اللوجستي. يتم تقسيم العينة بناءً على حجم الشركات (صغيرة، متوسطة، وكبيرة) أو بناءً على نوع الخدمة اللوجستية المقدمة (شحن، تخزين، توزيع، وغيرها). يُفضل أن تتضمن العينة المديرين التنفيذيين ورؤساء الأقسام وموظفي الإدارة الوسطى، نظرًا لدورهم الهام في إدارة وتطبيق استراتيجيات ريادة الأعمال الرقمية والابتكار.

فيما يتعلق بـ **أداة جمع البيانات**، يمكن استخدام **الاستبيان** كأداة رئيسية لجمع البيانات من المشاركين. يتم تصميم الاستبيان ليشمل مجموعة من الفقرات التي تغطي مختلف جوانب ريادة الأعمال الرقمية (مثل استخدام التكنولوجيا الرقمية، إدارة المعرفة الرقمية، والتحول الرقمي) وأبعاد الابتكار التنظيمي (مثل الابتكار في المنتجات، العمليات، ونماذج العمل).

10.1 مصادر البيانات :

اعتمدت الدراسة على المصادر التالية في جمع البيانات والمعلومات:

- **المصادر الثانوية:** قام الباحث بالرجوع إلى الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والأدبيات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تتناول موضوع الدراسة والبحث في مواقع الإنترنت المختلفة لتقديم الإطار النظري المتعلق بهذه الدراسة.
- **المصادر الأولية:** قام الباحث بإعداد استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات مباشرة من أفراد العينة، حيث تكونت من عدد من الفقرات بهدف التعرف على ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.

11.1 أدوات الدراسة:

تم العمل على الاستبانة للتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

- **القسم الأول:** وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من شركات الخدمات اللوجستية والمتمثلة بـ: النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والوضع المهني.
- **القسم الثاني:** اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

12.1 حدود الدراسة

1. **الحدود الموضوعية:** تتناول الدراسة العلاقة بين أثر ريادة الأعمال الرقمية بأبعاده (ثقافة ريادة الأعمال- مهارات الرقمية الالكترونية- قاعدة المعرفة الرقمية- سهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار) على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.
2. **الحدود الزمنية:** تركز هذه الدراسة على تحليل البيانات وجمع المعلومات خلال العام 2024.
3. **الحدود المكانية:** يتم تطبيق الدراسة على شركات الخدمات اللوجستية.

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول: ريادة الأعمال الرقمية

1.1.2 مفهوم الريادة:

ظهر مفهوم الريادة في فرنسا في منتصف القرن الثامن عشر بمفهوم الريادي ويعرفه قاموس ويبستر (Merriam,2008,417) بأنه: "ذلك الشخص الذي ينظم ويدير ويتحمل مخاطر الأعمال أو المشروع".

ويتكون مفهوم الريادة (بن سعيد، 2014) من ثلاثة أبعاد هي كتالي : الابتكارية التي تمثل الحلول الإبداعية غير المألوفة لحل المشكلات، وتأخذ صيغا تقنية.

والمخاطرة: تتضمن الرغبة في توفير الموارد الأساسية لاستثمار الفرص مع تحمل المسؤولية عن الفشل، والاستدامة: تتعلق بالتنفيذ مع الأخذ بعين الاعتبار أن تكون الموارد مستدامة وذاتية.

❖ مفاهيم ريادة الأعمال

الجدول رقم (1) مفاهيم ريادة الأعمال بحسب رأي الباحثين والكتاب

تعريف (Burch,2017,10)	وهو مجموعة من الأنشطة التي تقوم على الاهتمام، وتوفير الفرص وتوفير الحاجات والرغبات من خلال الإبداع والاستحداث لتحقيق السبق في قطاع معين، أو إدارة نشاط أو عمل جديد في ميدان محدد، حيث يبتكر الريادي شيئاً جديداً بشكل عملي وشمولي، ويمارس عملاً جديداً يتسم بالإبداع ويتصف بالمخاطرة.
تعريف (Sahut,2021)	عملية خلق منظمة اقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الربح أو النمو تحت ظروف المخاطر وعدم التأكد
تعريف (Kraus,Etal,2019)	العملية التي يتم من خلالها إنشاء عمل جديد، أو تطوير منشأة معينة من خلال توفير المصادر اللازمة وتنظيم الموارد،

ومراعاة أخذ المخاطر والعواقب المتوقعة بالحسبان؛ للتمكن من الوصول نحو القمة، إذ تختلف الأنشطة المتعلقة بريادة الأعمال حسب نوع المنشأة".	
ويمكن تعريفها بأنها التعرف على الفرص واغتنامها وتحولها إلى السلع وخدمات قابلة لتسويق وإضافة قيمة لها من خلال استغلال الوقت والموارد وتحمل المخاطر وتحقيق الأرباح، وباختصار فإن إيجاد أو إضافة قيمة جديدة من الخصائص المتميزة لريادة الأعمال.	تعريف (Reza,et,al,2016,99)

المصدر: إعداد الباحث اعتماداً على الأبحاث والدراسات السابقة

2.1.2 نشأة وتطور ريادة الأعمال:

تعد ريادة الأعمال من الظواهر القديمة والمتجددة، ويعود ظهورها إلى العصور الأولى للإنسانية، فقد أحدثت الابتكارات الإنسانية نقلةً في الحضارة وازدهاراً في الاقتصاد منذ ابتكار العجلة التي غيرت مجرى الحركة والنقل، حيث يعود مفهوم ريادة الأعمال إلى الاقتصادي جوزيف شومبيتر، وبعض الاقتصاديين النمساويين، حيث عرف شومبيتر، رائد الأعمال بأنه: ذلك الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة لتحويل الأفكار الجديدة والاختراعات والابتكارات إلى مشروع (شركة ناشئة).

ولكن فرانك نايت 1976، وبيتر دراكر 1970، يعتبران أن ريادة الأعمال تتمحور بالأساس في المخاطرة، كما صنف Knight أسباب عدم الضمان إلى ثلاثة أنواع (Steininger, 2019):

1. المخاطرة: وهي ما يمكن قياسها إحصائياً.
2. الالتباس التي يصعب قياسها إحصائياً.
3. عدم الضمان الفعلي التي يستحيل تقديرها أو توقعها إحصائياً، حيث إن تأثير ريادة الأعمال غالباً لا يمكن توقعه

لذلك فلقد تأثرت ريادة الأعمال في بداية ظهورها بعددٍ من العلوم الإنسانية ومنها: علم الاقتصاد والتسويق وعلم الاجتماع وعلم النفس والإدارة الاستراتيجية وعلم التاريخ؛ مما أنتج

ظهور العديد من النظريات والتفسيرات لفكرة ريادة الأعمال، وتعريف المفهوم الخاص بريادة الأعمال في القرن العشرين للميلاد وتحديداً في عقدي الستينيات والسبعينيات، ولكن انتشر هذا المفهوم بشكل واسع في الثمانينيات والتسعينيات الذي اهتم بالمزيج بين الأرباح الناتجة عن العمليات التجارية المتنوعة والأفكار المتقدمة في مختلف المجالات؛ وذلك عن طريق الاعتماد على ابتكار وسائل حديثة لتطبيق الأعمال.(شحاته،2022)

3.1.2 أبعاد ريادة الأعمال:

وفقاً لـ (محروس وحماة،2023) تتمثل أبعاد ريادة الأعمال :

1. المخاطرة: سواء كانت مصاحبة لفكرة جديدة أو أسلوب حديث أو سوق جديدة، وأيا كان فالمقصود بالمخاطرة أي المخاطرة المدروسة والمخططة مسبقاً لاحتمال تبعاتها.
2. الإبداع: الجانب الإبداعي هو ما يميز العمل الريادي عن غيره من المشروعات التقليدية الأخرى، فالإبداع ليس محصوراً بالاختراعات الجديدة، بل قد يكون بصفات كثيرة تميز المشروع أو المنتجات عن المشروعات الأخرى.
3. حر: أي أن يكون العمل مستقلاً لمالك ريادة الأعمال، وليس لدى الآخرين.
4. فوائد ريادة الأعمال:

تحقق ريادة الأعمال فوائد كثيرة على مستوى الفرد والمجتمع، وتظهر أهم الفوائد في (أل جعثيم والعظيمان ،2023):

- **الاستقلالية:** أي أن ملكية المشروع تتيح لرائد الأعمال الاستقلالية في مشروعه وقراراته وفي حياته وفي ملكية وإدارة المشروع، ويملك الفرصة الكاملة في تحقيق ما يطمح له، كما أن الشعور بالمسؤولية تجاه عمله يجعله أكثر إنتاجية.
- **تحقيق الطموحات:** إنَّ من أهم مميزات ريادة الأعمال السعي إلى بناء الذات، وتحقيق أقصى الطموحات؛ حيث إنَّ ريادة الأعمال تمثل فرصة كبيرة للتعبير عن نجاحات أصحابها، وتعكس صورة إيجابية عن حماسهم ورؤيتهم، كما يمنح المشروع الخاص الشعور بالقوة والتمكن.
- **المرونة:** رواد الأعمال لديهم الإرادة الحرة بجدول زمني مرن من أي مكان يفضلونه، كما أنهم يصممون أعمالهم وفقاً لأسلوب حياتهم والتزاماتهم الأخرى.

- **تعلم أشياء جديدة** من أكبر فوائد ريادة الأعمال هي ارتداء قبعة مختلفة، وتعلم أشياء كثيرة تتعلق بالتسويق وإدارة الأموال والتعامل مع الأشخاص والتعامل مع المخاطر وإنجاز العمل بأكثر الطرق فعالية، وما إلى ذلك، فرواد الأعمال يكسبون الخبرة الواسعة في مجال مشروعاتهم؛ لأنهم يعملون من أجل نجاح عملهم بكل طاقة يملكونها، ويتعلمون كثيرًا من القدرات والمهارات التي من المحتمل أن تطور مشاريعهم الناشئة.
- **المساهمة في المجتمع** خدمة المجتمع تهتم في كل الدول عن طريق رواد الأعمال، فوسائل التواصل الاجتماعي من أفضل الخدمات الاجتماعية في تقريب التواصل بين جميع الأفراد، وهكذا كل المشاريع في جانب تحقيق المنفعة، لهذا ترى الباحثة أن رائد الأعمال بإمكانه تحقيق خدمات كبيرة للمجتمع، وعلى مر الأيام يدرك رائد الأعمال أهمية المشروع في الاستثمار المحلي وماله من أثر مهم في الاقتصاد الوطني.
- **إيجاد فرص عمل** من أهم فوائد ريادة الأعمال أنها لا تحقق لرائد الأعمال عائداً مالياً كبيراً مريحاً فقط، بل إنها تجعل صاحب العمل قادراً على إيجاد فرص عمل للآخرين، وتشغيل الأيدي العاملة، وبالتالي يتم خلق الكثير من فرص العمل في المجتمعات وفي الغالب يستثمر رواد الأعمال في الهوايات التي يميلون إليها ثم يستقطبون من لديه الشغف لمشاركتهم أعمالهم.

4.1.2 ريادة الأعمال الرقمية

أسفرت الثورة التكنولوجية التي يعيشها العالم اليوم عن تغيرات كبيرة في عالم الأعمال؛ فتحوّلت بذلك نماذج الأعمال من النموذج التقليدي إلى النماذج الرقمية؛ وهذا هو بدوره الفرص لولادة نماذج أعمال جديدة لاسيما في مجال ريادة الأعمال الرقمية.

5.1.2 مفهوم ريادة الأعمال الرقمية

يشير مصطلح ريادة الأعمال عموماً إلى عملية تحديد الفرص التجارية المحتملة واستغلالها، وذلك من خلال إعادة تجميع الموارد الموجودة، وإنشاء موارد جديدة؛ لتطوير منتجات وخدمات جديدة وتسويقها وتنفيذ الأفكار والحلول المبتكرة (Elia.et,al.2020)

ونتيجة للتحوّلات الرقمية التي يشهدها عالم المال والأعمال الذي يتميز بين التقنيات الرقمية وريادة الأعمال التي تعد فئة فرعية لريادة الأعمال التقليدي، مع التركيز على الاستفادة

من التقنيات الرقمية الجديدة بطرق حديثة، وتشمل قيادة الأعمال الرقمية كل ما هو جديد ومرتبط في العالم الرقمي، بما في ذلك إيجاد طرق جديدة للعثور على عملاء المشاريع الجديدة، واستحداث طرق جديدة كذلك لتصميم المنتجات والخدمات وتقديمها، إلى جانب طرق جديدة لزيادة فرص التعلم وطرق جديدة أخرى لزيادة الإيرادات، ووقف التكاليف ومصادر جديدة الفرصة والميزات التنافسية، لذلك ترى المفوضية الأوروبية أن قيادة الأعمال الرقمية هي "تأسيس مشاريع جديدة وتحويلها لشركات قائمة عن طريق تطوير تقنيات رقمية حديثة أو استخدام التقنية بشكل جديد".

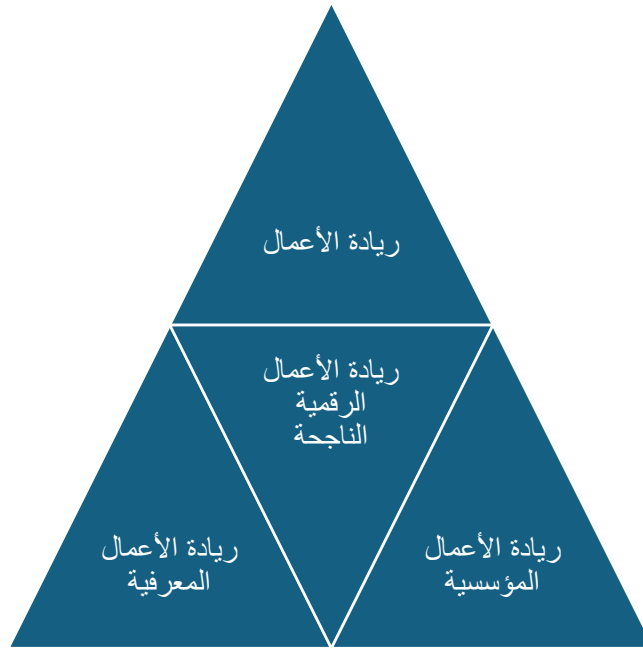
أما الساكت والحيارى (2022) عرفها بأنها: "أي نشاط ريادي يعمل على تحويل المنتج أو الخدمة أو أي جزء من الأعمال إلى شكل رقمي...، ومن الأمثلة عليها : فنيو الطاقة في المشروعات الصغيرة ومتوسطة المنصات الرقمية التي تتكون من مجموعة من الطبقات (طبقات المحتوى، وطريقة الخدمة، وتعمل كمكون جديد وفي نفس الوقت تمكن الآخرين من ابتكار منتجات أو خدمات جديدة باستخدام موارد المنصة، والتي تعتبر مساحة رقمية توفر لرواد الأعمال الفرصة للاتصال مع بعضهم البعض ومع العملاء". لذا فإنه في أي نشاط ريادي عموماً يتم فيه نقل أحد الأصول أو الخدمات أو الجزء الرئيسي من العمل إلى البيئة الرقمية، يمكن وصفه بأنه عمل ضمن قيادة الأعمال الرقمية.

وعلى هذا يعرف الباحث قيادة الأعمال الرقمية إجرائياً في هذه الدراسة الحالية بأنها توفير مجموعة من المقومات في شركات الخدمات اللوجستية تساهم في غرس وتعزيز قيادة الأعمال الرقمية لدى الشباب كمحاولة لمواكبة التغيرات العالمية الحادثة حالياً، كما تمثل مدخلاً لحل بعض المشكلات المجتمعية التي يعاني منها المجتمع؛ وبالتالي فإن قيادة الأعمال الرقمية تتمثل في تحديد الأفكار والفرص والاستفادة منها وتحويلها إلى سلع وخدمات مفيدة مع إضافة قيمة لها على المدى الطويل؛ وذلك من خلال الابتكار والاعتماد على وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات التي تساعد على الحصول على الربح المادي مع مراعاة وجود المخاطر والأزمات.

6.1.2 أهمية قيادة الأعمال الرقمية

تنبع أهميتها من اعتبارها عاملاً أساسياً ودائماً للنمو الاقتصادي والاجتماعي؛ وذلك من خلال توفيرها مجموعة واسعة من المنتجات وزيادة القدرة التنافسية والازدهار الشامل؛

لأنها مصدر للابتكار في البلدان، حيث إن ريادة الأعمال الرقمية تركز على الاستغلال الاقتصادي في الأفكار الإبداعية والحلول الابتكارية، وهذا يساهم في تزايد الاهتمام بهذه الأفكار والبحث والتنمية التكنولوجية، كما ينتج عنها تخفيف البطالة ونشر ثقافة العمل الحر وإيجاد فرص عمل جديدة، فضلاً عن تقديمها منتجات وخدماتٍ تستجيب لحاجات المستهلكين وتحفيز التنافس في الأسواق وتطوير البيئة الاستثمارية وتعزيز قدرات الجهات والمناطق الضعيفة على جلب الاستثمارات وتشجيع المركزية الاقتصادية، وصولاً إلى تجاوز العجز الاجتماعي وتحقيق العدالة الجغرافية ذات الوقع الإيجابي في الناتج المحلي والسلم الاجتماعي، وبذلك تعد ريادة الأعمال الرقمية أحد أهم محاور الحراك والترقية في المجتمعات الإنسانية والعملية. (العقرباوى والعضايلة، 2023)



شكل (1): أنواع ريادة الأعمال

7.1.2 ركائز ريادة الأعمال الرقمية:

حددت المفوضية الأوروبية خمسة ركائز ومقومات أساسية تقوم عليها ريادة الأعمال

الرقمية، ويمكن توضيحها: (Antonizzi & Smuts, 2020) :

✓ قاعدة معلومات رقمية وسوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

✓ ثقافة ريادة الأعمال.

✓ بيئة الأعمال الرقمية.

✓ التمويل.

8.1.2 المهارات الرقمية والقيادة الإلكترونية.

1. قاعدة معلومات رقمية وسوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وهي قاعدة تُستخدم في تخزين البيانات والمعلومات المعقدة التي تستخدمها أنظمة الكمبيوتر وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لهذا فهي من أهم التقنيات المسؤولة عن الأداء وعن عملية تنظيم الأعمال والمشروعات الرقمية؛ وذلك من خلال ما المعلومات عن الصناعات والشركات الإلكترونية، ويمكن دعم الابتكارات الإلكترونية وكذلك يتم نقله من التجارة الإلكترونية وتأسيس أعمال جديدة أو تعزيز وتطوير القديم منها، كما يتضمن الجانب الرقمي من خلال القطاع العام والخاص في هذا المجال قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ونشر وتسويق المنتجات والأفكار المبتكرة.

2. بيئة الأعمال الرقمية وهي عبارة عن مكان افتراضي يُستخدم في واحد أو أكثر من أنظمة الحاسوب؛ لرصد وحفظ المعلومات الأعمال والتفاصيل عن تفاعل الأفراد، ويمكن أن يتم ذلك من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي تتكون من خادم مركزي سيرفر واحد لمشاركة المعلومات والبيانات كل عام، ويمكن تعزيز بيئة الأعمال الرقمية وتحسين سهولة ممارسة الأعمال؛ وذلك من خلال توفير بيئة تنظيمية دائمة وتسهيل دخول عالم التسويق من عرض وطلب للمنتج؛ اعتماداً على التكنولوجيا الرقمية وتطوير منتجات المعلومات والاتصال.

3. التمويل: إنَّ الحصول على تمويل يمثل عاملاً أساسياً لكل مشروع تجاري؛ للقيام بأنشطته وأعماله بشكل فعال وإيجابي، ويُعرف التمويل بأنه: قدرة الفرد أو المؤسسة على الحصول على الخدمات المالية من ائتمان ودفع وتأمين وغير ذلك، ويعتمد نوع التمويل على نوع الأعمال ومنتجاتها وخدماتها، لذا فإنَّ إدارة التمويل في غاية الأهمية لكل صاحب مشروع؛ وذلك للحد من المخاطر المالية مع توفير العديد من مصادر التمويل الرسمية وغير الرسمية ومن الأهمية البحث عن أشكال الابتكارية لزيادة الاستثمار الرقمي.

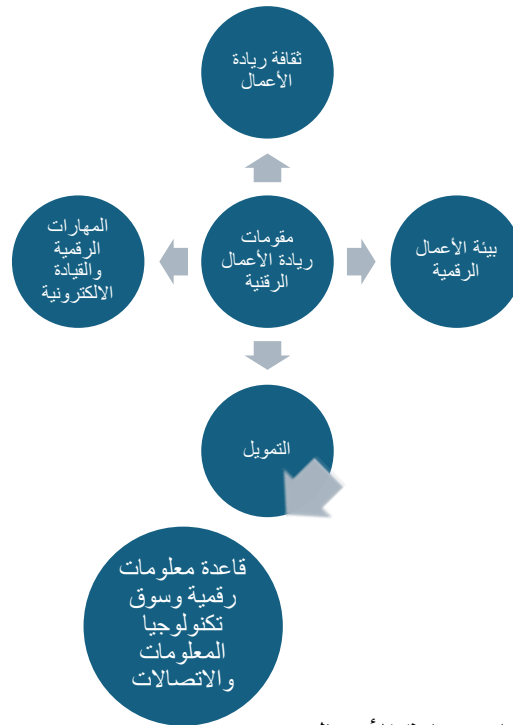
4. المهارات الرقمية والقيادة الإلكترونية: هناك العديد من المهارات لابد أن يمتلكها أي شخص حتى يصبح رائد أعمال، ويقصد بها مهارات الفرد المرتبطة باستخدام التقنيات الرقمية، بينما القيادة الإلكترونية يقصد بها العملية التي تتم من خلال التأثير على الأفراد

من أجل تغيير اتجاهات مصروفهم وطريقة أدائها من الفرص من أجل تحقيق أهدافهم بفعالية، ويمكن ذلك من خلال التعليم والتدريب الإلكتروني والاستفادة المتاحة من تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛ بحيث يتمتع الأفراد بالمهارات والمعارف اللازمة؛ لتحسين كفاءة الأعمال التجارية ووضع نماذج جديدة رقمية.

5. ثقافة ريادة الأعمال : يُقصد بها أنها بيئة تؤثر في الأفراد وتدفعهم للحصول على الدعم لأفكار منتجاتهم الابتكارية وتحمل المخاطر في مجال ريادة الأعمال الرقمية، كما ينظر إليها على أنها برنامج أو مكان يتم فيه تشجيع رواد على التعبير عن أفكارهم ومنتجاتهم المبتكرة، ويعتمد دعم ثقافة ريادة الأعمال الرقمية على نشر ثقافة ريادة الأعمال في المجتمع والتأكيد على دور الرواد الفعال فيه. (غندور و طايبي، 2022)

9.1.2 مقومات ريادة الأعمال الرقمية

حددت (حناشي وآخرون، 2023) خمس ركائز ومقومات أساسية تقوم عليها ريادة الأعمال الرقمية، ويمكن توضيحها في الشكل التالي:



الشكل رقم (3): مقومات ريادة الأعمال

المصدر : تصميم الباحث

ويُمكن تناول كل عنصر بالتفصيل كما يلي (Muafi, Etal,2021)

1. قاعدة معلومات رقمية وسوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: هي قاعدة تُستخدم في تخزين البيانات أو المعلومات المعقدة التي تستخدم أنظمة الكمبيوتر وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهي من أهم التقنيات المسؤولة والإدارة الرئيسية في عملية تنظيم الأعمال والمشروعات الرقمية، ومن خلالها يتم نقل المعلومات عن الصناعات والشركات إلكترونيًا، ويمكن دعم الابتكارات الإلكترونية، وكذلك التجارة الإلكترونية، وتأسيس أعمال جديدة وتعزيز وتطوير القائمة منها التي تتبنى الجانب الرقمي في القطاع العام أو الخاص، وفي هذا المجال يقوم قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كمحرك لنشر وتسويق المنتجات والأفكار المبتكرة.

2. بيئة الأعمال الرقمية : عبارة عن مكان افتراضي يُستخدم فيه واحد أو أكثر من أنظمة الحاسوب؛ لرصد وحفظ معلومات كل الأعمال والتفاصيل عن تفاعل الأفراد، ويمكن أن يتم ذلك من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي تتكون من خادم مركزي (سيرفر) واحد ؛ وذلك لمشاركة المعلومات والبيانات لكل عميل.

وعليه يمكن تعزيز بيئة الأعمال الرقمية وتحسين سهولة ممارسة الأعمال من خلال توفير بيئة تنظيمية داعمة تسهل دخول عالم التسويق من عرض وطلب للمنتج؛ اعتمادًا على التكنولوجيا الرقمية وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

3. التمويل: يعد الحصول على التمويل مقوماً أساسياً لكل مشروع تجاري للقيام بالأنشطة والأعمال بشكل فعال، ويُعرف على أنه قدرة الفرد أو المؤسسة على الحصول على الخدمات المالية من ائتمان وإيداع ودفع وتأمين وغير ذلك، وعلى فائدة إدارة التمويل في غاية الأهمية لكل صاحب مشروع؛ للحد من المخاطر المالية، مع توفر العديد من مصادر التمويل الرسمية وغير الرسمية ومن الأهمية البحث عن أشكال ابتكارية لزيادة الاستثمارات الرقمية.

4. المهارات الرقمية والقيادة الإلكترونية هناك العديد من المهارات لا بد أن يمتلكها أي شخص حتى يصبح رائد أعمال من بينها المهارات الرقمية، يقصد بها مهارات الفرد المرتبطة باستخدام التقنيات الرقمية، وأما القيادة الإلكترونية يقصد بها العملية التي يتم من خلالها التأثير على الأفراد من أجل تغيير اتجاهاتهم وسلوكهم وطريقة أدائهم من أجل تحقيق أهدافهم بفعالية، ويمكن ذلك من خلال التعلم والتدريب الإلكتروني واستغلال الفرص المتاحة من تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بحيث يتمتع الأفراد

بالمهارات والمعارف اللازمة لتحسين كفاءة الأعمال التجارية، ووضع نماذج جديدة رقمية.

5. ثقافة ريادة الأعمال بقصد بها أنها بيئة تؤثر في الأفراد، وتدفعهم للحصول على الدعم لأفكارهم ومنتجاتهم الابتكارية لتحمل المخاطر، في مجال ريادة الأعمال الرقمية ويعتمد دعم ثقافة ريادة الأعمال الرقمية على نشر ثقافة ريادة الأعمال في المجتمع والتأكيد على دور رواد الأعمال الفعال.

6. وهناك مقومات أخرى لا غنى عنها للتحويل إلى ريادة الأعمال الرقمية (Cavallo.Etal,2019)وهي:

(1) البنية التحتية الرقمية تؤدي البنى التحتية الرقمية دورا هاما في تسهيل وتعزيز وحدة الأعمال، وتشمل شبكات الإنترنت وعوامل الحماية والأمان الإلكتروني والحاسبات الشخصية وخطوط الهاتف.

(2) الدعم الحكومي: يتمثل الدعم الحكومي في دورين أساسية لتحسين وتيسير أنشطة الأعمال التجارية وهما: أولاً؛ توفير بنية تحتية رقمي قوية والسياسات داعمة مثل الضرائب المخفضة

(3) ثانياً: يمكن للحكومة أن تساعد في تطوير الأعمال الرقمية من خلال إنشاء مؤسسة أعمال تجارية رقمية زيادة الاستثمار في مجال البناء التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تعزيز استخدام تطبيق التجارة الإلكترونية للتأثير في الأسواق العالمية، وزيادة القدرة على التحصيل الابتكار، وتنظيم الأعمال والمشروعات التجارية.

10.1.2 فلسفة وأهداف ريادة الأعمال الرقمية

تركز ريادة الأعمال بصفة عامة على فلسفة مفادها كيفية استغلال الفرص المتاحة وتحويلها إلى أعمال ذات قيمة تخدم المستهلك وتلبي حاجاته ورغباته وتكون ممتعة ذاتياً سواء أكانت مادية أو ثقافية أو اجتماعية؛ وذلك عن طريق الابتكار والإبداع وتحمل المخاطر، وبالتالي تقوم فلسفة ريادة الأعمال الرقمية على اقتناص الفرص المتاحة من التقدم التكنولوجي المتزايد، وتوجه الدولة نحو التحول الرقمي في شتى مناحي الحياة، واعتماد الأغلب على التعاملات الرقمية والتسويق الإلكتروني وخاصةً ما بعد جائحة كورونا.(محروس وحماد،2023)

11.1.2 أهداف ريادة الأعمال الرقمية:

تتمثل أهداف ريادة الأعمال الرقمية (أل جعثيم والعظيم، 2023):

1. الإسهام في التنمية الاقتصادية للمجتمع وزيادة الناتج المحلي والقومي.
2. الحد من مشاكل البطالة.
3. تطوير المنتجات والخدمات وجعلها مستدامة.
4. استحداث وظائف جديدة متعددة على التطور الرقمي.
5. فتح أسواق إلكترونية جديدة.
6. توفير الربح المادي.
7. تحقيق الميزة التنافسية.
8. استخدام أحدث الأساليب التكنولوجية لتوفير الوقت والتكلفة والجهد.
9. مرونة العمل تحت أي ظروف.

12.1.2 أهمية ريادة الأعمال الرقمية

وتتمثل (غندور و طايبي، 2023) أهمية ريادة الأعمال الرقمية

1. جذب أكبر عدد من العملاء أو المستهلكين وهذا يرجع إلى سهولة الاتصال بين البائع لتلك عبر الإنترنت والخاصة في هذا الوقت الراهن.
2. الحفاظ على المنافسة وذلك أنه من خلال التسويق الإلكتروني يمكن للمؤسسات الأعمال الحصول على المزيد من العملاء والقوة الكافية لمواجهة تحديات المنافسة في السوق وتنمية أعمالهم.
3. تعظيم قيمة الموقع الإلكتروني: حيث إن التصميم الجيد لموقع الأعمال التجارية يساهم في جذب المزيد من العملاء أو تحقيق هدف رائد الأعمال من مبيعات عالية.
4. انخفاض التكاليف من مزايا التكنولوجيا الرقمية، حيث إنها في متناول اليد وتكلفتها منخفضة وتتباين التكاليف على حسب الاستراتيجية المستخدمة في التسويق، وبالتالي يمكن تخفيض التكاليف من خلال استخدام التقنيات الرقمية.

5. التغذية الراجعة الفورية: من المزايا الهامة في ريادة الأعمال الرقمية حصول المستثمر على ردود فعل على الفور من العمل، وبالتالي يمكن تعديل المنتج إذا لازم الأمر إرضاء العملاء.

المبحث الثاني : الابتكار التنظيمي

1.2.2 تمهيد:

في وقتنا الراهن أصبحت نظرة شركات الخدمات اللوجستية الموجهة نحو الابتكار مختلفة إذا ان الابتكار بات مصدراً لخلق الثروة والقيمة المضافة ويحدد درجة تقدم الدول والامم ورقبها من حيث خلق اسواق ومنتجات جديدة تؤدي لكسب الميزة التنافسية في ظل احتدام المنافسة حيث تبرز اهمية العلاقة بين استمرارية المؤسسة ونجاحه وقدرته على خلق فكر ابداعي داخل أفرعه وبالتالي أصبح الابتكار التنظيمي ضروري حتمية لتحقيق الأهداف التنظيمية في شركات الخدمات اللوجستية .

2.2.2 مفهوم الابتكار التنظيمي واهم المصطلحات المرتبطة به

اشتقت كلمه ابتكار من بكر، بكر، بكوراً، أي تقدم في الوقت علي اتاه بكرة اي بكر الى الشيء وعجل اليه، وهذا يدل أن كلمة ابتكارية فعل دل على الوقت وعند القول بكرة أسرع وابتكر اي جاء قبل الآخرين (أبوسنينة، 2020).

ويقول “ Peter Drucker نحن نعلم الان مصدر القيمة هو شيء يتمثل في شكل المعرفة البشرية وإذا استخدمنا المعرفة في المهام التي نعرف كيف ننجزها بشكل واضح فنحن نطلق عليها الإنتاجية وإذا استخدمنا المعرفة في المهام التي تعتبر جديدة ومختلفة فإننا نطلق عليها الابتكار (أبوشرار، 2019).

كما كتب Christopher Freeman (1982) في بحثه الشهير عن اقتصاديات الابتكار ان " عدم الابتكار هو الموت" (Hamdouni, 2022)

وعرف على انه: المرونة في التعامل مع المشاكل غير العادية والمبادرة ورفع حلول لها وكذلك الابتكار في اساليب العمل والعمليات وقدره المؤسسة على تغيير الاجراءات التشغيلية القياسية للاستجابة للتغيرات البيئية (العربي وآخرون، 2019).

أما (Adam & syah 2020) قالوا إن الابتكار هو قدرة جديدة على تكوين ثروة بالموارد ومناقشة الابتكار بطريقة كاملة ومنهجية عارضوا أن الابتكار هو فكرة "إلهام" يمكن تدريبه وتعلمه، قد يكون الابتكار في شكل خدمات جديدة، أو منتجات جديدة، أو تقنيات جديدة،

أو طرق إدارة جديدة، كما أن الاكتشاف هو عملية إيجاد تقنيات جديدة، في حين أن الابتكار هو عملية لتحويل الاختراعات إلى تسويق ويتطلب الابتكار أفكارًا أفضل ويؤكد على عملية تنفيذ هذه الأفكار الابتكار التنظيمي الفعال هو مفتاح بناء الميزة التنافسية والحفاظ عليها لمواجهة التغيرات المحيطة.

وفي الاقتصاديات القائمة على المعرفة تحدد مصدر المعلومات والمعرفة كطريقه للابتكار التنظيمي والقدرة والقوة التي يجب ان تمتلكها المؤسسات لتبني الابتكارات الضرورية في الوقت المناسب للوصول للميزة التنافسية المستدامة وهذا يعني ان الابتكار يفرض نفسه كعامل رئيسي في زيارة القدرة التنافسية (Kinda & Ali, 2018)

- حدد كل من (الكعبي، 2016) معنى لكلمه الابتكار، وقسموها الى ثلاث فئات،

الجدول (2) الفئات الثلاث: للابتكار

الجديد بالنسبة إلي	الجديد في	الاستخدامات الجديدة
1- الابتكار العالمي	1- الابتكار التكنولوجي	1- التحسينات
2- للصناعة	2- خطوط الانتاج الجديدة	2- المهارات الجديدة
3- للمجتمع العالمي	3- خصائص المنتج الجديد	3- الأساليب أو المهارات التسويقية والتوزيعية والطبيعية الجديدة
4- السوق	4- تصاميم المنتج الجديدة	4- المهارات الإدارية الجديدة
5- للمؤسسة	5- الخدمات الجديدة	5- الخبرات الجديدة أو التعليمات الجديدة
6- للعمليات	6- الاشكال الجديدة من المنافسة	6- الخصائص أو المنافع الجديدة
	7- عملاء جدد	

	8- احتياجات العملاء الجدد	
	9- سلوك المستهلك الجديد	

كما صنف الابتكار الى خمسة أنواع التركيبات الجديدة): (Adam.Etal,2020)

- تقديم خدمة جديدة لم يعرفها او يستخدمها العميل من قبل او قدمت بجوده مختلفة ومبتكره.
- تقديم طرق جديده للخدمات.
- فتح اسواق جديدة لم يدخلها المنافسون من قبل سواء كان سوق موجود أصلا ام تم إيجاد ذلك السوق.
- اما اهم الاختلافات الموجودة بين عمليه الابداع والابتكار فنوجزها في الجدول التالي:

الجدول (3) يوضح اهم الفروقات الموجودة بين الابداع والابتكار

البيان	الابداع	الابتكار
المحاولة	فردية	جماعية
العملية	متقطعة ولحظية	مستمرة وطويلة
الأثر	غير قابلة للقياس، محتمل استعمال وتعلم طرق التفكير الأفكار	قابلة للقياس، مؤكد
التكوين	تضارب الأفكار	استعمال الأدوات الاستراتيجية تيسير المشاريع
نوع الاجتماعات	التوجه نحو التفكير	تقارب والأفكار والإجماع حولها للتوجه نحو التطبيق
نوع التفكير	مصدر	كفاءة
دور المشرف		
اهميتها في المؤسسة		

3.2.2 خصائص الابتكار التنظيمي:

نستنتج من التعريفات السابقة للابتكار أن هذا المفهوم يتركز على العديد من الخصائص نريدها بما يلي: (Kuratko.Etal,2019)

- الابتكار يعني التميز: اي الاتيان بما هو مختلف عن المنافسين من خلال الكسب شريحة الحاجات البنوك المنفردة.
- الابتكار يمثل الجديد اي الاتيان بالجديد كليا أو جزئيا وبذلك فهو يمثل المصدر الرئيسي للحفاظ على الحصة السوقية لأي بنك تجاري وتوسيعه وتطويره.
- الابتكار هو القدرة على اكتشاف الفرص ما هو نمط من انماط الابتكار الذي يعتمد على التنبؤ وقراءة جديدة للحاجات لزيارة قدرة الخدمات الجديدة في اختراق اسواق غير معروفة وإيجاد طلب فعال.
- الابتكار هو ان تكون المتحرك الاول في السوق: وفي هذا تمييز للصاحب الابتكار اي يكون الأول في التوصل الى الفكرة والخدمة والسوق عن المنافسين.

4.2.2 أهمية الابتكار التنظيمي:

- يحضى الابتكار بأهمية كبيرة ولعل أبرز ما يوضح هذه الأهمية ما يلي: (لوكريز وسمية، 2014) (Liu.Etal,2017)
- ينمي ويراكم المهارات الشخصية في التفكير والتفاعل الجماعي من خلال فرق العصف الذهني.
- يزيد من فاعلية وجودة القرارات المتخذة لمعالجة المشكلات سواء تلك الخاصة ببيئة العمل الاجتماعية أو المجالات المختلفة فنية، مالية وتسويقية.
- يساعد على إيجاد وتعزيز سمعة الشركة .
- تحقيق الرضاء العملاء من خلال خدمات جديدة ومبتكرة.
- يزيد من شعور المورد البشري المبتكر بالإنجاز والرضى عن نفسه وتحقيق الذات لديه.

5.2.2 العوامل المؤثرة على الابتكار

حددت الدراسات العوامل المؤثرة في الابتكار يعتبر النشاط الابتكاري معقد نتيجة مجموعة من العوامل تدخل في تكوينه ولها دور في تحفيزه في ظل ظروف معينة وغير فعالة في ظروف أخرى نلخصها في ثلاث عوامل هي (Naguib& Naem,2018).

❖ العوامل الشخصية

في العهود السابقة كان المعتقد السائد ان الاشخاص المبتكرين يمتازون بخصائص مختلفة عن اقرانهم مثل درجات الذكاء العالية والتنبؤ بالمشكلات والتمتع بقدرات خارقة على حلها وخلق كل ما هو جديد سواء كان في العمليات او الخدمات لكن اظهرت الدراسات الأخيرة ان هذه الخصائص قد تبدو حتى على الاشخاص غير المبتكرين وعليه فأصبح تحديد المورد البشري المبتكر ليس بالأمر السهل وفيما يلي يشير الى مجموعة من الخصائص التي تظهر على حالات كثيره من الأفراد المبتكرين (عبدالله وأحمد،2020)

- الميل الى التعقيد إذا يتميز المورد البشري المبتكر بدافع ذاتي لحل المشكلات ذات الصعوبة العالية والمعقدة نوعا ما والتوجه الى الحالات المنشئة للأفكار والحلول الجديدة والمعقدة وترك الحالات الروتينية المألوفة.

- حالة الشك لدى الافراد المبتكرين شعور دائم بالشك وتساؤلات حول لماذا يكون هذا ولا يكون ذلك ومحاولتهم الجاهدة دوما للخروج عن الروتين والمألوف في تفسير الحوادث المحيطة لمحاوله التوصل الى اسباب ونتائج مختلفة.
- الحدس وهو محاوله رؤية الأشياء غير الظاهرة التي تشكل وصفات تخلق افكار جديدة عكس الطريقة العلمية التي تمثل في البحث سلسلة منطقية مترابطة من الخطوات.
- الانجاز الذاتي بالرغم من وجود حوافز خارجية تلعب الحوافز الذاتية الداخلية رغبة كبيرة في الانجاز الذاتي وتحقيق الذات وهذا ما يمثل في " هرم " ماسلو فالتفوق على الآخرين بالنسبة للشخص المبتكر انجازا ذاتيا رغم تأثير المحفزات الخارجية والمادية والمعنوية.
- النفور من المحددات والقيود ان القيود تحول بين المبتكرين وبين قدراتهم الذهنية التي تحصر الذهن وتحدد من انطلاقه اذ يتميز برفضه من القيود التنظيمية والمهنية.

❖ العوامل التنظيمية:

- يعمل الافراط في سياق تنظيمي تحديده الاجراءات والقواعد سواء روتينية جامده او منفتحة ولهذا توجد حديد من العوامل التنظيمية التي تؤثر على النشاط الابتكاري سواء بتعزيزه او اعاقته ومنها ما يلي: (الهبارنة وأبوجمه، 2022).
- استراتيجية المنظمة : يعتمد النشاط الابتكاري على الاستراتيجية المتبعة في المنظمة فعندما تكون خلاقة تبحث عن ميزه تنافسيه تكون هذه المنظمة مبتكرة تخلق الفرص وتحسن استغلالها ولا يمثل الابتكار اولويه لها عند إتباع نظام التوجه نحو الحالة القائمة وتدعيم استمراريه النظام الحالي لهذه المنظمة.
- القيادة وأسلوب الإدارة تدعم القيادة المبتكرة تفويض السلطة المقرونة بالاتصالات، كما وتلعب دورا مهما في تشجيع الابتكار من خلال رؤيتها طويله المدى وتشجع التغيير التكنولوجي والتنظيمي واساليب العمل، في حين ان القيادة البيروقراطية تكبح الافكار المبتكرة والتغيير وتراه يشكل خطرا على النظام كما ويعمل نظام هذه القيادة على اعاقه الابتكار من خلال اسلوبها الهرمي الروتيني وعدم استنادها على اسس الابتكارية.
- الفريق: أصبح خلق التفاعل وضمان تدفق الموارد وخلق مناخ أكثر ملائمة للأعمال الابتكارية والابتعاد عن خطر التخصص في ادارة الاعمال والعمل على شكل فرق من اهم دعائم الابتكار.

- ثقافة المنظمة هي مجموعه من القيم والمعايير والمعتقدات المتكونة في فترات زمنية معينة للمنظمة إذا انا المنظمات التي تتميز بثقافة ابداعيه هي قائمه في ثقافتها على الابتكار وحين رفض المنظمة اي ثقافة جديدة وميلها دوما للمحافظة على الحالة الدائمة لثقافتها فهي تصنف من المنظمات البيروقراطية التي تكون غير ملائمه للعمليات الابتكارية.
- العامل المؤثر : يؤثر العامل المؤثر في الابتكار باعتباره محفزا او معيقاً، بحث لا بد من مراعاة العامل المؤثر في كل عمليات الابتكار من اجل ضمان ظروف تنظيميه ملائمه للابتكار فمثلا إذا كان الابتكار يؤثر في تحسين انتاجيه العمل فهذا العامل المؤثر.
- الاتصالات تحرص البنوك الابتكارية على استغلال وتبادل الاتصالات وتقاسمها مع جميع الأقسام والتخصيص الجيد للموارد عن طريق سهولة تدفق المعلومات وانسيابها بين الوحدات، عكس نظيرها من البنوك المركزية فهي تقوم على اعاقه النشاط الابتكاري عن طريق تقييد عمليات الاتصال فهي تحد من تقاسم المعلومات مما تخلق عزله للوظائف والافراد وتدعيم الحالة القائمة.

6.2.2 مصادر الابتكار

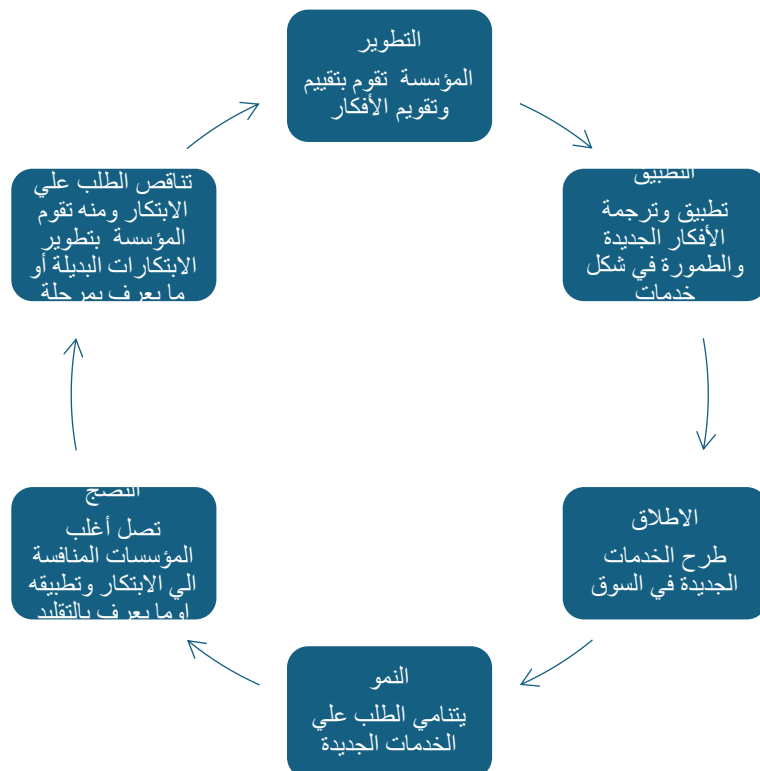
تشير معظم الابحاث الحالية الى ان المؤسسات المبتكرة والناجحة تستخدم مصادر متعددة للمعلومات والافكار (حفاف وآخرون، 2021)

- البحث والتطوير الداخلي بما في ذلك البحث الأساسي.
- اقامه روابط مع العملاء أو غيرهم من المستخدمين المتوقعين الآخرين للابتكارات والمنافسين.
- اقامه الروابط مع شبكة خارجية من المؤسسات، التي قد تشمل المنافسين والموجهين.
- الربط بمصادر خارجية اخرى للمعلومات العلمية والتقنية.

7.2.2 مراحل الابتكار

العملية الإبتكارية تتطلب تفكيراً خلاقاً يكون الأساس في التوصل الافكار جديده التي ترتبط بجانبين رئيسيين اولا حل المشكلات الحالية بطريقة جديدة وغير مسبوقه او الاتيان بفكرة جديدة في موضوع او مجال جديد والتفكير الخلاق يكون في مراحل عديدة وهي (الشمائلة والعزب، 2023):

- تطوير الابتكار في هذه المرحلة تهتم المؤسسات باستغلال اهم الافكار الابتكارية والخلقة وتقوم بتقييم وتقويم وتحسين الافكار الجديدة من اجل ترجمتها الى ابتكار يظهر على شكل الخدمة التي من شأنها تقديم قيمه مضافه للمؤسسة .
- تطبيق الابتكار: وفي هذه المرحلة تقوم المؤسسات على التطبيق الفعلي للأفكار الابتكارية المميزة من خلال عملية التصميم خدمات والعمليات الجديدة.
- إطلاق التطبيق : وفيها تقوم المؤسسات بطرح وتقديم الخدمات الجديدة في السوق.
- نمو الابتكار: وفي هذه المرحلة يتسم الابتكار الناجح في السوق بزيادة الطلب عليه بشكل أكبر وهذا يعني ان الابتكار قد يدخل مرحله نمو الاداء الاقتصادي وتحقيق الربحية العالية مع امكانية ان يصبح الطلب يتجاوز العرض.
- نضوج الابتكار : وفي هذه المرحلة اغلب البنوك المنافسة تصل الى الابتكار وتطبيقه بإدخال خدماتها الى العالم المصرفي لينافس الابتكار الاصلي كما انه البنوك المنافسة تستنفذ كل امكانيات التحسين في الخدمات عن طريق العمل وبسرعة على ادخال التعديلات والتحسينات الجزئية الصغيرة عليه.
- تدهور الابتكار: إن كل ابتكار جديد ناجح يحمل بذور تدهوره اللاحق من أجل استمرار دوارن الابتكار المتعاقب المستدام وتدخل في هذه المرحلة الضرورية وهذا ما ينطبق على دوره حياه الابتكار.



الشكل (4) مراحل عملية الابتكار:

المصدر : بورنان، فاطمة الزهراء، معراج هواري (2017). " دور الابتكار في دعم الميزة تنافسية للمنظمة الاقتصادية ". مجلة الدراسات جامعة الأغواط العدد 3، ص ص 265 – 278.

8.2.2 محددات الابتكار

رغم نشاطات التي تقوم بها المؤسسات لتنمية الابتكار فإنها تواجه عوائق ومصاعب يحد من ابتكارها ومن تلك المحددات ما يلي: (الهبارنة وابو جمعه، 2022)

1. ارتفاع معدل فشل الخدمات الجديدة وتنقسم الى اسباب مالية (عدم وجود التمويل لدعم عملية الابتكار والتسويقية، ونقص الموارد المالية واسباب فنية.

عدم قدره الخدمة على تحقيق مستوى الاداء المطلوب منها اي عجزه في حل المشاكل الفنية والتقنية، وعدم القدرة على تجديد الخدمة من الناحية الفنية واسباب تسويقية وتجارية (سواء في تقدير، تغيير رغبات العميل، توقيت إطلاق الخدمة رد فعل قوي من المنافسين).

2. ارتفاع تكلفه ابتكار الخدمة.

3. زيادة حده المنافسة في حال النجاح.

4. طول عملية ابتكار الخدمات.

9.2.2 صفات المنظمات المبتكرة

ان الابتكار عملية تنظيمية هادفة تتجسد ضمن منهج في أي طار فكري تطبيقي مرغوب فيه، متمسماً على أسس ومعايير تطبيقية، لهذا نجد أن البنوك الابتكارية تتميز بهيكل تنظيمي مرن غير خاضع للروتين والبيروقراطية التي تحد من أدائها، وعليه فإن هناك مجموعة من الخصائص التي تمتاز بها البنوك المبتكرة ومنها (حفاف وآخرون، 2021)

1. مدخل حيوي لحل التحديات وتأسيس فرق عمل.

2. مرونة عالية في تطوير الشخصية وتبني القيام والمعرفة.

3. تبني النماذج العقلية المتطورة وتجنب النزاعات والصراعات.

4. التميز بالتنبؤ المستقبلي والقيادة الرائدة.

5. رفع الروح المعنوية وترجع فرق العمل والتخلي عن السلطة الهرمية.

❖ ابتكار المنتج:

يعني ذلك تقديم منتج سلع خدمات جديدة او تطوير المنتج وتغيير مواصفاتها التقنية والمواد المكونة والوظائف التي يؤديها، أي تطوير جذري من خلال التقنيات المستخدمة واساليب الانتاج ليشمل هذا الابتكار خصائص المنتج أو الخدمة واستخداماتها (العقرباوى والعضايلة، 2023).

ان البيئة التنافسية التي تسود عالم الاعمال جعلت من الخدمات المصرفية عاملا أساسيا بل وخرج في استراتيجية المؤسسات لهذا بات لا بد من الاخذ بها لتطوير تلك الاستراتيجية، فالخدمات هي كل شيء يقدم المنفعة لعملاء المؤسسات سواء على المدى الطويل او القصير، كما وتشبع حاجات ورغبات ومطالب العملاء، لذلك أتت المؤسسات اليوم الى تطوير خدماتها الحالية او العمل على تقديم خدمات جديدة.

يعد ابتكار المنتجات أحد العوامل الرئيسية لنجاح العديد من العلامات التجارية حيث وصفه بأنه "تصميم منتج جديد أطلقته علامة تجارية لأغراض مربحة تهدف الى تعزيز جودة وميزات المنتجات التي تنبع أساسا من التصميمات الإبداعية أثناء عملية الإنتاج".

كما ويشمل الابتكار المنتجات جوانب عديدة مثل تطوير منتج أو خدمة جديد، تحسين تصميم المنتج أو الخدمة المنشئة، استخدام تقنيات وأفكار جديدة في ابتكار خدمة ثابتة في المؤسسات . (Mamonov & Peterson, 2021)

وعلى العموم فإن ابتكار المنتجات كما ذكر سابقاً، يعني تقديم منتج أو خدمة جديدة، أو التطوير على منتج أو خدمة حالية، وذلك لتلبية احتياجات العملاء ومواكبة متطلبات العصر الذي يعرف بعصر الزبون، وهذا ما يدفع المؤسسات لزيادة حصتها السوقية والحصول على عملاء جدد، إضافة الى ان هناك من يرى ابتكار المنتجات من النظرة التسويقية على انها " تشمل التصميم الفني والبحث والتطوير والانتاج والإدارة والأنشطة التجارية المرتبطة وتسويق منتج جديد". (Bouziane et al, 2018)

بشكل عام يأتي ابتكار المنتجات من قدره العلامة التجارية على تقديم شيء جديد الى السوق يتميز بأفكار فريدة توفر قيمه إضافية للعملاء، مما يعزز من جودة الخدمات بالنسبة للعديد من المؤسسات ، فابتكار المنتجات أو الخدمات الناجح يعد محركاً للنمو، وبالتالي تؤثر على قرار التعامل و الانتماء مع المؤسسات الكبيرة التي نجحت في بناء علامة تجارية جديرة بالثقة في كل أنحاء العالم ومن هنا نرى أن قدرة المؤسسات على تقديم خدمات ذات جودة عالية وتصميم الخدمات الجذابة واحدة من اهم الوسائل الممكنة لضمان الابتكارات حيث أن الابتكار بات من الممارسات الشائعة لإنشاء تصورات إيجابية بين العملاء، وعلاوة على ذلك، يحدث ابتكار المنتج عندما تقوم البنوك على إنشاء خدمة فريدة يصعب على المنافسين نسخها أو تقليدها مثل ذلك لتعزيز من قيمتها التجارية (Azeem.Etal, 2021)

❖ ابتكار العملية

يركز هذا النوع من انواع الابتكار على التغيرات المتعلقة بالتطوير او تطبيق طريقه مبتكرة لإنتاج والتسويق والهدف من هذه العملية يتمحور حول زيادة جودة تقليل التكاليف وكسب رضا العملاء (Rahmah.Etal, 2020)

يعرف ابتكار العملية بأنه سلسلة من المهام والأنشطة التي تنجز من قبل مجموعة متكاملة من الموارد البشرية والتقنيات والبنية التحتية أي تعمل على تحويل المدخلات الى مخرجات من خلال تلك السلسلة من الاجراءات والنشاطات المنجزة في المؤسسة، بحيث ان هذه النشاطات تولد قيمة للعملاء، اذ يبتدأ ابتكار العملية بالإدراك الجيد الى من هم عملاء هذه العملية أو الخدمة وما الذي يتوقعونه منها (العقرباوى والعضايلة،2023).

وعرفه (Mamonov & Peterson, 2021) بأنه القدرة على تطوير وتحسين العمليات الحالية او التوصل الى عمليات انتاجيه جديدة.

10.2.2 أنواع ابتكار العملية:

وتكون ابتكارات العملية في أحد الأشكال التالية:

أولاً: تحسين عملية خدمية قائمة هي مجموعة من الطرائق والممارسات التي تنفذ السيطرة على تحسين العمليات مما يؤدي الى انتاج خدمة مبتكرة (حفاف وآخرون، 2021)

وتعني كذلك تحسين الاجراءات والنشاطات ،الأساليب الطرائق واداء العمليات الانتاجية، ويكون الهدف تقليل تكاليف العمليات او تحسين جودة الخدمات التقنية المصمم.

ثانيا: تصميم عملية خدمية جديدة تتضمن تطوير لعمليات جديدة لتصميم الخدمات او تحسين الخدمات الحالية فهي اختيار وترتيب التقنيات المطلوبة لعملية التحويل وتكامل قوه العمل .

حيث تهدف تصميم العملية الجديدة الى اختيار وتحديد الطريق الأفضل لتصميم خدمة، لذلك فان تخطيط وتصميم العملية يتعلقان بتحديد العلاقات القائمة ما بين العملية التشغيلية لتصميم الوسيلة الأكثر كفاءة لإبتكار خدمة جديدة تجذب عملاء جدد، وهناك عدة فعاليات وأنشطة يجب القيام بها خلال تصميم عملية الإنتاج منتج أو خدمة ومنها (: 2020 Rahmah.Etal,

- تحليل الخدمة
- اختيار نوع الخدمة.
- تصميم طرائق العمل لكل عملية أو خطوة من خطوات تصميم الخدمة.
- ولتصبح الخدمات مبتكرة وحسب متطلبات العملاء، يتطلب تحديد جميع متطلبات تصميم خدمة جديدة من تهيئة واعداد المدخلات وما تتطلبه من عمليات تحويل عند تصميم خدمات جديدة.

❖ الابتكار الإداري

يُعنى هذا الابتكار بالتغيرات الحاصلة في الهيكل التنظيمي وتصميم العمل لتحسين مناخ التنظيم العام، وتحفيز المورد البشري على حل المشكلات واتخاذ القرارات بأسلوب جديد وطرق غير معروفة سابقا من خلال مجموعة من الاجراءات والعمليات والسلوكيات. (2020 Rahmah.Etal,

كما يعرف الابتكار الاداري على انه "التغيير في العمل الاداري بحيث يؤدي الى التحسين في اجراءات العمل والاساليب التنظيمية التي تؤدي الى انتاج وتسليم المنتج". فالهدف من هذا النوع من الابتكار يتمثل في تحسين استخدام الموارد وتحقيق النتائج الافضل المقارنة بالفترة الماضية، أو مقارنة بأفضل المنافسين.

- كما عرفه (1996) “ Michel Marchessnay بأنه احداث التجديد في التنظيم، واحلال نماذج تنظيمية جديدة تزيد من المرونة في اداء المهام وتحسين علاقات العمل، وهو ما يستدعي توفر مستوى معين من التفكير والخبرة لدى المسيرين، فهذا النوع الابداعي غير مادي، وهو يهدف الى تنظيم طرائق واساليب وانماط التسيير، لغايه تنظيم سلوك البنوك وجعلها اكثر فاعلية. (Azeem.Etal, 2021)
- و يرى روجر " : Roger أن الابتكار الإداري هو كل عملية ينشأ عنها ناتج جديد نتيجة التفاعل بين الموارد البشرية داخل المؤسسات باستخدام اسلوب جديد يحقق التميز والتفوق ويعطي مرور اكبر داخل المؤسسة “. (الشمالية والعزب،2023)

11.2.2 أهمية الابتكار الإداري

- كما ونرى أن الابتكار الاداري يسعى الى أفضل إدارة وتسيير للبنوك التجارية في الأردن من جميع المجالات للخروج بنتائج ذات كفاءة وفعالية وعليه يمكن تلخيص اهميه الابتكار الاداري في النقاط التالية: (الهبارنة وأبوجمعه،2022)
- القدرة على الاستجابة لمتغيرات البيئة المحيطة، اذ يكون لديه الاستعداد لمواجهة هذه التغيرات بشكل لا يؤثر على سير العملية التنظيمية مما يجعل المؤسسات في وضع مستقر.
- تحسين خدمات المؤسسات مما يعود بالنفع على البنوك و مواردها البشرية معا.
- اتاحة الفرصة للموارد البشرية داخل البنوك في اختبار قدراتهم الفكرية والعقلية، للمساهمة في تنمية تلك القدرات.
- استخدام اساليب علمية تتواءم مع تطورات الحديثة وذلك الاستغلال الامثل للموارد المالية.
- حسن استغلال الموارد البشرية والاستفادة من قدراتهم عن طريق اتاحة الفرصة لها في البحث عن الجديد في مجالات العمل والتحديث المستمر لأنظمة العمل بما يتفق مع التغيرات المحيطة.

12.2.2 أبعاد الابتكار الإداري

اشار (حفاف وآخرون،2021) الى ان ابعاد الابتكار الاداري تتضمن:

- الابتكار الاداري العام وهذه المجموعة من الابتكارات التي تمثل المنعطفات الادارية الكبرى في تطور الإدارة، فالمدارس الادارية التقليدية، مثل مدرسة العلاقات الإنسانية، الموقفية، مدرسة النظم، تمثل ابتكارات ادارية عامة، حيث كل منها طبعت مرحلة ادارية عامة متميزة، وتمثل هذه الابتكارات في الانتقال من الهيكل التنظيمي العمودي الى الهيكل المصفوفي ومن ثم الهيكل الشبكي.
- ابتكار المفاهيم الإدارية: ان المفاهيم الإدارية الجديدة كانت دائما مصدرا لتحسين الكفاءة الإنتاجية سواء في تحسين فهم الإدارة بحاجه العاملين (كما في هرم ماسلو) او تحسين طرق الأمثلة في قرارات الإدارة (كما في اسلوب بحوث العمليات)، او في قياس وتحسين التحليل والاداء المالي للبنوك المصرفية (كما في طرق التحليل المالي واداره المحافظة الاستثمارية)... وفي الواقع ان هذا المجال هو الأوسع في الابتكار الاداري لأنه وباستمرار حافل بالمفاهيم الجديدة، اذا ان ادارة الجودة الشاملة في السبعينات واداره الجودة الشاملة في الثمانينات والتسعينات والعمل عن بعد و التي باتت في الوقت الحالي نماذج عن الابتكار الاداري في مجال المفاهيم وتطبيقاتها لهذا المجال او ذاك حيث استهدفت هذه المفاهيم تحسين اداء الادارات العليا والوسطى والدنيا والعاملين في جميع المستويات في شركات الخدمات اللوجستية .

الفصل الثالث منهجية الدراسة وإجراءاتها

1.3 تمهيد

هدف البحث الحالي إلى دراسة أثر ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية ويتناول هذا الفصل وصف لإجراءات البحث الميدانية التي قام بها الباحث لتحقيق أهداف البحث، وتتضمن تحديد المنهج المتبع في البحث، ومجتمع البحث، وعينة البحث، وأداة البحث والتحقق من صدقها وثباتها، والمعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل النتائج.

2.3 منهج الدراسة:

نظرا لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى التعرف أثر ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية، وعلى هذا الأساس تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث استخدمنا في الجانب النظري المنهج الوصفي الذي يعمل على توضيح متغيرات الدراسة، مع استخدام المنهج التحليلي في الدراسة الميدانية لأنه يعمل على التحليل والربط بين النتائج التي توصل إليها و يعمل على تفسيرها ثم إصدار الأحكام المناسبة .

3.3 مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في جميع مديري ومسؤولي شركات الخدمات اللوجستية وقد تم اختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة، مكونة من (100) فرد من مديري ومسؤولي شركات الخدمات اللوجستية

4.3 خصائص عينة الدراسة:

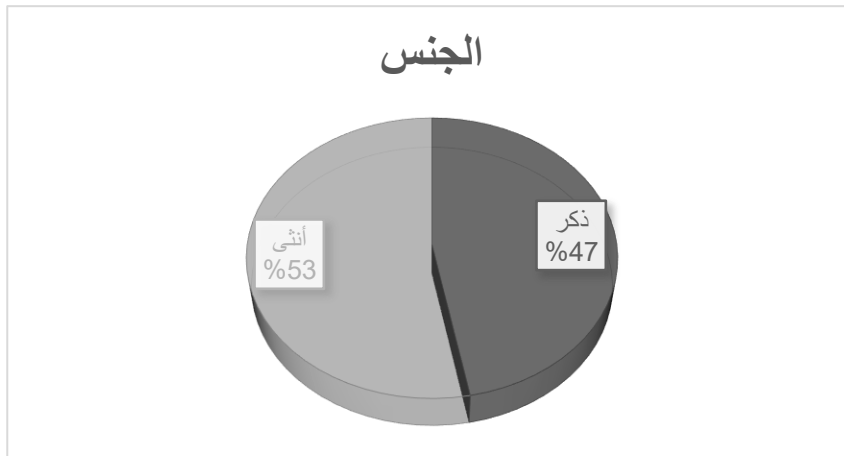
تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة البحث وفقاً للمتغيرات:

1- الجنس

جدول رقم (4) توزيع أفراد الدراسة وفق الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
47.0	47	ذكر
53.0	53	أنثى
100%	100	المجموع

يتَّضح من الجدول أنَّ نسبة (53%) من إجمالي افراد عينة الدراسة من الاناث ونسبة (47%) من إجمالي افراد عينة الدراسة من الذكور.



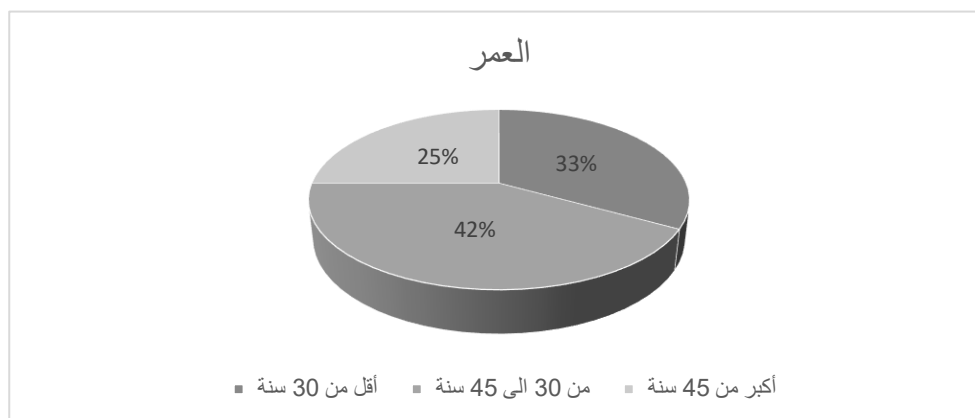
شكل رقم (5) توزيع أفراد الدراسة وفق الجنس

2- العمر:

جدول رقم (5) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير العمر

النسبة	التكرار	العمر
33.0	33	أقل من 30 سنة
42.0	42	من 30 الى 45 سنة
25.0	25	أكبر من 45 سنة
100%	100	المجموع

يُتَّضح من الجدول أنَّ نسبة (42 %) من إجمالي افراد عينة الدراسة أعمارهم من 30 الى 45 سنة، ونسبة (33%) من إجمالي افراد عينة الدراسة أعمارهم أقل من 30 سنة، ونسبة (25%) من إجمالي افراد عينة الدراسة أعمارهم أكبر من 45 سنة



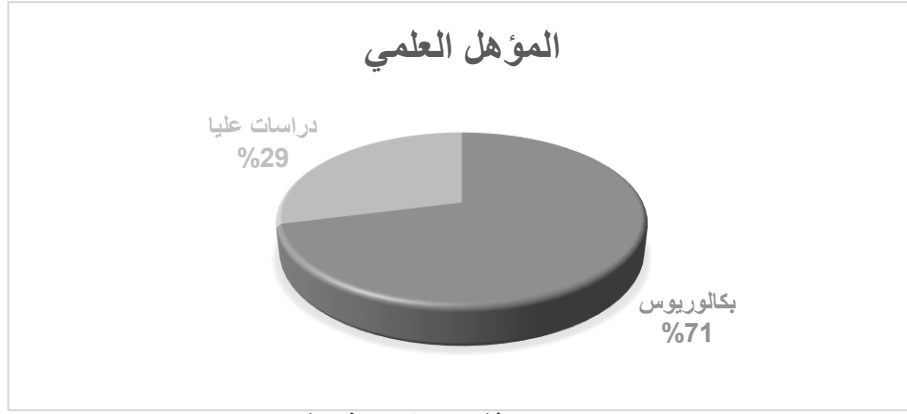
شكل رقم (6) توزيع أفراد الدِّراسة وفق متغير العمر

3- المؤهل العلمي

جدول رقم (6) توزيع أفراد الدِّراسة وفق متغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة
بكالوريوس	71	71.0
دراسات عليا	29	29.0
المجموع	100	100%

يُتَّضح من الجدول أنَّ نسبة (71%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من حملة البكالوريوس، ونسبة (29%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من حملة الدراسات العليا.



شكل رقم (7) توزيع أفراد الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي

5.3 أداة الدراسة:

بعد أن تم الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث والاستعانة بالإطار النظري للبحث، قام الباحث ببناء وتطوير الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة؛ لمناسبتها لتحقيق أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها

6.3 بناء أداة الدراسة:

تمَّ تصميم أداة الدراسة بهدف دراسة أثر ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية، وقد قام الباحث بإعداد أداة الدراسة بصورتها المبدئية، من خلال مراجعة الأدبيات المتعلقة بهدف البحث، وكذلك بعد الاطلاع على الدراسات السابقة ومراجعة أدواتها المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية، حيث تكونت أداة الدراسة من جزأين رئيسيين، على النحو التالي:

- الجزء الأول: ويحتوي على البيانات العامة لأفراد عينة الدراسة.
- الجزء الثاني: محاور الدراسة ويشتمل على محورين رئيسيين، وهما كما يلي:
- المحور الأول: ريادة الأعمال الرقمية ويتكون من 20 فقرة مقسمة على أربعة أبعاد.
- المحور الثاني: الابتكار التنظيمي ويتكون من 5 فقرات.

7.3 مفتاح التصحيح:

كانت الإجابة عن فقرات الاستبيان في ضوء مقياس خماسي على النحو التالي:

جدول رقم (7) مفتاح التصحيح

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

8.3 صدق أداة الدراسة:

إن صدق الأداة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه، كما يُقصد بالصدق "شمول الأداة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها (العساف، ١٤٣٣هـ، ص310) وقد قام الباحث بالتأكد من صدق أداة الدراسة من خلال القيام بما يلي:

9.3 صدق الاتساق الداخلي:

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قام الباحث بالتأكد من صدق الاتساق الداخلي وذلك بتنفيذ الأداة على عينة استطلاعية مكونة من (30) فرد لهم نفس خصائص عينة الدراسة وتم حساب الصدق الداخلي لفقرات الاداة، حيث تم حساب معامل الارتباط بين إجابات العينة على كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي اليه، وذلك باستخدام برنامج (SPSS)، حيث جاءت النتائج على النحو التالي:

❖ المحور الأول: ريادة الاعمال الرقمية:

جدول (8) معامل ارتباط بيرسون بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الأول

رقم الفقرة	معامل ارتباط بيرسون	رقم الفقرة	معامل ارتباط بيرسون
1	.702**	11	.752**
2	.473**	12	.604**

.632**	13	.765**	3
.633**	14	.713**	4
.684**	15	.648**	5
.510**	16	.565**	6
.634**	17	.595**	7
.663**	18	.781**	8
.695**	19	.754**	9
.678**	20	.758**	10

** دال عند مستوى دلالة 0.01

يُتَّضح من الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية لمحور
ريادة الأعمال الرقمية جاءت جميعها معاملات جيدة ومقبولة؛ حيث كانت كلها دالة عند
مستوى دلالة أقل أو يساوي (0.05).

❖ المحور الثاني: الابتكار التنظيمي:

جدول (9) معامل ارتباط بيرسون بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الثاني

معامل ارتباط بيرسون	رقم الفقرة
.697**	1
.755**	2
.570**	3
.891**	4
.675**	5

** دال عند مستوى دلالة 0.01

يُتَّضح من الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية لمحور الابتكار التنظيمي جاءت جميعها معاملات جيدة ومقبولة؛ حيث كانت كلها دالة عند مستوى دلالة أقل أو يساوي (0.05).

10.3 ثبات أداة الدراسة:

ثبات أداة الدراسة يعنى أن الأداة ستعطي نفس النتائج تقريباً عند تطبيقها مرات عديدة على العينة نفسها ويقصد به إلى أي درجة تعطي أداة الدراسة قراءات متقاربة عند كل مرة تستخدم فيها، أو يعني التأكد من أن الاستجابة ستكون واحدة تقريباً لو تكرر تطبيقها على أشخاص مختلفين في أوقات مختلفة، ولقياس مدي ثبات الاداة قام الباحث بتطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية قوامها (30) مفردة باستخدام معاملات ثبات ألفا كرونباخ (Alpha Chronbach) للتأكد من ثبات أداة الدراسة، ويوضح الجدول التالي قيم معاملات الثبات ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبيان :

جدول (10) معاملات ألفا كرونباخ لمحاور الدراسة

المحور	عدد الفقرات	قيمة ألفا كرونباخ
ريادة الأعمال الرقمية	20	.862
الابتكار التنظيمي	5	.764
الدرجة الكلية للاستبيان	25	.895

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ كانت مناسبة لأغراض البحث العلمي لكافة محاور الاستبيان؛ إذ كانت جميعها مقبولة علمياً وتفي بمتطلبات التطبيق، كما تشير نتائج الجدول السابق إلى ارتفاع معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ على الدرجة الكلية، حيث بلغت (0.895) ومما سبق يتبين أن الاستبيان يتسم بدرجة عالية من الثبات لذا يمكن الاعتماد عليه كأداة للدراسة والوثوق بنتائجها

11.3 أساليب تحليل البيانات:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS). وذلك بعد ترميز وادخال البيانات إلى الحاسب الآلي، كما يلي :

أعطيت الإجابة لمقياس ليكرت الخماسي كما يلي: (موافق بشدة = 5 درجات)، (موافق = 4 درجات)، (محايد = 3 درجات)، (غير موافق = 2 درجتين)، (غير موافق بشدة = 1 درجة واحدة) ومن ثم قام الباحث بحساب الوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة.

ولتحديد طول خلايا المقياس الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة، تم حساب المدى (4=5-1)، ثم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي (0.80=5/4) بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يوضحها الجدول الآتي:

جدول رقم (11) درجة الموافقة ومدى الموافقة على مقياس ليكرت الخماسي.

فئة المتوسط

درجة الترميز (الوزن النسبي)	من	إلى	مقياس الحكم علي النتائج
1	1	1.80	غير موافق بشدة
2	1.81	2.60	غير موافق
3	2.61	3.40	محايد
4	3.41	4.20	موافق
5	4.21	5.00	موافق بشدة

ولخدمة اغراض الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها من خلال اداة الدراسة في الجانب الميداني، استُخدمت عدد من الأساليب الإحصائية لمعرفة اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول التساؤلات المطروحة، وذلك باستخدام أساليب المعالجة الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وذلك بعد أن تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم تم استخراج النتائج وفقاً للأساليب الإحصائية الآتية:

1. التكرارات والنسب المئوية (Percentage & Frequencies): للتعرف على الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة.
2. المتوسط الحسابي (Mean): لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض إجابات أفراد عينة الدراسة عن المحاور الرئيسة (متوسط متوسطات العبارات).
3. الانحراف المعياري (Standard Deviation): للتعرف على مدى انحراف إجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسة عن متوسطها الحسابي، وقد استخدمت الدراسة هذا الأسلوب نظراً لأن الانحراف المعياري يوضح التشتت في إجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، إلى جانب المحاور الرئيسة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاجابات وانخفض تشتتها بين المقياس.
4. معامل ارتباط بيرسون (Pearson): لقياس الاتساق الداخلي بين عبارات الأداة (الاستبانة) وكل محور تنتمي إليه.
5. معامل الثبات ألفا كرونباخ (cronbach's Alpha- α): لحساب معامل ثبات أداة الدراسة
6. اختبار تحليل الانحدار (Regression Test) للتحقق من فروض الدراسة

الفصل الرابع: تحليل بيانات الدراسة

1.4 نتائج الدراسة وتفسيرها

يتناول هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية، وذلك من خلال عرض استجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الأداة، ومعالجتها إحصائياً، وصولاً إلى النتائج وتحليلها وتفسيرها، في ضوء الأطر النظرية، والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، ويقوم الباحث بمناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة وتفسيرها، من خلال الإجابة عن أسئلتها والتحقق من فروضها

2.4 دراسة محاور الاستبيان:

❖ المحور الأول ريادة الأعمال الرقمية

لدراسة محور ريادة الأعمال الرقمية؛ تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد المحور الأول كما يلي

■ البعد الأول ثقافة ريادة الأعمال

جدول (12) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات بعد ثقافة ريادة الأعمال

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	تؤكد الشركة على القيم الناتجة من مبادرات الابتكار الرقمي	3.85	.968	2	موافق
2	تواكب الشركة التغييرات التكنولوجية الرقمية	3.44	.865	5	موافق
3	ترتبط الشركة بثقافة الابتكار لتطوير طرق تسويق جديدة	3.65	.914	3	موافق
4	تسعى الشركة لترسيخ الثقافة الرقمية لدى العاملين بها	4.10	.849	1	موافق
5	تركز الشركة على صنع القرار القائم على البيانات في العصر الرقمي	3.60	.825	4	موافق
	المتوسط العام	3.73	0.88		موافق

يتبين من الجدول السابق أن بعد ثقافة ريادة الأعمال جاء بدرجة مرتفعة، حيث جاء المتوسط العام للبعد مساوياً (3.73)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (0.88)، وهي قيمة منخفضة تدل على تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول ثقافة ريادة الأعمال

وتراوحت قيم الانحرافات المعيارية لفقرات هذا البعد بين (0.825 - 0.968)، وجاءت جميع الفقرات ذات قيم منخفضة؛ مما يوضح تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول جميع الفقرات.

وجاءت في الترتيب الأول العبارة رقم (4): (تسعى الشركة لترسيخ الثقافة الرقمية لدي العاملين بها)، بمتوسط حسابي بلغ (4.1)، وانحراف معياري بلغ (0.849)، ودرجة موافقة (موافق)، بينما جاءت في الترتيب الأخير العبارة رقم (2): (تواكب الشركة التغييرات التكنولوجية الرقمية) بمتوسط حسابي بلغ (3.44)، وانحراف معياري بلغ (0.865) ودرجة موافقة (موافق)

ويرى الباحث أن بعد ثقافة ريادة الأعمال جاء بدرجة مرتفعة، وهذا يشير إلى ارتفاع درجة تطبيق ثقافة ريادة الأعمال بشركات الخدمات اللوجستية

■ البعد الثاني المهارات الرقمية الالكترونية

جدول (13) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات بعد المهارات الرقمية الالكترونية

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
6	تعد الشركة قادة للريادة الرقمية فيها	3.70	.847	5	موافق
7	تعتمد الشركة الأساليب القائمة على التكنولوجيا في العمل	4.15	.796	2	موافق

8	تتخذ الشركة حلاً مبتكرة مع فرق العمل لديها	4.05	.925	4	موافق
9	تمتلك الشركة القدرة على قيادة التغيير الرقمي	4.10	.835	3	موافق
10	تمتلك الشركة القدرة على تطوير خدمات عالية الجودة	4.30	.905	1	موافق بشدة
المتوسط العام		4.06	0.86	موافق	

يتبين من الجدول السابق أن بعد المهارات الرقمية الالكترونية جاء بدرجة مرتفعة، حيث جاء المتوسط العام للبعد مساوياً (4.06)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (0.86)، وهي قيمة منخفضة تدل على تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول المهارات الرقمية الالكترونية

وتراوحت قيم الانحرافات المعيارية لفقرات هذا البعد بين (0.847 - 0.905)، وجاءت جميع الفقرات ذات قيم منخفضة؛ مما يوضح تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول جميع الفقرات.

وجاءت في الترتيب الأول العبارة رقم (10): (تمتلك الشركة القدرة على تطوير خدمات عالية الجودة)، بمتوسط حسابي بلغ (4.3)، وانحراف معياري بلغ (0.905)، ودرجة موافقة (موافق بشدة)، بينما جاءت في الترتيب الأخير العبارة رقم (6): (تعد الشركة قادة للريادة الرقمية فيها) بمتوسط حسابي بلغ (3.7)، وانحراف معياري بلغ (0.847) ودرجة موافقة (موافق)

ويرى الباحث أن بعد المهارات الرقمية الالكترونية جاء بدرجة مرتفعة، وهذا يشير الى ارتفاع درجة تطبيق المهارات الرقمية الالكترونية بشركات الخدمات اللوجستية

■ البعد الثالث قاعدة المعرفة الرقمية

جدول (14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات بعد قاعدة المعرفة الرقمية

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
11	تقوم الشركة بتحليل البيئة الخارجية للحصول على معرفة رقمية	3.85	.914	1	موافق
12	تبحث الشركة عن مصادر المعرفة الرقمية لتساعد في عملية تطوير الخدمات	3.80	.932	2	موافق
13	تسعى الشركة للبحث عن المعرفة المبتكرة من خلال الوسائط الرقمية	3.75	.892	3	موافق
14	تسعى الشركة للحصول على أفكار جديدة من عملائها	3.45	.925	4	موافق
15	توفر الشركة بيئة مساندة لتطبيق إدارة المعرفة الرقمية تلبي توقعات الجمهور	3.80	.816	2	موافق
المتوسط العام		3.73	0.90	موافق	

يتبين من الجدول السابق أن بعد قاعدة المعرفة الرقمية جاء بدرجة مرتفعة، حيث جاء المتوسط العام للبعد مساوياً (3.73)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (0.90)، وهي قيمة منخفضة تدل على تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول قاعدة المعرفة الرقمية

وتراوحت قيم الانحرافات المعيارية لفقرات هذا البعد بين (0.816 - 0.932)، وجاءت جميع الفقرات ذات قيم منخفضة؛ مما يوضح تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول جميع الفقرات.

وجاءت في الترتيب الأول العبارة رقم (11): (تقوم الشركة بتحليل البيئة الخارجية للحصول على معرفة رقمية)، بمتوسط حسابي بلغ (3.85)، وانحراف معياري بلغ (0.914)، ودرجة موافقة (موافق)، بينما جاءت في الترتيب الأخير العبارة رقم (14): (تسعى الشركة

للحصول على أفكار جديدة من عملائها) بمتوسط حسابي بلغ (3.45)، وانحراف معياري بلغ (0.925) ودرجة موافقة (موافق)

ويرى الباحث أن بعد قاعدة المعرفة الرقمية جاء بدرجة مرتفعة، وهذا يشير الى ارتفاع درجة تطبيق قاعدة المعرفة الرقمية بشركات الخدمات اللوجستية

■ البعد الرابع سهولة الوصول الى التمويل والاستثمار

جدول (15) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات بعد سهولة الوصول الى التمويل والاستثمار

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
16	تمول الشركة الريادة الرقمية من خلال إقرار مخصصات مالية في ميزانيتها السنوية	3.95	.929	2	موافق
17	تمول الشركة تدفق نقدي كافي لتمويل برنامج الريادة الرقمية	3.60	.921	4	موافق
18	تؤمن الشركة بأن الاستثمار في الريادة الرقمية له عائد استثماري عالي	4.10	.948	1	موافق
19	تحقق الشركة ريادة رقمية ذات قيمة سوقية مضافة	3.60	.974	4	موافق
20	تحفز الشركة من خلال التمويل الرقمي المزيد من الابتكارات فيها	3.90	.949	3	موافق
المتوسط العام		3.83	0.94	موافق	

يتبين من الجدول السابق أن بعد سهولة الوصول الى التمويل والاستثمار جاء بدرجة مرتفعة، حيث جاء المتوسط العام للبعد مساويا (3.83)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (0.94)، وهي قيمة منخفضة تدل على تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول سهولة الوصول الى التمويل والاستثمار

وتراوحت قيم الانحرافات المعيارية لفقرات هذا البعد بين (0.921 - 0.974)، وجاءت جميع الفقرات ذات قيم منخفضة؛ مما يوضح تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول جميع الفقرات.

وجاءت في الترتيب الأول العبارة رقم (18): (تؤمن الشركة بأن الاستثمار في الريادة الرقمية له عائد استثماري عالي)، بمتوسط حسابي بلغ (4.1)، وانحراف معياري بلغ (0.948)، ودرجة موافقة (موافق)، بينما جاءت في الترتيب الأخير العبارة رقم (17): (تمول الشركة تدفق نقدي كافٍ لتمويل برنامج الريادة الرقمية) بمتوسط حسابي بلغ (6.3)، وانحراف معياري بلغ (0.921) ودرجة موافقة (موافق) العبارة رقم (19): (تحقق الشركة ريادة رقمية ذات قيمة سوقية مضافة) بمتوسط حسابي بلغ (3.6)، وانحراف معياري بلغ (0.974) ودرجة موافقة (موافق)

ويرى الباحث أن بعد سهولة الوصول الى التمويل والاستثمار جاء بدرجة مرتفعة، وهذا يشير الى ارتفاع درجة تطبيق سهولة الوصول الى التمويل والاستثمار بشركات الخدمات اللوجستية

ومما سبق يتبين أن درجة تطبيق ريادة الاعمال الرقمية بشركات الخدمات اللوجستية جاءت كما يلي

جدول (16): درجة تطبيق ريادة الاعمال الرقمية بشركات الخدمات اللوجستية

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	ثقافة ريادة الاعمال	3.73	0.88	3	موافق
2	المهارات الرقمية الالكترونية	4.06	0.86	1	موافق

3	قاعدة المعرفة الرقمية	3.73	0.9	3	موافق
4	سهولة الوصول الى التمويل والاستثمار	3.83	0.94	2	موافق
	المتوسط العام	3.84	0.90		موافق

يتبين من الجدول السابق أن درجة تطبيق ريادة الاعمال الرقمية بشركات الخدمات اللوجستية جاءت بدرجة مرتفعة، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساويا (3.84)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (0.90)

❖ المحور الثاني الابتكار التنظيمي

جدول (17) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لعبارات المحور الثاني

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	تدخل الشركة أساليب جديدة لتحسين خدماتها	4.27	.586	2	موافق بشدة
2	تجري الشركة تغيرات في تقديم خدماتها تماشيا مع نوعية التقنيات الحديثة	3.82	.825	4	موافق
3	تبتكر الشركة سياسات جديدة في مجال استقطاب الكفاءات	3.70	.859	5	موافق
4	تقوم الشركة بإدخال تحسينات في شبكات المعلومات في عملياتها الإدارية	3.90	.948	3	موافق

موافق بشدة	1	.905	4.30	تتيح الشركة الفرصة للعاملين للاستقلالية بالعمل لزيادة الابتكار	5
موافق		0.82	4.00	المتوسط العام	

يتبين من الجدول السابق أن الابتكار التنظيمي جاء بدرجة مرتفعة، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساويا (4.00)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (0.82)، وهي قيمة منخفضة تدل على تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول الابتكار التنظيمي

وتراوحت قيم الانحرافات المعيارية لفقرات هذا المحور بين (0.586 - 0.948)، وجاءت جميع الفقرات ذات قيم منخفضة؛ مما يوضح تجانس آراء أفراد عينة الدراسة حول جميع الفقرات.

وجاءت في الترتيب الأول العبارة رقم (5): (تتيح الشركة الفرصة للعاملين للاستقلالية بالعمل لزيادة الابتكار)، بمتوسط حسابي بلغ (4.3)، وانحراف معياري بلغ (0.905)، ودرجة موافقة (موافق بشدة)، بينما جاءت في الترتيب الأخير العبارة رقم (3): (تبتكر الشركة سياسات جديدة في مجال استقطاب الكفاءات) بمتوسط حسابي بلغ (7.3)، وانحراف معياري بلغ (0.859) ودرجة موافقة (موافق)

ويرى الباحث أن درجة تطبيق الابتكار التنظيمي بشركات الخدمات اللوجستية جاء بدرجة مرتفعة، وهذا يشير الى ارتفاع درجة تطبيق الابتكار التنظيمي بشركات الخدمات اللوجستية

3.4 التحقق من فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ لريادة الأعمال الرقمية بأبعاده (ثقافة ريادة الأعمال- مهارات الرقمية الالكترونية- قاعدة المعرفة الرقمية- سهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار) على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد (Regression test)، وجاءت النتائج كما بالجدول التالي:

جدول (18) أثر لريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
المقدار الثابت	6.062	5.997	.000
ثقافة ريادة الاعمال	2.015	6125	.000
المهارات الرقمية الالكترونية	1.116	5.992	.000
قاعدة المعرفة الرقمية	3.306	3.161	.002
سهولة الوصول الى التمويل والاستثمار	1113	3.344	.000
معامل الارتباط=0.829		معامل التحديد = 0.671	
قيمة الاختبار F = 92.05		القيمة الاحتمالية = 0.00	

من الجدول السابق نجد ان معامل الارتباط جاء مساويا (0.829) مما يدل على انه بزيادة تطبيق أبعاد ريادة الاعمال يزداد الابتكار التنظيمي بشركات الخدمات اللوجستية وجاء معامل التحديد مساويا (0.671) ومنها نستنتج ان أبعاد ريادة الاعمال تفسر ما يقارب من (67.1 %) من التباين في الابتكار التنظيمي بشركات الخدمات اللوجستية وجاءت قيمة F مساوية (92.05) وهى قيمة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة مساويا (0.00) أقل من (0.05) مما يدل على وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لريادة الأعمال الرقمية بأبعاده (ثقافة ريادة الأعمال- مهارات الرقمية الالكترونية- قاعدة المعرفة الرقمية- سهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار) على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية

وينبثق عن الفرضية الرئيسية الأولى الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لثقافة ريادة الأعمال على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression test)، وجاءت النتائج كما بالجدول التالي:

جدول (19) أثر لثقافة ريادة الأعمال على الابتكار التنظيمي

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
المقدار الثابت	3.994	8.823	.000
ثقافة ريادة الأعمال	.419	3.076	.000
معامل الارتباط = 0.788		معامل التحديد = 0.510	
قيمة الاختبار F = 95.14		القيمة الاحتمالية = 0.00	

من الجدول السابق نجد ان معامل الارتباط جاء مساويا (0.788) مما يدل على انه بزيادة تطبيق ثقافة ريادة الأعمال يزداد الابتكار التنظيمي بشركات الخدمات اللوجستية وجاء معامل التحديد مساويا (0.788) ومنها نستنتج ان ثقافة ريادة الأعمال تفسر ما يقارب من (78.8 %) من التباين في الابتكار التنظيمي بشركات الخدمات اللوجستية وجاءت قيمة F مساوية (95.14) وهى قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة مساويا (0.00) أقل من (0.05) مما يدل على وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لثقافة ريادة الأعمال على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لمهارات الرقمية الالكترونية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression test)، وجاءت النتائج كما بالجدول التالي:

جدول (20) أثر لمهارات الرقمية الالكترونية على الابتكار التنظيمي

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
المقدار الثابت	3.636	8.701	.000
المهارات الرقمية الالكترونية	.680	6.780	.000
معامل الارتباط=0.879		معامل التحديد = 0.604	
قيمة الاختبار F = 89.608		القيمة الاحتمالية = 0.00	

من الجدول السابق نجد ان معامل الارتباط جاء مساويا (0.879) مما يدل على انه بزيادة تطبيق المهارات الرقمية الالكترونية يزداد الابتكار التنظيمي بشركات الخدمات اللوجستية وجاء معامل التحديد مساويا (0.604) ومنها نستنتج ان المهارات الرقمية الالكترونية تفسر ما يقارب من (60.4 %) من التباين في الابتكار التنظيمي بشركات الخدمات اللوجستية وجاءت قيمة F مساوية (89.608) وهى قيمة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة مساويا (0.00) أقل من (0.05) مما يدل على وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمهارات الرقمية الالكترونية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.

الفرضية الفرعية الثالثة لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لقاعدة المعرفة الرقمية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression test)، وجاءت النتائج كما بالجدول التالي:

جدول (21) أثر لقاعدة المعرفة الرقمية على الابتكار التنظيمي

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
المقدار الثابت	4.916	15.515	.000
قاعدة المعرفة الرقمية	-.256	-3.043	.003
معامل الارتباط=0.809		معامل التحديد = 0.577	
قيمة الاختبار F = 98.259		القيمة الاحتمالية = 0.00	

من الجدول السابق نجد ان معامل الارتباط جاء مساويا (0.809) مما يدل على انه بزيادة تطبيق قاعدة المعرفة الرقمية يزداد الابتكار التنظيمي بشركات الخدمات اللوجستية وجاء معامل التحديد مساويا (0.577) ومنها نستنتج ان قاعدة المعرفة الرقمية تفسر ما يقارب من (57.7 %) من التباين في الابتكار التنظيمي بشركات الخدمات اللوجستية وجاءت قيمة F مساوية (98.259) وهى قيمة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة مساويا (0.00) أقل من (0.05) مما يدل على وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لقاعدة المعرفة الرقمية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.

الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لسهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression test)، وجاءت النتائج كما بالجدول التالي:

جدول (22) أثر لسهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار على الابتكار التنظيمي

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
المقدار الثابت	4.289	13.173	.000
سهولة الوصول الى التمويل والاستثمار	.586	4.021	.000
معامل الارتباط=0.803	معامل التحديد = 0.600		
قيمة الاختبار F=89.99	القيمة الاحتمالية = 0.00		

من الجدول السابق نجد ان معامل الارتباط جاء مساويا (0.803) مما يدل على انه بزيادة سهولة الوصول الى التمويل والاستثمار يزداد الابتكار التنظيمي بشركات الخدمات اللوجستية وجاء معامل التحديد مساويا (0.600) ومنها نستنتج ان سهولة الوصول الى التمويل والاستثمار تفسر ما يقارب من (60 %) من التباين في الابتكار التنظيمي بشركات الخدمات اللوجستية وجاءت قيمة F مساوية (89.99) وهى قيمة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة

مساويا (0.00) أقل من (0.05) مما يدل على وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لسهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

1.5 ملخص نتائج الدراسة:

ويتمثل ذلك في عرض أبرز النتائج التي توصل إليها البحث فيما يتعلق بالإجابة عن تساؤلاته وتحقيق أهدافه، على النحو التالي:

درجة تطبيق ريادة الأعمال الرقمية بشركات الخدمات اللوجستية جاءت بدرجة مرتفعة، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساويا (3.84)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (0.90) حيث

❖ بعد ثقافة ريادة الأعمال جاء بدرجة مرتفعة، حيث جاء المتوسط العام للبعد مساويا (3.73)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (0.88)، وهذا يشير إلى ارتفاع

درجة تطبيق ثقافة ريادة الأعمال بشركات الخدمات اللوجستية

❖ بعد المهارات الرقمية الالكترونية جاء بدرجة مرتفعة، حيث جاء المتوسط العام للبعد مساويا (4.06)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (0.86)، وهذا يشير

إلى ارتفاع درجة تطبيق المهارات الرقمية الالكترونية بشركات الخدمات اللوجستية

❖ بعد قاعدة المعرفة الرقمية جاء بدرجة مرتفعة، حيث جاء المتوسط العام للبعد مساويا (3.73)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (0.90)، وهذا يشير إلى ارتفاع

درجة تطبيق قاعدة المعرفة الرقمية بشركات الخدمات اللوجستية

❖ بعد سهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار جاء بدرجة مرتفعة، حيث جاء المتوسط العام للبعد مساويا (3.83)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (0.94)، وهذا

يشير إلى ارتفاع درجة تطبيق سهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار بشركات الخدمات اللوجستية

❖ الابتكار التنظيمي جاء بدرجة مرتفعة، حيث جاء المتوسط العام للمحور مساويا (4.00)، ودرجة موافقة (موافق)، وانحراف معياري بلغ (0.82)، وهذا يشير إلى ارتفاع درجة

تطبيق الابتكار التنظيمي بشركات الخدمات اللوجستية

❖ وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لريادة الأعمال الرقمية بأبعاده (ثقافة ريادة الأعمال- مهارات الرقمية الالكترونية- قاعدة المعرفة

الرقمية- سهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار) على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية

- ❖ وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لثقافة ريادة الأعمال على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية
- ❖ وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمهارات الرقمية الالكترونية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.
- ❖ وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لقاعدة المعرفة الرقمية على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية.
- ❖ وجود تأثير إيجابي قوي ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لسهولة الوصول إلى التمويل والاستثمار على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية

2.5 توصيات الدراسة:

من خلال ما ورد من نتائج يمكن للباحث تقديم التوصيات التالية

- ❖ يُوصى بتعزيز ثقافة ريادة الأعمال الرقمية داخل شركات الخدمات اللوجستية من خلال تنظيم دورات تدريبية وورش عمل للموظفين بهدف تعزيز المعرفة والوعي بأهميتها وكيفية تطبيقها.
- ❖ يُصحح بتطوير وتحسين مهارات الرقمية الإلكترونية لدى موظفي شركات الخدمات اللوجستية من خلال تقديم برامج تدريبية مخصصة ودعم استخدام التكنولوجيا الحديثة في عملياتهم اليومية.
- ❖ يجب العمل على تعزيز وتطوير قاعدة المعرفة الرقمية داخل الشركة من خلال تبادل المعرفة والخبرات بين الأقسام والإدارات المختلفة واستخدام أدوات التحليل البياني لتحسين صنع القرار.
- ❖ ينبغي العمل على توفير آليات تسهيل الوصول إلى التمويل والاستثمار داخل شركات الخدمات اللوجستية، سواء من خلال إطلاق برامج تمويل مخصصة أو تطوير شراكات مع القطاع الخاص لتمويل المشاريع الابتكارية.
- ❖ يجب تعزيز الابتكار التنظيمي داخل شركات الخدمات اللوجستية من خلال تشجيع الثقافة المبتكرة وتبني الأفكار الجديدة وإنشاء بيئة عمل تشجع على الابتكار والتجريب.

❖ ينبغي إجراء متابعة دورية لتقييم تطبيق ريادة الأعمال الرقمية وتأثيرها على الابتكار التنظيمي في شركات الخدمات اللوجستية، وذلك من خلال إعداد تقارير دورية واستخدام نتائجها في تحسين العمليات واتخاذ القرارات المستقبلية.

Abstract

This study aimed to explore the impact of digital entrepreneurship in its various components (entrepreneurship culture, digital electronic skills, digital knowledge base, ease of access to funding and investment) on organisational innovation in logistics companies. The study adopted the descriptive-analytical approach, and the population included all managers and officials in logistics companies. A random sample consisting of 100 individuals from managers and officials in these companies was selected, and the SPSS statistical software was used to obtain the required results.

The study's results showed a strong and significant positive impact of digital entrepreneurship, in its various dimensions (entrepreneurship culture, digital electronic skills, digital knowledge base, and ease of access to funding and investment), on organisational innovation in logistics companies. Based on the results, the study recommended enhancing the culture of digital entrepreneurship within logistics companies by organising workshops and training courses aimed at increasing awareness and knowledge of its importance and how to apply it effectively. It is also recommended to develop the digital electronic skills of employees through specialised training programs and to encourage the use of modern technology in daily operations.

Keywords: digital entrepreneurship, organisational innovation, logistics companies.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

1. أبو سنيمة، أسعد سليمان (2020). الابتكار التنظيمي لدى مديري المدارس الحكومية بمحافظة غزة وعلاقته بالسعادة الوظيفية لدى المعلمين من وجهة نظرهم" (أطروحة دكتوراة). فلسطين: جامعة الأقصى.
2. أحمد، خالد، (2023)، أثر الدور المتطور للمراجعة الداخلية في إدارة المخاطر الرقمية على دعم التنمية المستدامة للشركات، المجلة العربية للقياس والتقييم، المجلة العربية، مصر.
3. آل جغثم، جنان سعيد سعد، و العظيمان، ماجد عبدالله. (2023). اكتشاف واقع ريادة الأعمال الرقمية في الجامعات السعودية الناشئة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الملك خالد، خالد، أبها. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1442876>
4. بختاوي، أمال، (2022)، أثر ريادة الأعمال الاجتماعية على النمو الاقتصادي "دراسة حالة لعينة 4 من الدول الآسيوية"، جامعة زيان عاشور الجلفة، مج7، ع2، الجزائر.
5. حفاف، أحمد شرف الدين، سليمان، فاتح، و الهلة، محمد. (2021). دور الابتكار التنظيمي في إدارة الموارد البشرية بالمؤسسة العمومية في ظل جائحة كوفيد 19: دراسة حالة المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف ولاية ورقلة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، ورقلة. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1440728>
6. حناشي، توفيق، قاطر، فارس، و محرز، صالح. (2023). دور ريادة الأعمال الرقمية في تحسين الخدمات: شركتي علي بابا وأمازون أنموذجاً. مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، مج7، ع1 ، 319 - 334. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1380566>
7. الحياوي، جمانة فيصل، (2019)، إدارة الابتكار الشامل والتطوير التنظيمي "دراسة تطبيقية في الشركات الصناعية الأردنية الصغيرة ومتوسطة الحجم، (رسالة ماجستير)، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن.

8. الحيارى، زياد عبد اللطيف،(2022)، أثر الزيادة الرقمية على الإبداع في المشاريع الصناعية الغذائية الأردنية، (رسالة ماجستير)، جامعة البلقاء التطبيقية، كلية الدراسات العليا، الأردن. .

9. الدريبان، خالد محمد خلف،(2021)، أثر القدرات الديناميكية في ريادة الأعمال " الدور الوسيط لتكنولوجيا المعلومات في المشروعات الصغيرة في دولة الكويت،(رسالة دكتوراه)، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، كلية الدراسات العليا، الأردن.

10. الساكت، ورود زياد عبداللطيف، و الحيارى، خليل أحمد عبد. (2022). أثر الريادة الرقمية على الإبداع في المشاريع الصناعية الغذائية الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة البلقاء التطبيقية، السلط. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1302440>

11. شحادة، مها خليل يوسف. (2022). التحول الرقمي وريادة الأعمال الرقمية. مجلة رماح للبحوث والدراسات، ع62 ، 37 - 61. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1218867>

12. الشمايلة، هبه غالب محمد ياسين، و العزب، حسين محمد عقيل. (2023). أثر ممارسة الابتكار التنظيمي في بناء المنظمة الذكية من خلال سلوك المواطنة التنظيمية: دراسة ميدانية في المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي الأردني (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة مؤتة، مؤتة. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1445901>

13. الطراونة، سحر،(2023)، دور استراتيجيات التحول الرقمي للحكومة في تعزيز الريادة الرقمية في جامعة الشرق الأوسط من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية. مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي اتحاد الجامعات العربية.

14. عبدالله، مصعب عبدالله فضل المولى، و أحمد، ايمان أحمد عمار. (2020). رأس المال الفكري ودوره في الابتكار التنظيمي بالتطبيق على شركة شيكان للتأمين وإعادة التأمين (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النيلين، الخرطوم. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1137792>

15. العربي، وتيقاوي، ساوس الشيخ، وعزيزي أحمد، عكاشة (2019). تأثير عمليات إدارة المعرفة على الابتكارات التنظيمية في ظل التوجه نحو التكيف مع التغيير التنظيمي مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية. (2) 27

16.العشري، محمد حسن،(2023)، الاقتصاد الرقمي في تفعيل سياسات ريادة الأعمال داخل المجتمع المصري" دراسة حالة لرائدي الأعمال الرقمية، كلية الآداب، جامعة دمياط.

17.العقرباوي، ديماس حسن صالح، و العضائية، علي بن محمد عمر. (2023). أثر ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي: دراسة حالة مجموعة طلال أبو غزالة العالمية - الأردن (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، عمان. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1422396>

18.العقرباوي، ديماس حسن صالح، و العضائية، علي بن محمد عمر. (2023). أثر ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي: دراسة حالة مجموعة طلال أبو غزالة العالمية - الأردن (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، عمان. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1422396>

19.عياش، وجدان ابراهيم، (2021)، تقييم عوامل النجاح وأثرها على استدامة المشاريع الريادية الصغيرة والمتوسطة ، (رسالة ماجستير)، جامعة آل البيت.

20.عيزات، مشيرة عدنان عبد الله،(2021)، أثر المنظمة الذكية في الابتكار التكنولوجي " الدور الوسيط للريادة الرقمية في خلال أبو غزالة العالمية، (رسالة دكتوراه)، جامعة العلوم الإسلامية، كلية الدراسات العليا، الأردن..

21.غندور، حمزة، و طايبي، رتيبة. (2022). ريادة الأعمال الرقمية ودورها في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية: دراسة تحليلية. مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، مج7، ع2 ، 1121 - 1137. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1274589>

22.الكعبي، حميد أحمد (2016). دور التمكين الإداري في تعزيز الابتكار التنظيمي مجلة المثني للعلوم الإدارية والاقتصادية، 6(1) 121-138.

23.لوكريز، سميرة (2014). " دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية لمؤسسة اقتصادية دراسة حالة شركه "موبيليس" ورقة مقدمة الى المؤتمر الدولي حول نظام الابتكار، الجامعة والاقليم (23) - 24 - 25 سبتمبر) . الجزائر ، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج.

24.محروس، رانيا حسن، و حماده، أسماء شعبان. (2023). آليات مقترحة لتفعيل ريادة الأعمال الرقمية بالجامعات المصرية. مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، مج47، ع1 ، 391 - 486. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1389151>

25.النسور، بلال هاشم، و خليفات، إبراهيم هاشم. (2020). أثر الريادة الرقمية في الأداء التنظيمي من وجهة نظر مديري شركات صناعة الأدوية الأردنية ضمن منظور نظرية الشبكة الاجتماعية. المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، مج16، ملحق ، 259 - 284.

مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1044481>

26.النسور، بلال هاشم،(2020)، أثر الريادة الرقمية في الأداء التنظيمي من وجهة نظر مديري شركات صناعة الأدوية الأردنية من وجهة ضمن نظرية الشبكة الاجتماعية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، الجامعة الأردنية، عمادة البحث العلمي، مج16..

27.الهبارنة، علي عواد عبدالكريم، و أبو جمعة، محمود حسين. (2022). أثر السمات الخمس الكبرى للشخصية في الابتكار التنظيمي للبنوك التجارية الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عمان العربية، عمان. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1357337>

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Al-Ayed, S. I., Al-Tit, A. A., & Alashjaee, A. (2023). The effect of digital transformation on organizational performance by a mediating role of digital innovation. *Migration*
2. Adam, J. K., Indradewa, R., & Syah, T. Y. R. (2020). The leadership styles impact, in learning organizations, and organizational innovation towards organizational performance over manufacturing companies, Indonesia. *Journal of multidisciplinary academic*, 4(2), 63-69
3. Adeoye Olarewaju Abayomi ,Bello Bolaji Oluwayemisi,2018, learning Organizational, organizational performance and organizational innovation: Empirical evidence among selected, IUG of Journal Economics.
4. Antonizzi, J., & Smuts, H. (2020). The characteristics of digital entrepreneurship and digital transformation: A systematic literature review. In *Responsible Design, Implementation and Use of*

- Information and Communication Technology: 19th IFIP WG 6.11 Conference on e-Business, e-Services, and e-Society, I3E 2020, Skukuza, South Africa, April 6–8, 2020, Proceedings, Part I 19 (pp. 239-251). Springer International Publishing.
5. Azeem, M., Ahmed, M., Haider, S., & Sajjad, M. (2021). Expanding competitive advantage through organizational culture, knowledge sharing and organizational innovation. *Technology in Society*, 66, 101635.
 6. Bernardino, S., Rua, O., & Freitas Santos, J. (2023). Entrepreneurship in the age of the digital economy. *Revista Galega de Economía*, 32(2). [https://doi.org/10.15304/rge.32.2.9268​;:contentReference\[oaicite:0\]{index=0}](https://doi.org/10.15304/rge.32.2.9268​;:contentReference[oaicite:0]{index=0})
 7. Bican, P. M., & Brem, A. (2020). Digital business model, digital transformation, digital entrepreneurship: Is there a sustainable “digital”? *Sustainability*, 12(13), 5239
 8. Burch, T., Murphy, G., & Tocher, N. (2019). Entrepreneurship education enrollment intentions: The effect of attitudes, norms and personality. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 24(03), 1950020.
 9. Cavallo, A., Ghezzi, A., Dell'Era, C., & Pellizzoni, E. (2019). Fostering digital entrepreneurship from startup to scaleup: The role of venture capital funds and angel groups. *Technological Forecasting and Social Change*, 145, 24-35.
 10. Eneizat, M. A., & Al-Kasasbeh, M. M. (2021). Digital entrepreneurship perspective of smart organization and technological innovation: A conceptual model. *Journal of Management and Sustainability*, 11(2), 32-42. <https://doi.org/10.5539/jms.v11n2p3>

- 11.Felicetti, A. M., Corvello, V., & Ammirato, S. (2024). Digital innovation in entrepreneurial firms: A systematic literature review. *Review of Managerial Science*, 18(315–362).
<https://doi.org/10.1007/s11846-023-00638-9>
- 12.Fernandes, C., Ferreira, J. J., Veiga, P. M., Kraus, S., & Dabić, M. (2022). Digital entrepreneurship platforms: Mapping the field and looking towards a holistic approach. *Technology in Society*, 70, 101979
- 13.Hamburg, I. (2020). Supporting digital innovations by interdisciplinary entrepreneurial learning. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 7(3), 8-17.
<https://doi.org/10.14738/assrj.74.8046>
- 14.Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353-375.
- 15.Kuratko, D., Goldsby, M. G., & Hornsby, J. S. (2019). *Corporate Innovation: Disruptive Thinking in Organizations* (1 Ed.). New York, USA: Routledge.
- 16.Liu, D., Gong, Y., Zhou, J., & Huang, J. C. (2017). Human resource systems, employee creativity, and firm innovation: The moderating role of firm ownership. *Academy of Management Journal*, 60(3), 1164-1188.
- 17.Lobejko, S. (2020). Digital transformation and innovativeness of enterprises. *Optimum. Economic Studies*, 2(100), 37-46.
<https://doi.org/10.15290/oes.2020.02.100.03>

- 18.Mamonov, S., & Peterson, R. (2021). The role of IT in organizational innovation—A systematic literature review. *The Journal of Strategic Information Systems*, 30(4), 101696.
- 19.Muafi, M., Syafri, W., Prabowo, H., & Nur, S. A. (2021). Digital entrepreneurship in Indonesia: A human capital perspective. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 351-359.
- 20.Naguib, H. M., & Naem, A. E. H. M. A. (2018). The impact of transformational leadership on organizational innovation. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 5(1), 4337-4343.
- 21.Sahut, J. M., Iandoli, L., & Teulon, F. (2021). The age of digital entrepreneurship. *Small Business Economics*, 56(3), 1159-1169.
- 22.Sonai Aguilar,Edward,(2019), Driving or anizzation in novalion as from of in trapeneur ship with in the context of small Business, *Journal of strategiwinnovation and sustainability*.
- 23.Steininger, D. M. (2019). Linking information systems and entrepreneurship: A review and agenda for IT-associated and digital entrepreneurship research. *Information Systems Journal*, 29(2), 363-407
- 24.Zaheer, H., Breyer, Y., & Dumay, J. (2019). Digital entrepreneurship: An interdisciplinary structured literature review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 148, 119735.

الملاحق

استمارة استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أخي الكريم / أختي الكريمة

تحية طيبة وبعد،

يقوم الباحثين بإجراء دراسة حول قياس أثر ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي “ دراسة تطبيقية على شركات الخدمات اللوجستية”

ونظراً لما لديكم من المعرفة العلمية والخبرة العملية ذات الصلة بموضوع البحث، نأمل الحصول منكم على العون والمساعدة في توفير المعلومات المناسبة لأغراض البحث، من خلال التكرم بإبداء رأيكم بالتأشير على الإجابة المناسبة من وجهة نظركم.

وأتقدم لحضراتكم بجزيل الشكر والتقدير للمساهمة في جهدكم في تعبئة هذا الاستبيان علماً أن جميع البيانات التي سيتم الحصول عليها منكم ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم لغير أغراض هذا البحث، وسوف أزودكم بنتائج هذه الدراسة حال اكتمالها إن شاء الله.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

أولاً: البيانات الشخصية

1- النوع الاجتماعي ☐ ذكر ☐ أنثي

2- الفئة العمرية ☐ أقل من 30 سنة ☐ من 30-أقل من 40 سنة
☐ من 40 – أقل من 45 سنة ☐ من 45 سنة فأكثر

3- المؤهل العلمي ☐ دراسات عليا ☐ بكالوريوس

ثانيا محاور الاستبيان

❖ المحور الأول: ريادة الاعمال الرقمية، ضع إشارة (√) في المربع المناسب لاختيارك:

الرقم	البعد	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
ثقافة ريادة الاعمال						
1	تؤكد الشركة على القيم الناتجة من مبادرات الابتكار الرقمي					
2	تواكب الشركة التغييرات التكنولوجية الرقمية					
3	ترتبط الشركة بثقافة الابتكار لتطوير طرق تسويق جديدة					
4	تسعى الشركة لترسيخ الثقافة الرقمية لدى العاملين بها					
5	تركز الشركة على صنع القرار القائم على البيانات في العصر الرقمي					
المهارات الرقمية الالكترونية						
6	تعد الشركة قادة للريادة الرقمية فيها					
7	تعتمد الشركة الأساليب القائمة على التكنولوجيا في العمل					
8	تتخذ الشركة حلولاً مبتكرة مع فرق العمل لديها					

					تمتلك الشركة القدرة على قيادة التغير الرقمي	9
					تمتلك الشركة القدرة على تطوير خدمات عالية الجودة	10
قاعدة المعرفة الرقمية						
					تقوم الشركة بتحليل البيئة الخارجية للحصول على معرفة رقمية	11
					تبحث الشركة عن مصادر المعرفة الرقمية لتساعد في عملية تطوير الخدمات	12
					تسعى الشركة للبحث عن المعرفة المبتكرة من خلال الوسائط الرقمية	13
					تسعى الشركة للحصول على أفكار جديدة من عملائها	14
					توفر الشركة بيئة مساندة لتطبيق إدارة المعرفة الرقمية تلبي توقعات الجمهور	15
سهولة الوصول الى التمويل والاستثمار						
					تمول الشركة الريادة الرقمية من خلال إقرار مخصصات مالية في ميزانيتها السنوية	16
					تمول الشركة تدفق نقدي كافٍ لتمويل برنامج الريادة الرقمية	17
					تؤمن الشركة بأن الاستثمار في الريادة الرقمية له عائد استثماري عالي	18

					تحقق الشركة ريادة رقمية ذات قيمة سوقية مضافة	19
					تحفز الشركة من خلال التمويل الرقمي المزيد من الابتكارات فيها	20

❖ المحور الثاني: الابتكار التنظيمي، ضع إشارة (√) في المربع المناسب لاختيارك:

الرقم	البعد	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
1	تدخل الشركة أساليب جديدة لتحسين خدماتها					
2	تجري الشركة تغييرات في تقديم خدماتها تماشياً مع نوعية التقنيات الحديثة					
3	تبتكر الشركة سياسات جديدة في مجال استقطاب الكفاءات					
4	تقوم الشركة بإدخال تحسينات في شبكات المعلومات في عملياتها الإدارية					
5	تتيح الشركة الفرصة للعاملين للاستقلالية بالعمل لزيادة الابتكار					

مع خالص التقدير والاحترام

Mid-Ocean University

College of Management



Master Specialization in business administration

**The Impact of Digital Entrepreneurship
on Organisational Innovation: An
Applied Study on Logistics Service
Companies**

Preparation:

HALAH MAJED ALHUSSAYEN

Supervision:

Dr. Asma Abuanzeh

1446 – 2024