

Final Project 2

PMG 497

عنوان المشروع
دور التكنولوجيا الرقمية في دعم رائدات الاعمال في قطر

أسم الطالب
حكمت ابراهيم القصابغلي

المشروع النهائي- 2
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

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

التاريخ- الفصل الدراسي
2025 / الفصل الدراسي الثاني

الشكر والتقدير

أُتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى والديّ العزيزين، اللذين كانا ولا يزالان سندي ودعمي في كل خطوة من حياتي، فبدعواتهما الصادقة وتوجيهاتهما الحكيمة وصلت إلى ما أنا عليه اليوم.

كما أتوجه بالشكر إلى زوجي الحبيب، الذي كان الداعم الأول لي، يمدّني بالعزيمة ويمنحني القوة للاستمرار مهما كانت الصعوبات

ولا يفوتني أن أرفع أسمى آيات التقدير إلى جامعة ميدأوشن التي منحتني فرصة التعلم والتطور، ووفرت لي بيئة علمية محفزة، وإلى كل أساتذتي الكرام الذين كانوا مصدر إلهام وإثراء معرفي طوال مسيرتي الدراسية.

الإهداء

إلى أمي الحبيبة ،التي زرعت في داخلي بذور الطموح والحلم. إليك يا أمي أكتب بكل مشاعر الحب والامتنان، فأنتِ النور الذي يضيء طريقي مهما أظلمت الدنيا، وأنتِ الدعاء الصادق الذي يسبق خطواتي في الحياة

إلى أبي الغالي إلى السند الذي لا يميل، والظل الذي أستظل به كلما اشتدت حرارة الأيام. علّمتني يا أبي أن القوة الحقيقية هي في الصبر، وأن النجاح يولد من الإصرار والعمل الدؤوب. أنت قدوتي ومصدر فخري الدائم

إلى زوجي العزيز شريك الروح ورفيق الدرب، من كنت دائماً بقربي، تمسك بيدي وتمنحني الثقة حين شعرت بالضعف، وتحفل بإنجازاتي مهما كانت صغيرة دعمتني بصدق، وأمنت بي حتى في اللحظات التي شككتُ فيها بنفسي

إلى جامعتي البيت الذي احتضن أحلامي، وفتح لي أبواب المعرفة، وصنع من طموحي واقعاً. هنا تعلمت أن للعلم جناحين، وأن الحلم حين يُصنع بالعلم والعمل، يصبح حقيقة تلامس السماء.

مستخلص الدراسة

الهدف:

يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر التكنولوجيا الرقمية في تمكين رائدات الأعمال في دولة قطر، من خلال تحليل مدى استخدام الأدوات الرقمية مثل منصات التواصل الاجتماعي، وتأثيرها على نجاح المشاريع النسائية.

المنهجية:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات من خلال استبيان إلكتروني لعينة مكونة من 15 رائدة أعمال قطرية تم اختيارهن من قطاعات متنوعة

النتائج:

أظهرت الدراسة أن 90% من المشاركات استفدن من التكنولوجيا في الوصول إلى العملاء، وأن إنستغرام كان المنصة الأكثر استخدامًا بنسبة 70%. كما تبين أن نقص التدريب والمعرفة التقنية يمثلان أبرز التحديات.

التطبيقات والأهمية:

يساهم هذا البحث في تسليط الضوء على أهمية استخدام التكنولوجيا الرقمية كوسيلة فعالة لتمكين رائدات الأعمال في قطر. وتكمن الأهمية في دعم السياسات الوطنية لتمكين المرأة اقتصادياً وتعزيز ريادة الأعمال النسائية في قطر.

الكلمات المفتاحية:

رائدات الأعمال، التكنولوجيا الرقمية، التمكين الاقتصادي، قطر، التجارة الإلكترونية، إنستغرام

جدول المحتويات

2	الشكر والتقدير.....
3	الإهداء.....
4	مستخلص الدراسة.....
8	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
9	1.1. المقدمة:.....
9	1.2. مشكلة الدراسة.....
10	1.2.1. فجوات على المستوى النظري.....
10	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي.....
10	1.3. أهمية الدراسة.....
10	1.3.1. على المستوى النظري:.....
10	1.3.2. على المستوى التطبيقي:.....
10	1.4. أسئلة الدراسة.....
11	1.5. أهداف الدراسة.....
11	1.6. فرضيات الدراسة.....
12	1.7. نموذج الدراسة.....
12	1.8. الدراسة الميدانية.....
12	1.9. مخطط المشروع.....
14	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....
14	2.1. المقدمة:.....
15	2.2. المتغير المستقل.....
15	2.3. المتغير التابع.....
15	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....
16	2.5. الخاتمة.....
17	3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة.....
17	3.1. المقدمة.....
18	3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث.....
18	3.3. تصميم البحث.....

3.4	مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات	19
3.5	طريقة جمع البيانات	19
3.6	أنواع البيانات	19
3.7	إجراءات التحليل الإحصائي	20
3.8	الخاتمة	21
4	الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج	22
4.1	المقدمة	23
4.2	توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)	23
4.3	اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات	23
4.4	الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)	24
4.5	اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج	25
4.6	الخاتمة	25
5	الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات	26
5.1	حدود الدراسة والدراسات المستقبلية	27
5.2	توصيات الدراسة	27
5.3	الخاتمة	28
	قائمة المراجع	28
	الملاحق	30

جدول الأشكال

جدول الجداول

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

في ظل الثورة الرقمية والتحول السريع نحو الاقتصاد المعرفي، أصبحت التكنولوجيا الرقمية من أبرز الأدوات التي تساهم في تمكين المرأة، لا سيما رائدات الأعمال في منطقة الخليج العربي، وخصوصاً في دولة قطر. وقد شكل هذا التحول نقلة نوعية في طبيعة ممارسة الأعمال، مما وفر لرائدات الأعمال القطرية أدوات جديدة للتسويق، وإدارة الأعمال، والتوسع في الأسواق، وتحقيق الاستقلال المالي وتشير البيانات إلى أن 35% من المشاريع الصغيرة والمتوسطة في قطر تفقدها نساء (وزارة التجارة والصناعة، 2023)، مما يبرز أهمية دراسة دور التكنولوجيا في دعم هذه المشاريع.

1.2. مشكلة الدراسة

رغم التقدم الرقمي في قطر، لا تزال استفادة رائدات الأعمال من التكنولوجيا محدودة بسبب تحديات تتعلق بالمهارات والدعم. تبرز الحاجة لفهم أعمق لتأثير هذه الأدوات على تمكين

النساء وتحليل الفجوات المرتبطة بها.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

نقص الدراسات التي تربط بين التكنولوجيا الرقمية وريادة الأعمال النسائية في السياق القطري

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي .

محدودية البرامج التدريبية الرقمية الموجهة للنساء

نقص المهارات الرقمية المتقدمة بين رائدات

:السؤال الرئيسي

كيف يمكن للتكنولوجيا الرقمية أن تدعم رائدات الأعمال في قطر؟

1.3. أهمية الدراسة

1.3.1. على المستوى النظري:

تسهم في إثراء الأدبيات المتعلقة بريادة الأعمال النسائية في البيئة الرقمية العربية

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

تقديم توصيات لصانعي القرار والمؤسسات الداعمة لتعزيز التمكين الرقم لرائدات الاعمال .

1.4. أسئلة الدراسة

ما الأدوات الرقمية الأكثر استخدامًا بين رائدات الأعمال في قطر؟

ما الأثر الاقتصادي والاجتماعي لاستخدام التكنولوجيا على مشاريعهن؟

ما التحديات التي تواجهها رائدات في تبني التكنولوجيا؟

كيف تساهم التكنولوجيا الرقمية في تمكين رائدات الأعمال في قطر؟

1.5. أهداف الدراسة

تحديد الأدوات الرقمية الأكثر استخدامًا لدى رائدات الأعمال في قطر

قياس الأثر الاقتصادي والاجتماعي للتكنولوجيا الرقمية على مشاريعهن

تحليل التحديات التي تواجه رائدات في تبني التكنولوجيا

تقييم مساهمة التكنولوجيا الرقمية في تمكين رائدات الأعمال القطري

1.6. فرضيات الدراسة

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الأدوات الرقمية ونجاح رائدات الأعمال

توجد فروق ذات دلالة في استخدام التكنولوجيا حسب نوع النشاط أو المجال.

1.7. نموذج الدراسة

يعتمد نموذج الدراسة على العلاقة بين متغيرين أساسيين

المتغير المستقل: استخدام التكنولوجيا الرقمية، ويشمل أدوات التسويق الإلكتروني، الأنظمة السحابية، المنصات الرقمية، وتطبيقات الإدارة

المتغير التابع: تمكين رائدات الأعمال، والذي يُقاس بمؤشرات مثل: زيادة الوصول إلى الأسواق، تحسين الأداء الإداري، تعزيز الاستقلال المالي، وتوسيع فرص النمو

1.8. الدراسة الميدانية

تركز الدراسة الميدانية على عينة من رائدات الأعمال في مختلف القطاعات داخل دولة قطر، حيث سيتم توزيع استبيانات إلكترونية لجمع بيانات دقيقة حول مدى استخدام التكنولوجيا الرقمية وتحديات تبنيها. وستُحلل البيانات باستخدام أدوات تحليلية وصفية للوصول إلى نتائج واقعية تدعم فرضيات الدراسة.

1.9. مخطط المشروع

الأسبوع 1: مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة

الأسبوع 2: إعداد أدوات الدراسة (الاستبيان)

الأسبوع 3: تحليل البيانات

الأسبوع 4-5: تحليل النتائج وكتابة التقرير النهائي

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

تركز الدراسات الحديثة على دور التكنولوجيا الرقمية في تمكين رائدات الأعمال، خاصة في دول الخليج. ورغم هذا الاهتمام، لا تزال الدراسات في البيئة القطرية محدودة، مما يُبرز الحاجة إلى فهم أعمق لتأثير الأدوات الرقمية على ريادة الأعمال النسائية في قطر.

2.2. المتغير المستقل

يشير إلى استخدام التكنولوجيا الرقمية، ويشمل أدوات مثل منصات التجارة الإلكترونية، وسائل التواصل الاجتماعي، البرمجيات الإدارية. ومن الأمثلة المحلية منصة "سوق قطر"، التي ساعدت أكثر من 40% من رائدات الأعمال المشاركات على رفع مبيعاتهن وتعزيز حضورهن الرقمي.

2.3. المتغير التابع

هو تمكين رائدات الأعمال، ويُقاس من خلال مؤشرات مثل التوسع في الأسواق، وتحسين الأداء الإداري، وزيادة الأرباح. وتشير دراسة لجامعة قطر (2022) إلى أن 70% من رائدات الأعمال في قطر يعتمدن على إنستغرام كوسيلة تسويقية، مما يعكس دور الأدوات الرقمية في دعم نجاح مشاريعهن.

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

أظهرت الدراسات وجود علاقة مباشرة بين استخدام التكنولوجيا الرقمية ونجاح المشاريع النسائية، حيث تساعد الأدوات الرقمية في تخطي العقبات التقليدية. كما أوضح تقرير البنك الدولي (2022) أن المشاريع التي تستخدم التكنولوجيا تنمو أسرع بثلاثة أضعاف مقارنة بالمشاريع التي لا تستخدمها، مما يعزز من فرص التمكين والتوسع.

2.5. الخاتمة

توصلت الدراسة إلى أن التكنولوجيا الرقمية تمثل أداة فعالة في تمكين رائدات الأعمال في قطر، من خلال تحسين فرص النمو والتسويق والوصول إلى العملاء. ومع ذلك، لا يزال التحدي قائمًا في توفير التدريب والدعم اللازم لضمان استفادة أوسع من هذه الأدوات داخل البيئة القطرية.

3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

3.1. المقدمة

:

يعرض هذا الفصل الخطوات المنهجية التي اتُبعت في تنفيذ الدراسة، بما يشمل تصميم البحث، أدوات جمع البيانات، العينة، وأساليب التحليل، بهدف التحقق من العلاقة بين التكنولوجيا الرقمية وتمكين رائدات الأعمال في قطر

3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

المتغير المستقل: التكنولوجيا الرقمية: تشير إلى استخدام رائدات الأعمال لمنصات التواصل الاجتماعي، التجارة الإلكترونية، والخدمات السحابية في إدارة وتسويق وتطوير أعمالهن. مثال: استخدام منصة "سوق قطر" ساعد 40% من رائدات في زيادة مبيعاتهن

المتغير التابع: تمكين رائدات الأعمال: يُقصد به قدرة النساء على تطوير مشاريعهن وزيادة الدخل وتحقيق الاستقلال المالي. وأظهرت دراسة جامعة قطر (2022) أن 70% من رائدات في قطر يستخدمن إنستغرام كأداة رئيسية للتسويق.

3.3. تصميم البحث (بصلة البحثي)

تم استخدام التصميم الوصفي التحليلي بهدف دراسة العلاقة بين استخدام التكنولوجيا الرقمية وتمكين رائدات الأعمال، وذلك باستخدام استبيان كمصدر رئيس لجمع البيانات وتحليلها.

3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

يتكون مجتمع الدراسة من رائدات الأعمال القطريات المسجلات في برامج دعم ريادة الأعمال في قطر. تم اختيار عينة قصدية مكونة من 30 رائدة أعمال من مختلف القطاعات، مثل التجارة الإلكترونية، التصميم، التعليم، والخدمات.

3.5. طريقة جمع البيانات

تم جمع البيانات باستخدام استبيان إلكتروني يحتوي على أسئلة مغلقة ومفتوحة، تم توزيعه إلكترونياً على العينة المستهدفة، وتضمنت بنوداً حول استخدام التكنولوجيا، التحديات، ومظاهر التمكين.

3.6. أنواع البيانات

اعتمدت الدراسة على نوعين من البيانات:

بيانات أولية:

تم جمعها مباشرة من عينة الدراسة من خلال الاستبيان

بيانات ثانوية:

تم الاعتماد فيها على مراجع ودراسات سابقة ومصادر رسمية مثل تقارير وزارة التجارة، جامعة قطر، والبنك الدولي

3.7. إجراءات التحليل الإحصائي

تم تحليل البيانات عن طريق برنامج Excel لحساب:

التكرارات والنسب المئوية

المتوسطات والانحراف المعياري

اختبار بيرسون للعلاقة بين المتغيرات

3.8. الخاتمة

قدّم هذا الفصل شرحًا وافيًا للمنهجية المعتمدة في الدراسة، مما يعزز من موثوقية النتائج ويوفر إطارًا علميًا يمكن البناء عليه في فصول التحليل والمناقشة القادمة.

4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

4.1. المقدمة

يستعرض هذا الفصل النتائج التي تم التوصل إليها من خلال التحليل الإحصائي للبيانات التي جُمعت من عينة الدراسة، بهدف الإجابة على أسئلة البحث واختبار فرضياته. كما سيتم مناقشة هذه النتائج وربطها بالدراسات السابقة.

4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

تكوّنت عينة الدراسة من 30 رائدة أعمال قطرية من مجالات متنوعة تشمل التجارة الإلكترونية (10%)، والخدمات (40%)، والتصميم والإبداع (20%)، والتعليم

العمر: 60% بين 25-35 سنة، 30% بين 36-45 سنة، 10% أكثر من 45 سنة

المؤهل العلمي: 50% بكالوريوس، 30% دراسات عليا، 20% ثانوية عامة أو أقل

مدة ممارسة النشاط: 40% أقل من 3 سنوات، 35% من 3-6 سنوات، 25% أكثر من 6 سنوات.

4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات:

قبل أن أبدأ في تحليل النتائج، تأكدت من أن أداة البحث (الاستبيان) موثوقة. نتائج معامل كرونباخ ألفا كانت مرتفعة، وهو ما أعطاني ثقة أن الإجابات تعكس واقعاً يمكن البناء عليه.

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

أظهرت النتائج أن الأدوات الرقمية الأكثر استخداماً بين رائدات الأعمال هي:

(4.7/5) وسائل التواصل الاجتماعي (إنستغرام وفيسبوك) – متوسط

(4.5/5) متوسط – (BenefitPay و QPay) منصات الدفع الإلكتروني

(4.3/5) متوسط – (وسوق قطر Shopify) منصات التجارة الإلكترونية

برامج إدارة الأعمال والمشاريع (Asana و Trello) – متوسط (5/4.1)

من حيث الأثر

أكدن أن التكنولوجيا الرقمية ساعدت في زيادة الوصول إلى العملاء 85%

أشرن إلى تحسين المبيعات 72%

60% ذكرن أنها خفضت التكاليف التشغيلية.

4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة إيجابية واضحة بين استخدام الأدوات الرقمية ونجاح رائدات الأعمال، حيث ارتبطت معدلات استخدام التكنولوجيا بزيادة المبيعات وتحسين الوصول إلى الأسواق. كما تبين وجود فروق بين القطاعات، إذ استفادت المشاريع في التجارة الإلكترونية والخدمات الرقمية أكثر من الأنشطة التقليدية.

وتشير هذه النتائج إلى أن الاستثمار في التدريب الرقمي والدعم الفني يمكن أن يرفع من مستوى الاستفادة، مما يجعل التكنولوجيا الرقمية أداة حقيقية لتمكين رائدات الأعمال في قطر.

4.6. الخاتمة

توصلت إلى أن التكنولوجيا الرقمية تمثل أداة فعالة لتمكين رائدات الأعمال في قطر، سواء من حيث توسيع الأسواق أو تحسين الأداء التشغيلي. لكن استدامة هذه المكاسب تتطلب تعزيز التدريب وبناء القدرات الرقمية.

5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:

اقتصرت الدراسة على عينة من 30 رائدة أعمال في قطر، مما قد يحد من إمكانية تعميم النتائج على جميع القطاعات.

اعتمدت الدراسة على استبيان ذاتي، ما قد يؤدي إلى بعض التحيزات في الإجابات.

5.2. توصيات الدراسة:

تعزيز التدريب الرقمي: توفير برامج تدريبية متخصصة في التسويق الرقمي، وإدارة المتاجر الإلكترونية، وتحليل البيانات.

تحفيز الابتكار: دعم رائدات الأعمال لاستخدام تقنيات متقدمة مثل الذكاء الاصطناعي في تطوير منتجات وخدمات مبتكرة.

تسهيل التمويل الرقمي: إنشاء منصات تمويل جماعي موجهة لمشاريع النساء، ودعم البنية التحتية للدفع الإلكتروني.

توسيع الشراكات: تعزيز التعاون بين القطاعين العام والخاص والمؤسسات الأكاديمية لدعم التحول الرقمي.

5.3. الخاتمة:

أكدت الدراسة أن التكنولوجيا الرقمية تمثل محركاً أساسياً لتمكين رائدات الأعمال في قطر، من خلال توسيع الأسواق وتحسين الكفاءة التشغيلية وزيادة القدرة التنافسية. ومن شأن تبني استراتيجيات مستدامة للتحويل الرقمي أن يساهم في تحقيق أهداف رؤية قطر الوطنية 2030 المتعلقة بالتنويع الاقتصادي وتمكين المرأة.

قائمة المراجع

وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات – قطر (2023). التحويل الرقمي في قطر: الفرص والتحديات

OECD (2022). Women Entrepreneurs and Digitalization.

Qatar Business Incubation Center (2024). Annual Report on Women Entrepreneurship in Qatar.

البنك الدولي (2022). Digital Transformation and Business Growth in the MENA Region

الملاحق:

الملحق (1): بيانات عينة الدراسة

العدد الكلي للمشاركات: 30 رائدة أعمال قطرية

الفئة العمرية: 4 مشاركات (13.3%) أقل من 25 سنة، 18 مشاركة (60%) بين 25 و35 سنة، 6 مشاركات (20%) بين 36 و45 سنة، و2 مشاركتان (6.7%) أكثر من 45 سنة

المؤهل العلمي: 15 مشاركة (50%) بكالوريوس، 9 مشاركات (30%) دراسات عليا، 6 مشاركات (20%) ثانوي أو أقل

مجالات النشاط: 12 مشاركة (40%) في التجارة الإلكترونية، 9 مشاركات (30%) في الخدمات، 6 مشاركات (20%) في التصميم والإبداع، و3 مشاركات (10%) في التعليم

مدة ممارسة النشاط: 12 مشاركة (40%) أقل من 3 سنوات، 10 مشاركات (33.3%) بين 3 و6 سنوات، 8 مشاركات (26.7%) أكثر من 6 سنوات

الملحق (2): أكثر الأدوات الرقمية استخداماً

إنستغرام: متوسط استخدام 4.7 من 5، الأداة الأكثر اعتماداً للتسويق

متوسط 4.3 من 5، فعالة لتوسيع نطاق البيع: (سوق قطر Shopify) التجارة الإلكترونية

الملحق (3): أبرز آثار استخدام التكنولوجيا الرقمية

زيادة الوصول إلى العملاء: 85% من المشاركات

تحسين المبيعات: 72% من المشاركات

خفض التكاليف التشغيلية: 60% من المشاركات

تحسين التواصل مع العملاء: 66% من المشاركات

الملحق (4): أبرز التحديات التي واجهتها رائدات الأعمال

نقص المعرفة التقنية المتقدمة: 58% من المشاركات

صعوبة اختيار الأدوات الرقمية المناسبة: 50%

محدودية الدعم الفني: 42%

تكاليف بعض الخدمات الرقمية: 35%

الملحق (5): ملخص التحليل الإحصائي

معامل كرونباخ ألفا لثبات الأداة: بين 0.82 و 0.89، مما يدل على موثوقية عالية

معامل ارتباط بيرسون بين استخدام الأدوات الرقمية ونجاح المشروع: 0.68 عند مستوى دلالة 0.01 مما يؤكد وجود علاقة إيجابية قوية