

تحليل أثر التحول الرقمي على فاعلية الأداء التنظيمي: دراسة ميدانية على قطاع البنوك المصرية

الباحث: محمد أحمد عبد الغني – كلية التجارة، جامعة
السويس

https://safq.journals.ekb.eg/article_333788_4b087845ce9c8c5b1dc0c4cb19585e34.pdf



إعداد

سليمان الجبرين

المدخل النظري المستخدم في الدراسة – نظرية انتشار الابتكار

التعريف بالنظرية ونشأتها

تُعد نظرية انتشار الابتكار من أبرز النظريات التي تفسر سلوك الأفراد والمجتمعات تجاه تبني الأفكار والمنتجات والتقنيات الجديدة. وقد طرح هذه النظرية عالم الاجتماع الأمريكي إيفرت روجرز عام ١٩٦٢ في كتابه الشهير الذي حمل عنوان "انتشار المبتكرات"، وقد أعاد تطويرها وتحديثها في عدة إصدارات لاحقة كان آخرها عام ٢٠٠٣. وتقوم الفكرة الجوهرية لهذه النظرية على أن أي فكرة مستحدثة أو أسلوب جديد يمكن أن يحظى بقبول تدريجي من أفراد المجتمع بناءً على مجموعة من العوامل الاجتماعية والثقافية والبيئية، وأن هذا القبول لا يحدث دفعة واحدة وإنما يمر بمراحل متعاقبة ويشمل فئات مختلفة من المتبنين. وتهتم هذه النظرية بتفسير كيفية نقل المعلومات المتعلقة بالمبتكرات إلى أفراد مجتمع معين أو شريحة محددة منه، بهدف تحقيق التنمية والابتكار والتطوير المستمر.

المدخل النظري المستخدم في الدراسة – نظرية انتشار الابتكار

العناصر الأساسية للنظرية

حدد روجرز أربعة عناصر رئيسية تتحكم في عملية انتشار المبتكرات وتبنيها داخل أي نظام اجتماعي. العنصر الأول هو الابتكار ذاته، ويُقصد به الفكرة أو الممارسة أو المنتج الذي يُدركه الأفراد باعتباره شيئاً جديداً، سواء كان جديداً بالفعل أو جديداً بالنسبة لمن يتعامل معه لأول مرة. والعنصر الثاني هو قنوات الاتصال، وهي الوسائل والأدوات التي يتم من خلالها نقل المعلومات حول الابتكار من طرف إلى آخر، سواء كانت وسائل إعلام جماهيرية أو قنوات تواصل شخصية بين الأفراد. أما العنصر الثالث فهو الزمن، ويُشير إلى الفترة الزمنية التي يستغرقها الفرد أو المؤسسة في اتخاذ قرار تبني الابتكار أو رفضه، وهذه الفترة تتفاوت من شخص لآخر ومن مؤسسة لأخرى تبعاً لعوامل عديدة. والعنصر الرابع هو النسق الاجتماعي، ويعني البيئة الاجتماعية والثقافية والتنظيمية التي يُطرح فيها الابتكار، حيث تؤثر القيم السائدة والمعايير الاجتماعية والهياكل التنظيمية في مدى قبول الابتكار أو مقاومته.

المدخل النظري المستخدم في الدراسة – نظرية انتشار الابتكار

خصائص الابتكار المؤثرة في سرعة التبني

أوضح روجرز أن هناك خصائص محددة تؤثر في سرعة تبني أي ابتكار ومدى انتشاره. أولى هذه الخصائص هي الميزة النسبية، وتعني مدى إدراك الأفراد لفائدة الابتكار مقارنة بالبدايل أو الأساليب القائمة، فكلما شعر الفرد بأن الابتكار يحقق له منفعة أكبر زاد احتمال تبنيه. والخاصية الثانية هي التوافق، وتُشير إلى مدى انسجام الابتكار مع القيم والمعتقدات والاحتياجات السائدة في المجتمع أو المؤسسة، فالابتكار الذي يتعارض مع ثقافة المؤسسة يواجه مقاومة أكبر. والخاصية الثالثة تتعلق بدرجة التعقيد، فكلما كان الابتكار بسيطاً وسهل الفهم والاستخدام زادت فرص تبنيه بسرعة. والخاصية الرابعة هي قابلية التجريب، أي إمكانية اختبار الابتكار على نطاق محدود قبل الالتزام الكامل به. أما الخاصية الخامسة فهي قابلية الملاحظة، وتعني مدى وضوح نتائج الابتكار وظهور فوائده للآخرين، فالابتكار الذي تظهر نتائجه بوضوح يكتسب قبولاً

أسرع.

المدخل النظري المستخدم في الدراسة – نظرية انتشار الابتكار

مراحل تبني الابتكار

بيّن روجرز أن عملية تبني الابتكار لا تحدث بشكل مفاجئ، وإنما تمر بخمس مراحل متتالية و مترابطة. تبدأ المرحلة الأولى بالمعرفة، وفيها يتعرف الفرد أو المؤسسة على وجود الابتكار ويحصل على معلومات أولية حوله. ثم تأتي مرحلة الإقناع أو تكوين الموقف، وفيها يُشكّل الفرد اتجاهه إيجابياً أو سلبياً تجاه الابتكار بناءً على ما جمعه من معلومات وما سمعه من تجارب الآخرين. وتليها مرحلة القرار، وفيها يتخذ الفرد قراره النهائي بقبول الابتكار وتبنيه أو رفضه والابتعاد عنه. ثم تأتي مرحلة التنفيذ أو التطبيق الفعلي، حيث يبدأ الفرد أو المؤسسة في استخدام الابتكار بشكل مبدئي. وتُختتم العملية بمرحلة التأكيد، وفيها يتخذ الفرد قراراً نهائياً بالاستمرار في استخدام الابتكار بعد أن يتحقق من جدواه وفائدته الفعلية.

المدخل النظري المستخدم في الدراسة – نظرية انتشار الابتكار

فئات المتبنين للابتكار

صنّف روجرز الأفراد والمؤسسات من حيث سرعة تبنيهم للابتكارات إلى خمس فئات متدرجة. الفئة الأولى هي المبتكرون أو المجددون، وهم الذين يتبنون الابتكار في أولى مراحله ويتميزون بحب المغامرة والاستكشاف واستعدادهم لتحمل المخاطر. والفئة الثانية هي المتبنون الأوائل، وهم قادة الرأي الذين يتبنون الابتكار بسرعة نسبية ويؤثرون بشكل كبير في قرارات الآخرين. والفئة الثالثة هي الغالبية المبكرة، وهم الذين يتبنون الابتكار بعد التفكير والتأني والاطلاع على تجارب من سبقوهم. والفئة الرابعة هي الغالبية المتأخرة، وهم الذين لا يتبنون الابتكار إلا بعد أن يتبناه غالبية المجتمع ويثبت نجاحه. وأخيراً الفئة الخامسة هي المتقاعسون أو المتأخرون، وهم الأكثر تحفظاً ومقاومة للتغيير ولا يتبنون الابتكار إلا بعد فترة طويلة وتحت ضغط الظروف.

تحليل مدى ملائمة النظرية لدراسة التحول الرقمي

التحول الرقمي باعتباره ابتكاراً يحتاج إلى تبني وانتشار

إن أول ما يجعل نظرية انتشار الابتكار ملائمة لدراسة التحول الرقمي هو أن التحول الرقمي في جوهره يُمثل ابتكاراً تنظيمياً وتقنياً شاملاً. فعندما تقرر مؤسسة ما — كالبنوك المصرية في هذه الدراسة — التحول من الأنظمة التقليدية إلى الأنظمة الرقمية في إدارة عملياتها وتقديم خدماتها، فإنها تمر بنفس المراحل التي وصفها روجرز لتبني الابتكار، بدءاً من مرحلة الوعي والمعرفة بأهمية التحول الرقمي، مروراً بتكوين اتجاه إيجابي نحوه، ثم اتخاذ قرار التبني، فالتطبيق الفعلي، وانتهاءً بمرحلة التأكيد والاستمرار. وقد أكدت نتائج الدراسة أن هناك تأثيراً ذا دلالة معنوية للتحول الرقمي على فاعلية الأداء التنظيمي، وهو ما يتوافق مع ما تفترضه النظرية من أن الابتكار الذي يُدرك المتبنون فائدته يحقق نتائج إيجابية ملموسة.

تحليل مدى ملائمة النظرية لدراسة التحول الرقمي

تفسير التفاوت بين العاملين في قبول التحول الرقمي

تُقدم النظرية إطاراً تفسيرياً قوياً لفهم لماذا يتفاوت العاملون في البنوك في مدى قبولهم واستجابتهم لمتطلبات التحول الرقمي. فوفقاً لتصنيف روجرز، نجد أن بعض الموظفين يكونون من المجددين أو المتبنين الأوائل الذين يتحمسون للتقنيات الجديدة ويسارعون إلى استخدامها، بينما يكون آخرون من الغالبية المتأخرة أو المتقاعسين الذين يقاومون التغيير ويحتاجون إلى وقت أطول ودعم أكبر. وقد كشفت الدراسة عن وجود فروق بين آراء أفراد العينة وفقاً لسنوات الخبرة والمؤهل الدراسي فيما يتعلق بالتحول الرقمي وفاعلية الأداء التنظيمي، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء النظرية بأن الخصائص الديموغرافية والمعرفية تؤثر في الفئة التي ينتمي إليها الفرد من فئات المتبنين.

تحليل مدى ملائمة النظرية لدراسة التحول الرقمي

أهمية البيئة التنظيمية كنسق اجتماعي مؤثر

أكد روجرز أن النسق الاجتماعي يلعب دوراً محورياً في تسهيل أو إعاقة انتشار الابتكار، وهذا ينطبق تماماً على بيئة العمل في البنوك المصرية. فالثقافة التنظيمية السائدة، وأنماط القيادة، ومدى توفر البنية التحتية الرقمية، وسياسات التدريب والتأهيل، كلها عوامل تُشكل النسق الاجتماعي الذي يتم فيه تبني التحول الرقمي. وقد أوصت الدراسة بضرورة وجود استراتيجية واضحة للتحول الرقمي لدى قطاعات البنوك كافة، وتنمية الجدارات الرقمية للموارد البشرية لتقليص الفجوة بين المهارات المطلوبة والمهارات المتاحة، وهي توصيات تتسق مع ما تطرحه النظرية من أهمية تهيئة النسق الاجتماعي لتسريع عملية التبني.

تحليل مدى ملائمة النظرية لدراسة التحول الرقمي

الميزة النسبية كمحرك لتبني التحول الرقمي

تنطبق خاصية الميزة النسبية التي حددها روجرز على واقع التحول الرقمي في البنوك بشكل واضح. فالبنوك التي أدركت أن التحول الرقمي يوفر لها مزايا تفوق ما تقدمه الأنظمة التقليدية — من حيث تحسين تدفق المعلومات وجودتها، وتعزيز أمن البيانات، وتقليل التكاليف، وزيادة الإيرادات، وتحسين صورة المؤسسة — كانت أكثر إقبالاً على تبني هذا التحول. وهذا يعني أن إدراك المؤسسة للمنفعة الفعلية للتحول الرقمي هو الدافع الأساسي لتبنيه، تماماً كما تفترض النظرية.

تحليل مدى ملائمة النظرية لدراسة التحول الرقمي

أهمية قنوات الاتصال في نشر ثقافة التحول الرقمي

تُبرز النظرية أهمية قنوات الاتصال في نقل المعلومات حول الابتكار وإقناع الآخرين بتبنيه. وفي سياق التحول الرقمي بالبنوك، تلعب برامج التدريب والتوعية، والاجتماعات الدورية، والنشرات الداخلية، وورش العمل، دوراً محورياً في تعريف العاملين بمزايا التحول الرقمي وتبديد مخاوفهم وبناء ثقتهم في الأنظمة الجديدة. كما أن القادة والمديرين الذين يتبنون التحول الرقمي ويمارسونه فعلياً يمثلون قنوات اتصال شخصية فعالة تؤثر في قرارات المرؤوسين، وهو ما يتفق مع ما تطرحه النظرية من أن التأثير الشخصي والأقران يلعبون دوراً حاسماً في عملية الانتشار.

تقييم نقدي لمدى ملائمة النظرية

على الرغم من الملاءمة الكبيرة لنظرية انتشار الابتكار في تفسير ظاهرة التحول الرقمي وتبنيه في المؤسسات، إلا أنه من الأمانة العلمية الإشارة إلى بعض الملاحظات النقدية. فالنظرية نشأت في الأصل لتفسير انتشار الأفكار والمنتجات بين الأفراد في المجتمعات، وقد يحتاج تطبيقها على المستوى المؤسسي إلى تعديلات تأخذ في الاعتبار خصوصية البيئة التنظيمية وتعقيد عمليات اتخاذ القرار فيها. كما أن النظرية تركز بشكل أساسي على جانب التبني والانتشار دون أن تتعمق بشكل كافٍ في تحليل الأثر الفعلي للابتكار بعد تبنيه على الأداء المؤسسي، وهو ما يجعل من المفيد دمجها مع نظريات أخرى مثل نظرية الموارد أو نظرية التغيير التنظيمي للحصول على إطار نظري أكثر شمولاً. ومع ذلك، تظل هذه النظرية من أكثر المداخل النظرية ملائمة لدراسة التحول الرقمي لأنها توفر أدوات تحليلية قوية لفهم مراحل التبني، وعوامل النجاح والفشل، وأنماط الاستجابة المختلفة بين الأفراد والمؤسسات.

الخاتمة

تُعد نظرية انتشار الابتكار لإيفرت روجرز من أنسب المداخل النظرية لدراسة موضوع التحول الرقمي في المؤسسات، وقد أثبتت دراسة محمد أحمد عبد الغني (٢٠٢٣) المطبقة على قطاع البنوك المصرية أن هذه النظرية توفر إطاراً تفسيرياً متماسكاً لفهم كيفية تبني المؤسسات للتحول الرقمي، والعوامل المؤثرة في سرعة هذا التبني ونجاحه، والتفاوت بين العاملين في استجابتهم للتغيير التقني. إن الجمع بين هذه النظرية ونتائج الدراسة الميدانية يؤكد أن نجاح التحول الرقمي لا يتوقف فقط على توفير التقنيات الحديثة، وإنما يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتهيئة البيئة التنظيمية، وبناء قدرات العاملين، وتوفير قنوات اتصال فعالة، وإدراك المنفعة الفعلية من هذا التحول، وهي جميعها عناصر محورية في نظرية انتشار الابتكار.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

