

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص إدارة اعمال



عنوان البحث

"أثر التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة: دراسة حالة تطبيقية على شركة سوار لتقنية المعلومات - المملكة العربية السعودية"

إعداد الطالب/

غادة ضيف الله الحربي

إشراف/

د. الفیصل عبد الحمید

د. فايز جراد

العام الدراسي:

2025



MIDOCEAN UNIVERSITY
COLLEGE OF BUSINESS ADMINISTRATION
Master of Business Administration

**"The Impact of Digital Transformation on Growth Strategies in Startups:
An Applied Case Study on Suwar Information Technology Company –
Kingdom of Saudi Arabia"**

Prepared by:
Ghada Dhaifallah Al-Harbi

Supervised by:
Dr. Al-Faisal Abdulhamid
Dr. Fayiz Jarrad

Academic Year:
2025

المستخلص

يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في شركة سوار لتقنية المعلومات، من خلال تحليل العلاقة بين مكونات التحول الرقمي – وتشمل الذكاء الاصطناعي، الحوسبة السحابية، وتطوير البنية التحتية التكنولوجية – وبين مجموعة من الأبعاد الاستراتيجية مثل تحسين الكفاءة التشغيلية، تعزيز تجربة العملاء، الوصول إلى أسواق جديدة، وتحقيق النمو المستدام. وقد تم اختيار شركة سوار كحالة تطبيقية نظرًا لكونها إحدى الشركات السعودية العاملة في مجال التقنية، والتي تشهد تحولاً رقمياً ملحوظاً في السنوات الأخيرة.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات باستخدام استبانة أعدت بعناية، ووزعت على عينة مكونة من (32) موظفاً من العاملين في الشركة، يمثلون مختلف الأقسام والمستويات الإدارية. وقد تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية، من بينها اختبار الانحدار الأحادي، بهدف اختبار الفرضيات وتحديد مدى وجود أثر ذي دلالة إحصائية.

أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير إيجابي وذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على جميع محاور استراتيجيات النمو محل الدراسة، حيث تبين أن تطوير البنية التحتية التكنولوجية واستخدام التقنيات الحديثة يساهم في تحسين الكفاءة، وتسريع تقديم الخدمات، وزيادة رضا العملاء، إضافة إلى تعزيز فرص التوسع والوصول إلى أسواق جديدة. وبناءً على هذه النتائج، توصي الدراسة بضرورة تعزيز استثمارات الشركة في مجال التحول الرقمي، وربط مبادراته بالخطط الاستراتيجية، مع التركيز على بناء قدرات الموظفين وتحديث البنية التحتية التكنولوجية بشكل مستمر.

كلمات المفتاحية: التحول الرقمي، استراتيجيات النمو، البنية التحتية التكنولوجية، الكفاءة التشغيلية، تجربة العملاء.

Abstract

This research aims to examine the impact of digital transformation on growth strategies at Suwar Information Technology Company. The study analyzes the relationship between components of digital transformation—such as artificial intelligence, cloud computing, and the development of technological infrastructure—and a set of strategic dimensions, including improved operational efficiency, enhanced customer experience, access to new markets, and the achievement of sustainable growth. Suwar Company was selected as a case study due to its prominent role in the Saudi technology sector and its notable digital transformation efforts in recent years.

The study adopted a descriptive analytical approach, and data were collected using a carefully designed questionnaire distributed to a sample of 32 employees from various departments and administrative levels within the company. The data were analyzed using descriptive and inferential statistical methods, including simple linear regression, to test the hypotheses and determine the significance of the observed effects.

The results revealed a statistically significant and positive impact of digital transformation on all the examined dimensions of growth strategies. It was found that enhancing technological infrastructure and leveraging modern technologies contributed to improved efficiency, faster service delivery, increased customer satisfaction, and greater potential for expansion into new markets. Based on these findings, the study recommends that the company further invest in digital transformation and align its initiatives with strategic plans, while also focusing on employee capacity building and continuous upgrades to its technological infrastructure.

Keywords: Digital Transformation, Growth Strategies, Technology Infrastructure, Operational Efficiency, Customer Experience.

مقدمة:

في عصر الثورة الصناعية الرابعة، حيث أصبحت التكنولوجيا الرقمية هي المحرك الأساسي للتغيير في جميع جوانب الحياة، يبرز التحول الرقمي كأحد أهم العوامل التي تعيد تشكيل المشهد الاقتصادي العالمي. وفي قلب هذا التحول، تظهر الشركات الناشئة كفاعل رئيسي قادر على استغلال الفرص التي توفرها التقنيات الحديثة لتحقيق النمو والتوسع. ومع ذلك، فإن هذا التحول ليس مجرد عملية تقنية بحتة، بل هو تحول استراتيجي شامل يتطلب إعادة النظر في نماذج الأعمال التقليدية وتبني منهجيات جديدة تعتمد على الابتكار والمرونة (البردان، 2020، ص 15).

التحول الرقمي، في جوهره، يمثل تحولاً جذرياً في كيفية إدارة الأعمال وتقديم القيمة للعملاء. فهو لا يقتصر على مجرد استخدام التكنولوجيا لتحسين العمليات الحالية، بل يتعدى ذلك إلى إعادة تصميم تلك العمليات بشكل كلي لتحقيق كفاءة أعلى وفعالية أكبر. بالنسبة للشركات الناشئة، التي غالباً ما تعاني من محدودية الموارد والمنافسة الشرسة، يعد التحول الرقمي فرصة سانحة لتعزيز قدرتها على المنافسة وتحقيق النمو السريع. من خلال تبني التقنيات الرقمية، يمكن لهذه الشركات أن تصل إلى أسواق جديدة، وأن تقدم منتجات وخدمات مبتكرة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل، وأن تعمل بكفاءة أعلى مع تقليل التكاليف (بدوي، وآخرون، 2023، ص 945).

إحدى أهم الجوانب التي يؤثر فيها التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة هو قدرته على تمكين هذه الشركات من جمع وتحليل البيانات بشكل فعال. البيانات أصبحت اليوم أحد أهم الأصول التي تمتلكها أي شركة، حيث يمكن استخدامها لفهم سلوك العملاء، وتوقع الاتجاهات المستقبلية، واتخاذ قرارات استراتيجية مستنيرة. من خلال أدوات مثل تحليل البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي، يمكن للشركات الناشئة أن تحصل على رؤى عميقة تساعد على تحسين منتجاتها، وتخصيص عروضها لتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل، وحتى اكتشاف فرص جديدة للنمو (زلط، 2023، ص 561).

بالإضافة إلى ذلك، فإن التحول الرقمي يفتح أبواباً جديدة للشركات الناشئة للوصول إلى العملاء على نطاق عالمي. من خلال منصات التجارة الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، يمكن لهذه الشركات أن تسوق منتجاتها وخدماتها بفعالية أكبر، وأن تصل إلى جمهور أوسع دون الحاجة إلى استثمارات كبيرة في البنية التحتية التقليدية. هذا الأمر يعد ذا أهمية خاصة للشركات الناشئة التي تعمل في أسواق محلية محدودة، حيث يمكنها من خلال التحول الرقمي أن تتخطى الحدود الجغرافية وتصل إلى عملاء في جميع أنحاء العالم (الدباس، 2022).

ومع ذلك، فإن التحول الرقمي ليس عملية بسيطة أو خالية من التحديات. فالشركات الناشئة التي ترغب في تبني هذا التحول تواجه عدداً من العقبات، بما في ذلك الحاجة إلى استثمارات مالية كبيرة في التكنولوجيا والبنية التحتية الرقمية، والحاجة إلى توظيف وتدريب كوادر بشرية قادرة على التعامل مع التقنيات

الحديثة، بالإضافة إلى التحديات المتعلقة بأمن البيانات وحماية الخصوصية. علاوة على ذلك، فإن سرعة التطور التكنولوجي تتطلب من هذه الشركات أن تكون دائمة التعلم والتكيف، مما يضع ضغطاً إضافياً على مواردها المحدودة (عبايدية وطلحي، 2024، ص 185).

في هذا السياق، يصبح من الضروري للشركات الناشئة أن تتبنى استراتيجيات مدروسة للتحويل الرقمي تأخذ في الاعتبار ليس فقط الفرص التي توفرها التكنولوجيا، ولكن أيضاً التحديات التي قد تواجهها. هذا يتطلب فهماً عميقاً لاحتياجات العملاء، وقدرة على الابتكار والتجريب، ومرونة في التكيف مع التغيرات السريعة في بيئة الأعمال.

من خلال هذا البحث، سنحاول أن نستكشف بعمق كيف يؤثر التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، مع التركيز على الفرص التي يوفرها هذا التحول، وكذلك التحديات التي يجب التغلب عليها. سنناقش أيضاً كيف يمكن للشركات الناشئة أن تستفيد من التقنيات الرقمية لتعزيز قدرتها على الابتكار، وتحسين كفاءتها التشغيلية، وزيادة رضا العملاء، وتحقيق النمو المستدام في سوق يتسم بالمنافسة الشديدة والتغير السريع.

مشكلة الدراسة:

يعتبر التحول الرقمي أحد أبرز الظواهر التي شهدتها العقد الأخير، حيث أصبحت التكنولوجيا الرقمية جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية وأدت إلى تغييرات جذرية في طريقة عمل الشركات وتفاعلها مع العملاء، ومع هذا التطور السريع، أصبحت الشركات الناشئة تواجه بيئة أعمال تتسم بالتعقيد والمنافسة الشديدة، مما يفرض عليها تبني استراتيجيات جديدة تمكنها من البقاء والنمو في ظل هذه التحديات، وعلى الرغم من أن التحول الرقمي يقدم فرصاً هائلة للشركات الناشئة، إلا أن عملية تبني هذه التقنيات ليست بسيطة وتتطلب إعادة هيكلة شاملة للعمليات التجارية والثقافة التنظيمية، مما يضع هذه الشركات أمام تحديات كبيرة تتعلق بالموارد المالية والبشرية والقدرة على التكيف مع التغيرات السريعة.

من ناحية أخرى، فإن تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة لا يزال مجاًلاً يحتاج إلى مزيد من الدراسة والتحليل، فبالرغم من وجود العديد من الدراسات التي تناولت موضوع التحول الرقمي بشكل عام، إلا أن التركيز على الشركات الناشئة وكيفية استفادتها من هذه التقنيات لتعزيز نموها لا يزال محدوداً، خاصة في ظل التحديات الفريدة التي تواجهها هذه الشركات، مثل محدودية الموارد وعدم وجود بنية تحتية رقمية متطورة، بالإضافة إلى صعوبة الوصول إلى التمويل اللازم لتنفيذ مشاريع التحول الرقمي، وهذا يخلق فجوة في الأدبيات البحثية تتعلق بكيفية قيام الشركات الناشئة بتبني استراتيجيات رقمية فعالة تساهم في تحقيق النمو المستدام.

علاوة على ذلك، فإن نجاح التحول الرقمي في الشركات الناشئة لا يعتمد فقط على تبني التقنيات الحديثة، بل يتطلب أيضًا فهمًا عميقًا لاحتياجات السوق والقدرة على تحويل هذه التقنيات إلى قيمة مضافة للعملاء، وهذا يطرح تساؤلات حول الكيفية التي يمكن بها لهذه الشركات أن توازن بين الابتكار الرقمي وتحقيق عوائد مالية في الوقت نفسه، خاصة في ظل التحديات المتعلقة بأمن البيانات وحماية الخصوصية، والتي أصبحت من القضايا الرئيسية في العصر الرقمي، مما يزيد من تعقيد عملية التحول ويجعلها أكثر صعوبة بالنسبة للشركات الناشئة.

ومن هنا يمكن بلورة مشكلة البحث الحالي في التساؤل الرئيس التالي:

كيف يؤثر التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في شركة سوار لتقنية المعلومات، وما هي الفرص والتحديات التي تواجهها في رحلتها نحو التحول الرقمي؟

أهمية الدراسة:

تكتسب الدراسة أهمية علمية وعملية كبيرة في إطار تسليط الضوء على تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، حيث تعتبر هذه القضية من القضايا الحيوية في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم، والتي تفرض على الشركات الناشئة ضرورة التكيف مع هذه التغيرات لضمان بقائها ونموها في سوق يتسم بالمنافسة الشديدة والتعقيد المتزايد.

الأهمية العلمية:

- تسهم الدراسة في إثراء الجانب النظري للأدبيات العلمية المتعلقة بالتحول الرقمي واستراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، من خلال تقديم إطار تحليلي معاصر.
- تُعالج فجوة بحثية قائمة تتمثل في نقص الدراسات المتعمقة التي تركز على الكيفية التي تستفيد بها الشركات الناشئة من التقنيات الرقمية في ظل بيئات تتسم بندرة الموارد وضعف البنية التحتية.
- تركز الدراسة على تحليل العلاقة التفاعلية بين تبني التقنيات الرقمية وبين تحقيق النمو المستدام، وهو ما لم يتم تناوله بشكل كافٍ في الأدبيات السابقة.
- تقدم الدراسة مساهمة علمية أصيلة من خلال تسليط الضوء على تحديات وفرص التحول الرقمي من منظور الشركات الناشئة، مما يعزز من فهم الباحثين لهذا السياق الديناميكي.
- تُسهم في بناء قاعدة معرفية علمية يمكن الرجوع إليها في أبحاث مستقبلية تتناول التحول الرقمي في بيئات ريادة الأعمال.

الأهمية العملية:

- تُوفر الدراسة رؤى عملية تطبيقية تساعد رواد الأعمال والمديرين في الشركات الناشئة على فهم كيفية توظيف التحول الرقمي لتعزيز الأداء المؤسسي.

- تُمكن الدراسة الشركات الناشئة من تبني استراتيجيات رقمية فعالة تساهم في تحسين الكفاءة التشغيلية وزيادة رضا العملاء وتوسيع قاعدة السوق.
- تُعد نتائج الدراسة بمثابة مرجع إرشادي عملي يمكن أن تستفيد منه الجهات الفاعلة في بيئة الأعمال الناشئة عند التخطيط لمشروعات التحول الرقمي.
- تُعزز من وعي صناع القرار بأهمية التحول الرقمي كأداة استراتيجية للنمو في الأسواق التنافسية.

أهداف الدراسة:

إن الهدف الرئيس والمحموري لهذا البحث يتمثل في محاولة التعرف على مدى تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو شركة سوار لتقنية المعلومات، وذلك من خلال تحليل الفرص والتحديات التي يواجهها هذا النوع من الشركات في رحلتها نحو التحول الرقمي، ويمكن تحديد الأهداف الفرعية للدراسة على النحو الآتي:

1. بيان أثر التحول الرقمي على تحسين الكفاءة التشغيلية في شركة سوار لتقنية المعلومات، وكيف يمكن للتقنيات الرقمية أن تساهم في تبسيط العمليات وتقليل التكاليف.
2. بيان أثر التحول الرقمي على تعزيز تجربة العملاء، من خلال تحليل كيفية استخدام شركة سوار لتقنية المعلومات للتقنيات الرقمية لتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل وزيادة رضاهم.
3. بيان أثر التحول الرقمي على توسيع نطاق الوصول إلى الأسواق الجديدة، وكيف يمكن لشركة سوار لتقنية المعلومات أن تستفيد من المنصات الرقمية للتسويق والتوزيع على نطاق أوسع.
4. بيان أثر التحول الرقمي على الابتكار وتطوير المنتجات والخدمات، من خلال تحليل كيفية استخدام التقنيات الرقمية لتحقيق التميز التنافسي.

تساؤلات الدراسة

ما أثر التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة؟ ويتفرع من هذا السؤال الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

1. ما أثر التحول الرقمي على تحسين الكفاءة التشغيلية في شركة سوار لتقنية المعلومات؟
2. ما أثر التحول الرقمي على تعزيز تجربة العملاء وزيادة رضاهم في شركة سوار لتقنية المعلومات؟
3. ما أثر التحول الرقمي على توسيع نطاق الوصول إلى الأسواق الجديدة في شركة سوار لتقنية المعلومات؟
4. ما أثر التحول الرقمي على الابتكار وتطوير المنتجات والخدمات في شركة سوار لتقنية المعلومات؟

تهدف هذه التساؤلات إلى استكشاف جوانب مختلفة لتأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، مع التركيز على الفرص والتحديات التي تواجهها في رحلتها نحو التحول الرقمي.

فروض الدراسة:

1. الفرضية الرئيسية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.005$) للتحول الرقمي على استراتيجيات النمو في شركة سوار لتقنية المعلومات.

وينبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

2. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.005$) للتحول الرقمي على تحسين الكفاءة التشغيلية في شركة سوار لتقنية المعلومات.

3. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.005$) للتحول الرقمي على تعزيز تجربة العملاء وزيادة رضاهم في شركة سوار لتقنية المعلومات.

4. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.005$) للتحول الرقمي على توسيع نطاق الوصول إلى الأسواق الجديدة في شركة سوار لتقنية المعلومات.

5. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.005$) للتحول الرقمي على تحقيق النمو المستدام لشركة سوار لتقنية المعلومات.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية:

1. دراسة البردان، محمد فوزي. (2020).

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور استراتيجيات التحول الرقمي بأبعادها المختلفة في تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة كأساس لتعزيز مبادرات الشمول المالي في البيئة المصرية، حيث المتغير المستقل هو استراتيجيات التحول الرقمي بأبعادها الأربعة (استخدام التقنيات لتحقيق الدور الاستراتيجي للمؤسسات الحكومية، التغيرات في خلق القيمة، التغيرات الهيكلية، والجوانب المالية اللازمة للتحول الرقمي)، أما المتغير التابع فهو تعزيز مبادرات الشمول المالي من حيث الاختراق والوصول والاستخدام.

استخدمت الدراسة منهجية تحليلية لدراسة تأثير التحول الرقمي على تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مع التركيز على مؤشرات قياس التحول الرقمي، ومزايا تطبيقه، والتحديات التي تواجهه، خاصة في البيئة المصرية.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تأثيرًا إيجابيًا لاستراتيجيات التحول الرقمي على تعزيز الشمول المالي، حيث تساهم في خفض التكاليف المالية لمقدمي الخدمات، وتوفير خدمات مالية سريعة وآمنة، وتحسين جودة الخدمات المقدمة، مما ينعكس إيجابًا على الناتج المحلي.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الجهود الحكومية والخاصة لتذليل التحديات التي تواجه تطبيق التحول الرقمي، خاصة في قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مع التركيز على توفير البنية التحتية التكنولوجية اللازمة، وزيادة الوعي بأهمية التحول الرقمي، ودعم الجوانب المالية المرتبطة به.

2. دراسة بدوي وصالح الدين. (2023).

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد درجة العلاقة بين تطبيق استراتيجية التحول الرقمي وتحقيق التميز المؤسسي المستدام في الشركة القابضة مصر للطيران، حيث المتغير المستقل هو استراتيجية التحول الرقمي، أما المتغير التابع فهو تحقيق التميز المؤسسي المستدام بمتغيراته (إشراك المعنيين، بناء قيمة مستدامة، قيادة الأداء والتحول).

استخدمت الدراسة منهجًا كميًا يعتمد على تحليل بيانات 288 قائمة استقصاء تم جمعها من عينة البحث المكونة من الإدارة العليا والوسطى في الشركة القابضة مصر للطيران.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية التحول الرقمي ومتغيرات التميز المؤسسي المستدام، حيث أظهرت النتائج أن استراتيجية التحول الرقمي ارتبطت ارتباطًا طرديًا قويًا مع متغير "قيادة الأداء والتحول"، وارتباطًا طرديًا متوسطًا مع متغيري "إشراك المعنيين" و"بناء قيمة مستدامة".

وأوصت الدراسة بضرورة تطوير استراتيجية للتحول الرقمي لدعم عملية خلق القيمة المستدامة، وتحسين الأداء، وتحقيق رضا العملاء وولائهم، وتعزيز عملية صنع القرار، مع التأكيد على أهمية قيادة الأداء وقيادة التحول بشكل متوازٍ لضمان نجاح الشركة الحالي والمستقبلي.

3. دراسة أحمد عبد السلام، وشيماء مهدي. (2024).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استراتيجيات التحول الرقمي على نجاح مشاريع منظمات الأعمال في شركات الاتصالات العاملة في المحافظات العراقية، حيث المتغير المستقل هو استراتيجيات التحول الرقمي بأبعادها (قدرة البحث والتطوير، قدرة الشبكات، قدرة الاتصال التكنولوجي)، أما المتغير التابع فهو نجاح المشاريع بأبعادها (الالتزام بتكلفة المشاريع، الالتزام بوقت المشاريع، جودة المشاريع).

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم توزيع 160 استبانة على عينة الدراسة المكونة من مدراء مشاريع ورؤساء أقسام في ثلاث شركات اتصالات عاملة في العراق، وتم استخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات واستخراج النتائج.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك أثرًا ذا دلالة إحصائية لاستراتيجيات التحول الرقمي على نجاح المشاريع في شركات الاتصالات، حيث أظهرت النتائج أن أبعاد التحول الرقمي (قدرة البحث والتطوير، قدرة الشبكات، قدرة الاتصال التكنولوجي) تساهم بشكل كبير في تحقيق الالتزام بتكلفة المشاريع، والالتزام بوقت المشاريع، وتحسين جودة المشاريع.

وأوصت الدراسة بضرورة زيادة الاستثمار في القدرات التكنولوجية لشركات الاتصالات العاملة في العراق، وذلك لأهميتها في توفير المعلومات بسرعة عالية ودعم نجاح المشاريع بشكل عام.

4. دراسة زلط، محمد علي محمود. (2023).

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر التحول الرقمي على استراتيجيات إدارة الموارد البشرية في شركات الاتصالات العاملة في مصر، حيث المتغير المستقل هو التحول الرقمي، أما المتغير التابع فهو استراتيجيات إدارة الموارد البشرية.

استخدمت الدراسة منهجًا وصفيًا تحليليًا، حيث تم توزيع 384 قائمة استقصاء على العاملين في شركات الاتصالات المصرية، وتم جمع 262 قائمة صالحة للتحليل. كما تم استخدام اختبار "ألفا كرونباخ" لقياس صدق وثبات استجابات العينة، بالإضافة إلى استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك أثرًا ذا دلالة إحصائية للتحول الرقمي على استراتيجيات إدارة الموارد البشرية، حيث أظهرت النتائج أن التحول الرقمي يؤثر بشكل إيجابي على تطوير وتنفيذ استراتيجيات إدارة الموارد البشرية في شركات الاتصالات.

وأوصت الدراسة بضرورة استمرار شركات الاتصالات في تبني مبادرات التحول الرقمي، مع التركيز على تأثيراتها الإيجابية على استراتيجيات إدارة الموارد البشرية، بما يعزز من كفاءة وفعالية إدارة الموارد البشرية في هذه الشركات.

5. دراسة قرين، نور الدين. (2022).

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح دور الشركات الناشئة التكنولوجية في تحقيق التحول الرقمي المنشود في الجزائر، مع تشخيص واقع هذه الشركات وحاضنات الأعمال التكنولوجية، وتحديد متطلبات وآفاق نجاحها، حيث المتغير المستقل هو الشركات الناشئة التكنولوجية، أما المتغير التابع فهو تحقيق التحول الرقمي المنشود، كما استخدمت الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي لتحليل دور الشركات الناشئة

التكنولوجية في دعم التحول الرقمي، مع التركيز على تشخيص الواقع الحالي لهذه الشركات وحاضنات الأعمال في الجزائر.

وتوصلت الدراسة إلى أن مقومات نجاح الشركات الناشئة التكنولوجية في تجسيد التحول الرقمي متوفرة، إلا أن هناك حاجة إلى إصلاحات هيكلية وتشريعية لتعزيز جهود الدولة في تحقيق التحول الرقمي المنشود، كما وأوصت الدراسة بضرورة دعم الدولة للشركات الناشئة التكنولوجية وحاضنات الأعمال من خلال توفير بيئة تشريعية وهيكلية ملائمة، وتعزيز مناخ الأعمال والابتكار لتحقيق الاقتصاد الرقمي المنشود.

6. دراسة الدباس، أحمد إبراهيم محمد. (2022).

هدفت هذه الدراسة إلى قياس أثر متطلبات التحول الرقمي في ممارسات إدارة الموارد البشرية في قطاع الخدمات الحكومية الأردني، حيث المتغير المستقل هو متطلبات التحول الرقمي، أما المتغير التابع فهو ممارسات إدارة الموارد البشرية.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الاستدلالي، حيث تألف مجتمع الدراسة من جميع العاملين في قطاع الخدمات الحكومية الأردني البالغ عددهم 524,000 فرد، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة بلغت 384 فردًا من العاملين في القطاع. ولجمع البيانات الأولية، استخدم الباحث الاستبانة كأداة رئيسية، وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الوصفية وتحليل الانحدار الخطي المتعدد عبر الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك أثرًا ذا دلالة إحصائية لمتطلبات التحول الرقمي على ممارسات إدارة الموارد البشرية في قطاع الخدمات الحكومية الأردني، حيث بلغ معامل التباين المفسر في النموذج 0.097 ($R^2 = 0.097$). كما أظهرت النتائج أن متطلبات التحول الرقمي تتوافر بدرجة متوسطة في قطاع الخدمات الحكومية الأردني، وأن ممارسات إدارة الموارد البشرية تبلغ أيضًا مستوى متوسط.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز متطلبات التحول الرقمي في قطاع الخدمات الحكومية الأردني، وتحسين ممارسات إدارة الموارد البشرية لمواكبة التغيرات الرقمية، مع التركيز على تطوير السياسات والبرامج التي تدعم التحول الرقمي وتأثيره الإيجابي على إدارة الموارد البشرية.

7. دراسة عابدية، وطلحي. (2024).

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر التحول الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية للشركات الناشئة في مدينة تبسة، حيث المتغير المستقل هو التحول الرقمي، أما المتغير التابع فهو تحقيق الميزة التنافسية.

استخدمت الدراسة منهجًا وصفيًا تحليليًا لتحليل تأثير التحول الرقمي على الشركات الناشئة، مع التركيز على جوانب مثل خفض التكاليف، تحقيق الكفاءة، التوسع في النشاط، بلوغ أسواق جديدة، التواصل مع عملاء جدد، وتحسين تجربة العملاء.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك أثرًا إيجابيًا للتحول الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية للشركات الناشئة، حيث ساهم التحول الرقمي في دعم نمو واستمرارية هذه الشركات من خلال تحسين كفاءتها التشغيلية ووصولها إلى أسواق جديدة.

وأوصت الدراسة بضرورة مواكبة التطورات التكنولوجية، وتطوير الكفاءات التقنية للموظفين، وتطبيق قواعد الأمن التقني لضمان استفادة الشركات الناشئة بشكل أكبر من التحول الرقمي وتعزيز ميزتها التنافسية في السوق.

8. دراسة تبناني، وصخري، وعقون. (2022).

هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص واقع التحول الرقمي وتحديد الاستراتيجيات المعتمدة في مديرية بريد الجزائر - ولاية قالمة، حيث المتغير المستقل هو استراتيجيات التحول الرقمي، أما المتغير التابع فهو تحسين بيئة العمل ورفع كفاءة الخدمات المقدمة.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، مع التركيز على الجانبين النظري والميداني، حيث تم تحليل عملية التخطيط لاستراتيجية التحول الرقمي وتنفيذها داخل مديرية بريد الجزائر بقالمة، مع تحديد المتطلبات البشرية والمادية اللازمة لنجاح هذه العملية.

وتوصلت الدراسة إلى أن مديرية بريد قالمة نجحت في إدماج تقنيات التحول الرقمي تدريجيًا، مما ساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة ورفع كفاءة الموظفين من خلال برامج تكوينية تقنية. كما أظهرت النتائج أن التحول الرقمي ساعد في جذب عدد أكبر من الزبائن وكسب ثقتهم ورضاهم.

وأوصت الدراسة بضرورة مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة، وتطوير الكفاءات التقنية للموظفين، وتعزيز آليات التسويق والترويج للخدمات الرقمية المستحدثة، مع التركيز على التغلب على التحديات التي تواجه تطبيق استراتيجية التحول الرقمي، مثل نقص المهارات التسويقية لدى الموظفين.

ثانيًا: الدراسات_الإنجليزية:

9. دراسة براتابان، ريشما. (2024).

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير التحول الرقمي على استراتيجية الأعمال داخل منطقة مادوراي، تاميل نادو، الهند، حيث المتغير المستقل هو التحول الرقمي، والمتغير التابع هو استراتيجية الأعمال. استخدمت الدراسة نهجًا مختلط الأساليب، يجمع بين الأساليب الكمية والنوعية، بما في ذلك تحليل الانحدار، واختبارات مربع كاي، وتحليل المحتوى، استنادًا إلى إطار التكنولوجيا والمنظمة والبيئة (TOE) ونظرية وجهة النظر القائمة على الموارد (RBV).

خلصت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي كبير للتحول الرقمي على التخطيط الاستراتيجي، مؤكدة على الدور الحاسم لاتخاذ القرارات القائمة على البيانات في تشكيل استراتيجيات الأعمال. كما حددت التحديات والفرص الناشئة عن التحول الرقمي، مسلطة الضوء على الحاجة إلى استراتيجيات مخصصة لمعالجة هذه الديناميكيات.

وأوصت الدراسة بضرورة إعطاء الأولوية للقدرات المعتمدة على البيانات، وإدارة التحديات بشكل استباقي، والاستفادة من الفرص الناشئة، ودمج الرؤى العملية في عمليات صنع القرار لتعزيز القدرة على التكيف الاستراتيجي في المشهد الرقمي المتطور.

10. دراسة جراب، بنيامين، مارييتا أولارو، وروكسانا جافريل. (2019).

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد وتحليل العوامل الرئيسية التي تدفع إلى تطوير إدارة الأعمال الاستراتيجية في سياق التحول الرقمي العالمي، حيث يكون المتغير المستقل هو التحول الرقمي، والمتغير التابع هو إدارة الأعمال الاستراتيجية. استخدمت الدراسة نهجًا مختلط الأساليب، يشتمل على مراجعة الأدبيات الموجودة، ونتائج الأبحاث من الجمعيات المهنية والناشرين المعترف بهم، والمقابلات مع الخبراء، وبيانات السوق لتوفير فهم شامل لنظريات الإدارة الاستراتيجية، والأطر، وتأثير التحول الرقمي.

خلصت الدراسة إلى أن التحول الرقمي ظاهرة عالمية ذات تأثيرات إقليمية متفاوتة، وتتأثر بالبيئات التنظيمية ومستويات التطور الاقتصادي. وسلطت الضوء على الطبيعة التخريرية للتحول الرقمي، الأمر الذي يستلزم تغييرات جوهرية في مناهج الإدارة الاستراتيجية عبر الصناعات. كما قدمت الدراسة إطارًا لاستراتيجية التحول الرقمي لمعالجة هذه التحديات وتشجيع المزيد من البحث في هذا المجال.

أوصت الدراسة بضرورة تكييف ممارسات الإدارة الاستراتيجية مع المشهد الرقمي المتطور، مع مراعاة الاختلافات الإقليمية والسياقات التنظيمية. كما أكدت على أهمية تعزيز البحوث الإضافية لتحسين وتوسيع إطار استراتيجية التحول الرقمي المقترحة.

11. دراسة المحمد، عمر. (2024).

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تطور وأهمية وتأثير التحول الرقمي على نجاح الشركات، مع التركيز على تأثيره على العمليات واتخاذ القرار ورضا العملاء، حيث إن المتغير المستقل هو التحول الرقمي، والمتغير التابع هو الابتكار والكفاءة المؤسسية. استخدمت الدراسة أسلوب مراجعة الأدبيات، وتحليل أعمال العلماء المحليين والأجانب لتحديد المحركات الرئيسية والتحديات ونتائج التحول الرقمي.

وخلصت الدراسة إلى أن التحول الرقمي هو نهج لا مفر منه وحاسم للشركات التي تسعى إلى البقاء قادرة على المنافسة في السوق العالمية. وسلطت الضوء على الفوائد الكبيرة للتحول الرقمي، مثل

تحسين الكفاءة والابتكار ورضا العملاء، مع الاعتراف أيضًا بالتحديات التي تواجهها المنظمات أثناء عملية التحول.

أوصت الدراسة بضرورة قيام الشركات بتبني الأدوات الرقمية والاستفادة منها بشكل فعال لتحقيق النمو المستدام. كما أكدت على أهمية إجراء المزيد من البحوث الميدانية لتوسيع النتائج وتوفير رؤى عملية للشركات التي تنتقل في التحول الرقمي.

12.دراسة المحمد، عمر. (2024).

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تطور وأهمية وتأثير التحول الرقمي على نجاح الشركات، مع التركيز على تأثيره على العمليات واتخاذ القرار ورضا العملاء، حيث إن المتغير المستقل هو التحول الرقمي، والمتغير التابع هو الابتكار والكفاءة المؤسسية. استخدمت الدراسة أسلوب مراجعة الأدبيات، وتحليل أعمال العلماء المحليين والأجانب لتحديد المحركات الرئيسية والتحديات ونتائج التحول الرقمي.

وخلصت الدراسة إلى أن التحول الرقمي هو نهج لا مفر منه وحاسم للشركات التي تسعى إلى البقاء قادرة على المنافسة في السوق العالمية. وسلطت الضوء على الفوائد الكبيرة للتحول الرقمي، مثل تحسين الكفاءة والابتكار ورضا العملاء، مع الاعتراف أيضًا بالتحديات التي تواجهها المنظمات أثناء عملية التحول.

أوصت الدراسة بضرورة قيام الشركات بتبني الأدوات الرقمية والاستفادة منها بشكل فعال لتحقيق النمو المستدام. كما أكدت على أهمية إجراء المزيد من البحوث الميدانية لتوسيع النتائج وتوفير رؤى عملية للشركات التي تنتقل في التحول الرقمي.

13.دراسة كوتيسا وآخرون (2024).

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف استراتيجيات نمو الشركات الناشئة والابتكار ضمن رحلة التحول الرقمي، مع التأكيد على الحاجة إلى أن تتكيف الشركات الناشئة وتزدهر في العصر الرقمي، حيث المتغير المستقل هو استراتيجيات التحول الرقمي، والمتغير التابع هو نمو الشركات الناشئة والابتكار. استخدمت الدراسة مراجعة منهجية للأدبيات وتحليل المحتوى، وفحص المقالات التي تمت مراجعتها من قبل الأقران، وتقارير الصناعة، ودراسات الحالة من عام 2013 إلى عام 2023 لتحديد الاستراتيجيات الرئيسية وتأثيرها على نجاح الشركات الناشئة.

وخلصت الدراسة إلى أن التحول الرقمي الناجح للشركات الناشئة يتطلب نهجًا متعدد الأوجه، بما في ذلك المنهجيات الرشيدة، والمحو الأمية الرقمية، والابتكار الذي يركز على العملاء، والمشاركة التنظيمية الاستباقية. وسلطت الضوء على دور التقنيات الناشئة، مثل الذكاء الاصطناعي والبلوك تشين، كممكنات

حاسمة للابتكار والكفاءة التشغيلية، مع التأكيد على أهمية النظم البيئية الرقمية والنماذج القائمة على المنصات للنمو المستقبلي.

أوصت الدراسة بضرورة قيام الشركات الناشئة بتعزيز ثقافات الابتكار، وتعزيز المهارات الرقمية، والانخراط في شراكات النظم البيئية، وتبني استراتيجيات تركز على العملاء. واقترحت أيضًا اتجاهات بحثية مستقبلية، مثل استكشاف تأثير التقنيات الناشئة، والتحول الرقمي في القطاعات غير التقنية، وإجراء دراسات طولية حول نجاح الشركات الناشئة.

14. دراسة العلوي وآخرون (2024).

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف دور التحول الرقمي في تطوير استراتيجيات تنافسية عبر سياقات تنظيمية متنوعة، مع التركيز على الابتكار والشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم والشركات الناشئة في مجال الذكاء الاصطناعي، حيث يكون المتغير المستقل هو التحول الرقمي، والمتغير التابع هو الاستراتيجيات التنافسية. استخدمت الدراسة منهجية مراجعة الأدبيات، وتحليل أوراق بحثية حديثة لفحص موضوعات رئيسية مثل دمج الأدوات الاستراتيجية التقليدية والرقمية، وتأثير الكفاءات الرقمية على الابتكار المفتوح، وتطوير استراتيجيات رقمية تحويلية في الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم.

وخلصت الدراسة إلى أن التحول الرقمي يلعب دورًا حاسمًا في تعزيز القدرة التنافسية التنظيمية من خلال تمكين اتخاذ القرارات الاستراتيجية والمرونة التكنولوجية والتعاون وممارسات الإدارة المسؤولة. وسلطت الضوء على أهمية موازنة الاستجابة والمسؤولية، ودمج مبادئ الاستدامة، وتبني الأساليب المبتكرة لدفع التغيير الاستراتيجي.

أوصت الدراسة بضرورة استفادة المنظمات من الكفاءات الرقمية، وتعزيز التعاون، وتبني ممارسات الإدارة المسؤولة للتقليل بين تعقيدات التحول الرقمي بشكل فعال. كما حددت فجوات البحث واقترحت اتجاهات بحثية مستقبلية، مثل استكشاف دور الدافع والبيئة العالمية والمتغيرات الديموغرافية في تشكيل استراتيجيات التحول الرقمي.

15. دراسة توماس، أنطونيو، ريناتو باسارو، وإيفانا كوينتو. (2019).

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف ديناميكيات قيادة الأعمال في الاقتصاد الرقمي، مع التركيز على دور استراتيجيات النظام البيئي في تعزيز نمو الشركات الناشئة وانتقالها إلى الشركات الناشئة، حيث المتغير المستقل هو النظام البيئي للاقتصاد الرقمي، والمتغير التابع هو نمو الشركات الناشئة وتنمية قيادة الأعمال. استخدمت الدراسة نهجًا تفسيريًا، مستفيدة من تيار بحثي مزدهر حول قيادة الأعمال، لتحليل العوامل والميزات اللازمة لإنشاء نظام بيئي إقليمي داعم للشركات الناشئة الرقمية.

وخلصت الدراسة إلى أن الانتقال إلى الاقتصاد الرقمي يتطلب تحولاً في السياسات الريادية التقليدية، مؤكدة على أهمية إنشاء نظام بيئي إقليمي يعزز نمو الشركات الناشئة الرقمية. وسلطت الضوء على الفوائد المحتملة لمثل هذه النظم البيئية، بما في ذلك تعزيز الابتكار وتوسيع نطاق الشركات الناشئة، مع الاعتراف بالتعقيد والتحديات التي تنطوي عليها في تنفيذها.

وأوصت الدراسة بضرورة قيام صناع السياسات بتبني استراتيجيات النظام البيئي التي تنطوي على المشاركة الفعالة للجهات الفاعلة المحلية وتوفير إرشادات آمنة وكفؤة. كما شددت على أهمية رعاية الشركات الناشئة وتحويلها إلى شركات واسعة النطاق، وخاصة في المناطق التي تواجه تحديات اجتماعية واقتصادية، لدفع النمو المستدام في الاقتصاد الرقمي.

أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

أولاً: أوجه التشابه

1. المجال الموضوعي المشترك:

تشارك جميع الدراسات مع الدراسة الحالية في تركيزها على أثر التحول الرقمي على الأداء التنظيمي واستراتيجيات النمو، حيث ركزت دراسات مثل البردان (2020)، بدوي وصالح الدين (2023)، براتابان (2024)، وكوتيسا وآخرون (2024) على تأثير التحول الرقمي على متغيرات مثل الشمول المالي، التميز المؤسسي، الابتكار، ونمو الشركات الناشئة، وهو ما يتماشى مع تركيز الدراسة الحالية على استراتيجيات النمو في شركة سوار لتقنية المعلومات.

2. الاهتمام بجودة الخدمات:

تتقاطع الدراسة الحالية مع دراسات مثل أحمد عبد السلام وشيماء مهدي (2024)، تبارني وآخرون (2022)، والمحمد (2024) في الاهتمام بجودة الخدمات كجزء من نتائج التحول الرقمي، حيث تناولت هذه الدراسات تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء كنتيجة مباشرة لتطبيق التحول الرقمي، مما يتوافق مع تركيز الدراسة الحالية على تعزيز تجربة العملاء وزيادة رضاهم كأحد أبعاد استراتيجيات النمو.

3. الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي:

معظم الدراسات السابقة - بما فيها دراسة أحمد عبد السلام وشيماء مهدي (2024)، زلط (2023)، وعبايدية وطلحي (2024) - اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام استبانة أو تحليل البيانات ببرامج إحصائية مثل SPSS، وهو ما يتوافق مع المنهج المستخدم في الدراسة الحالية التي تعتمد على الاستبانة وتحليل البيانات باستخدام SPSS لدراسة أثر التحول الرقمي.

4. أهمية الموارد البشرية والتخطيط:

تتفق الدراسة الحالية مع دراسات مثل زلط (2023)، الدباس (2022)، وكوتيسا وآخرون (2024) في التأكيد على أهمية الموارد البشرية والتخطيط الاستراتيجي كعناصر أساسية لنجاح التحول الرقمي، حيث تركز الدراسة الحالية على تحسين العمليات الداخلية وتطوير البنية التحتية التكنولوجية كجزء من أبعاد التحول الرقمي، وهو ما يتماشى مع هذه الدراسات التي أكدت على دور الكفاءات البشرية والتخطيط في تعزيز الأداء.

ثانيًا: أوجه الاختلاف

1. الموقع الجغرافي والسياق المحلي:

تتركز الدراسة الحالية على شركة سوار لتقنية المعلومات في مدينة الرياض ضمن سياق رؤية 2030 في المملكة العربية السعودية، بينما ركزت بعض الدراسات السابقة على سياقات جغرافية مختلفة، مثل دراسة البردان (2020) في مصر، عبايدية وطلحي (2024) في الجزائر، وبراتابان (2024) في الهند، مما يجعل الدراسة الحالية أكثر تركيزًا على بيئة سعودية محددة ذات طابع تقني وتنافسي.

2. المتغير المستقل في الدراسة الحالية أكثر شمولًا:

الدراسة الحالية تتناول التحول الرقمي بأبعاد شاملة تشمل تبني التقنيات الرقمية، تحسين العمليات الداخلية، وتطوير البنية التحتية التكنولوجية، في حين أن بعض الدراسات ركزت على أبعاد أكثر تحديدًا مثل استراتيجيات التحول الرقمي فقط (كما في دراسة بدوي وصالح الدين، 2023) أو متطلبات التحول الرقمي (كما في دراسة الدباس، 2022)، مما يجعل الدراسة الحالية أكثر شمولية في تناول أبعاد التحول الرقمي.

3. تركيز على الشركات الناشئة في قطاع تقنية المعلومات:

تمتاز الدراسة الحالية بتركيزها على شركة سوار لتقنية المعلومات كمثال للشركات الناشئة في قطاع تقنية المعلومات، وهذا يعزز من أهمية النتائج وإمكانية تعميمها على الشركات الناشئة في قطاع التقنية بالمملكة، بينما ركزت دراسات سابقة على قطاعات مختلفة مثل الخدمات الحكومية (الدباس، 2022)، البريد (تباني وآخرون، 2022)، أو الطيران (بدوي وصالح الدين، 2023)، مما يجعل الدراسة الحالية أكثر تحديدًا لسياق الشركات الناشئة التقنية.

4. ارتباط المتغيرات بالنمو:

الدراسة الحالية تسعى إلى الربط الشامل بين التحول الرقمي وأبعاد استراتيجيات النمو (الكفاءة التشغيلية، تجربة العملاء، الوصول إلى الأسواق الجديدة، الابتكار)، وليس فقط التركيز على التميز المؤسسي (كما في دراسة بدوي وصالح الدين، 2023) أو الشمول المالي (كما في دراسة البردان، 2020). هذا التركيز الشامل يجعل الدراسة الحالية أكثر دقة في قياس أثر التحول الرقمي على جوانب محددة من النمو في الشركات الناشئة.

المنطلقات النظرية للدراسة:

تُعد المنطلقات النظرية للبحث بمثابة الأساس الذي يُبنى عليه الإطار التحليلي لدراسة تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، مع التركيز على شركة سوار لتقنية المعلومات في المملكة العربية السعودية. يهدف هذا القسم إلى صياغة دقيقة وأكاديمية لتعريف متغيرات البحث وأبعادها، مع الاستناد إلى الأدبيات الحديثة ذات الصلة، لضمان بناء إطار نظري متكامل يدعم أهداف الدراسة وفروضها. يتضمن هذا الإطار تعريف المتغيرات الرئيسية (التحول الرقمي واستراتيجيات النمو) وتحديد أبعادها، مع توضيح العلاقة التفاعلية بينهما.

تعريف المتغيرات وأبعادها

1. المتغير المستقل: التحول الرقمي

يُعرف التحول الرقمي على أنه "عملية دمج التقنيات الرقمية في جميع جوانب الأعمال التجارية، مما يؤدي إلى تغييرات جوهرية في كيفية عمل الشركات وتقديم القيمة للعملاء، بالإضافة إلى إعادة هيكلة العمليات التشغيلية والثقافة التنظيمية لتتماشى مع متطلبات العصر الرقمي" (Vial 2019, 118). يُعتبر التحول الرقمي عملية استراتيجية شاملة تهدف إلى تحسين الأداء المؤسسي من خلال الاستفادة من التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي، الحوسبة السحابية، تحليلات البيانات الضخمة، وإنترنت الأشياء.

أبعاد التحول الرقمي

استنادًا إلى الأدبيات الحديثة، يمكن تحديد أبعاد التحول الرقمي في الشركات الناشئة على النحو التالي:

- التكامل التكنولوجي: يشير إلى تبني ودمج التقنيات الرقمية في العمليات التجارية لتحسين الكفاءة وتقليل التكاليف (Westerman, Bonnet, and McAfee 2014, 23). يشمل هذا البعد استخدام أنظمة إدارة الموارد المؤسسية (ERP)، وأدوات إدارة علاقات العملاء (CRM)، والمنصات السحابية.
- إعادة تصميم العمليات: يتعلق بإعادة هيكلة العمليات الداخلية لتتماشى مع التقنيات الرقمية، مما يؤدي إلى تبسيط سير العمل وزيادة المرونة التشغيلية (Bharadwaj et al. 2013, 472).

- تجربة العملاء الرقمية: يركز على استخدام التقنيات الرقمية لتحسين تجربة العملاء من خلال توفير حلول مخصصة وتفاعلية (Nambisan et al. 2017, 224).
- التحول الثقافي: يتطلب تغييراً في الثقافة التنظيمية لتعزيز الابتكار والتكيف مع التغيرات التكنولوجية، مما يشمل تدريب الموظفين وتبني عقلية رقمية (Kane et al. 2015, 6).

2. المتغير التابع: استراتيجيات النمو

تُعرف استراتيجيات النمو بأنها "مجموعة من الخطط والإجراءات التي تتبناها الشركات لتحقيق زيادة مستدامة في حصتها السوقية، إيراداتها، أو حجم عملياتها، من خلال استغلال الفرص المتاحة في البيئة الخارجية" (Porter 1980, 34). بالنسبة للشركات الناشئة، تُعتبر استراتيجيات النمو أداة أساسية للتغلب على تحديات محدودية الموارد وضعف البنية التحتية.

أبعاد استراتيجيات النمو

وفقاً للأدبيات، يمكن تصنيف استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة إلى الأبعاد التالية:

- تحسين الكفاءة التشغيلية: يهدف إلى تقليل التكاليف وزيادة الإنتاجية من خلال تحسين العمليات الداخلية (Ansoff 1965, 98). يشمل هذا البعد استخدام التقنيات الرقمية لأتمتة العمليات وتقليل الهدر.
- تعزيز تجربة العملاء: يركز على تحسين رضا العملاء من خلال تقديم منتجات وخدمات مخصصة تلبي احتياجاتهم (Kotler and Keller 2016, 142).
- التوسع في الأسواق: يتضمن استهداف أسواق جديدة أو زيادة الحصة السوقية من خلال الاستفادة من المنصات الرقمية للتسويق والتوزيع (Hitt, Ireland, and Hoskisson 2017, 186).
- الابتكار وتطوير المنتجات: يهدف إلى تطوير منتجات وخدمات جديدة أو تحسين المنتجات الحالية لتحقيق ميزة تنافسية (Teece 2010, 172).

العلاقة بين التحول الرقمي واستراتيجيات النمو

تشير الأدبيات إلى وجود علاقة تفاعلية بين التحول الرقمي واستراتيجيات النمو في الشركات الناشئة. فعلى سبيل المثال، يمكن للتكامل التكنولوجي أن يعزز الكفاءة التشغيلية من خلال أتمتة العمليات وتقليل التكاليف (Bharadwaj et al. 2013, 475). كما أن تحسين تجربة العملاء الرقمية يساهم في زيادة رضا العملاء وولائهم، مما يعزز من حصة الشركة في السوق (Nambisan et al. 2017, 226). بالإضافة إلى ذلك، تتيح المنصات الرقمية للشركات الناشئة الوصول إلى أسواق جديدة بتكلفة منخفضة مقارنة بالوسائل التقليدية (Hitt, Ireland, and Hoskisson 2017, 188). وأخيراً، يدعم التحول الرقمي الابتكار من خلال تمكين الشركات من تطوير منتجات وخدمات جديدة تلبي احتياجات السوق المتغيرة (Teece 2010, 175).

ومع ذلك، تواجه الشركات الناشئة تحديات كبيرة أثناء عملية التحول الرقمي، مثل محدودية الموارد المالية والبشرية، وصعوبة التكيف مع التغيرات السريعة، بالإضافة إلى قضايا أمن البيانات وحماية الخصوصية (Vial 2019, 121). هذه التحديات تتطلب استراتيجيات مدروسة لضمان تحقيق النمو المستدام.

في سياق شركة سوار لتقنية المعلومات، يُركز الإطار النظري على تحليل كيفية تأثير أبعاد التحول الرقمي (التكامل التكنولوجي، إعادة تصميم العمليات، تجربة العملاء الرقمية، والتحول الثقافي) على استراتيجيات النمو (تحسين الكفاءة التشغيلية، تعزيز تجربة العملاء، التوسع في الأسواق، والابتكار). سيتم قياس هذه العلاقة من خلال دراسة حالة تطبيقية تستند إلى بيانات كمية وكيفية لتقييم الفرص والتحديات التي تواجهها الشركة في رحلتها نحو التحول الرقمي.

منهج البحث:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لبحث أثر التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة، مع التركيز على شركة سوار لتقنية المعلومات في المملكة العربية السعودية. ويهدف هذا المنهج إلى تقديم وصف دقيق وتحليل شامل لكيفية تأثير أبعاد التحول الرقمي (تبني التقنيات الرقمية، تحسين العمليات الداخلية، تطوير البنية التحتية التكنولوجية) على استراتيجيات النمو من خلال تحليل العلاقة بين هذه الأبعاد وأبعاد النمو (الكفاءة التشغيلية، تجربة العملاء، الوصول إلى الأسواق الجديدة، الابتكار).

وتستند الدراسة إلى جمع البيانات ميدانيًا باستخدام استبانة علمية تُوزع على عينة مكونة من موظفي شركة سوار لتقنية المعلومات في مدينة الرياض، تشمل الإدارة العليا والوسطى والموظفين التنفيذيين، وتهدف هذه الاستبانة إلى قياس مدى تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو من خلال استجابات المبحوثين حول الأبعاد المحددة.

تتضمن أداة الدراسة مجموعة من الفقرات الموجهة لقياس الأثر المباشر لكل بُعد من أبعاد التحول الرقمي على استراتيجيات النمو، مع اعتماد مقياس ليكرت الخماسي لتقدير استجابات المبحوثين، وسيتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS، وذلك من خلال تطبيق مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة مثل التكرارات، النسب، المتوسطات، والانحراف المعياري لتحديد العلاقات واختبار الفرضيات.

مصادر البيانات:

1. المصادر الثانوية:

وتتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع البحث بالإضافة إلى الاعتماد على الأبحاث والدراسات السابقة والدراسات السابقة ذات العلاقة بالموضوع التي بحثت الإنشائية إلى جانب الدوريات والرسائل الجامعية التي تناولت موضوع الدراسة، لمعرفة الأسس والطرق العلمية السليمة في كتابة

الدراسات وكذلك أخذ تصور عام عن آخر المستجدات التي حدثت في موضوعات الدراسة الحالية والتي تتميز بالتغير والتطور المستمر.

2. المصادر الأولية:

اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات من مصادرها والتي تم تصميمها خصيصاً لهذا الغرض على Google Forms وإرسال رابطها إلى مجتمع البحث.

أدوات الدراسة:

تعرف أداة البحث بأنها "الوسيلة التي تتم بواسطتها عملية جمع البيانات بهدف الإجابة عن تساؤلاته، وسيعتمد الباحثين في جمع البيانات على الاستبانة، والتي تُعرف بأنها "صيغة محددة من الفقرات والأسئلة تهدف إلى جمع البيانات من أفراد البحث"

الأساليب الإحصائية المتبعة

تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في هذه الدراسة لإجراء التحليل الوصفي واختبار الفرضيات باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

❖ الإحصاء الوصفي:

- التكرارات والنسب المئوية: تم استخدامها لتقديم توزيعات التكرار والنسب المئوية لخصائص أفراد العينة وإجاباتهم على استبانة الدراسة.
- الوسط الحسابي: تم استخدامه كمقياس للنزعة المركزية لتقدير المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبانة.
- الانحراف المعياري: تم استخدامه كمقياس للتشتت لتقدير الانحراف في إجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي.

نموذج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على تحليل العلاقة بين متغيرين رئيسيين كما يلي:

المتغير المستقل: التحول الرقمي، بأبعاده:

- تبني التقنيات الرقمية
- تحسين العمليات الداخلية
- تطوير البنية التحتية التكنولوجية

المتغير التابع: استراتيجيات النمو، بأبعادها:

- تحسين الكفاءة التشغيلية
- تعزيز تجربة العملاء وزيادة رضاهم
- توسيع نطاق الوصول إلى الأسواق الجديدة
- الابتكار وتطوير المنتجات والخدمات

حدود الدراسة:

❖ الحدود الزمانية:

تُجرى هذه الدراسة خلال عام 2025، حيث يتم جمع وتحليل البيانات الميدانية خلال هذه الفترة، بما يضمن معاصرة نتائجها وملاءمتها للواقع التقني والاقتصادي الحالي في المملكة العربية السعودية، مع مراعاة التطورات السريعة في مجال التحول الرقمي والشركات الناشئة ضمن إطار رؤية 2030 .

❖ الحدود المكانية:

تقتصر الدراسة على شركة سوار لتقنية المعلومات بمدينة الرياض، باعتبارها أحد أكبر الشركات الناشئة في قطاع تقنية المعلومات بالمملكة، والتي تمثل نموذجًا ديناميكيًا لدراسة تأثير التحول الرقمي على استراتيجيات النمو .

❖ الحدود الموضوعية:

تركز الدراسة على تحليل أثر التحول الرقمي بأبعاده (تبني التقنيات الرقمية، تحسين العمليات الداخلية، تطوير البنية التحتية التكنولوجية) على استراتيجيات النمو بأبعادها (تحسين الكفاءة التشغيلية، تعزيز تجربة العملاء، توسيع نطاق الوصول إلى الأسواق الجديدة، الابتكار وتطوير المنتجات والخدمات) في شركة سوار لتقنية المعلومات.

تحليل البيانات الإحصائية

الجزء الأول: تحليل البيانات الديموغرافية

يعكس الجدول التالي رقم (1) الخاص بـ "الجزء الأول: البيانات الديموغرافية" الخصائص الأساسية للعينة التي شملتها الدراسة التطبيقية حول "أثر التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركات الناشئة" والمطبقة على شركة سوار لتقنية المعلومات في المملكة العربية السعودية. وقد شملت العينة 32 مشاركاً، تم توزيعهم على أساس الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في الشركة، إضافة إلى الوظيفة الحالية.

الجدول رقم (1) البيانات الديموغرافية

الجزء الأول: البيانات الديموغرافية			
النسبة	التكرار		
25.0	8	ذكر	الجنس
75.0	24	أنثى	
100.0	32	الإجمالي	
النسبة	التكرار		
18.8	6	أقل من 25 سنة	العمر
28.1	9	سنة 25-34	
40.6	13	سنة 35-44	
12.5	4	45 سنة فأكثر	
100.0	32	الإجمالي	
النسبة	التكرار		
25.0	8	دبلوم أو أقل	المؤهل
68.8	22	بكالوريوس	
6.3	2	دراسات عليا	
100.0	32	الإجمالي	
النسبة	التكرار		
53.1	17	أقل من سنة	سنوات الخبرة في شركة سوار للتقنية
21.9	7	سنوات 1-3	
6.3	2	سنوات 4-7	
18.8	6	أكثر من 7 سنوات	
100.0	32	الإجمالي	
النسبة	التكرار		
53.1	17	موظف تنفيذي	الوظيفة
25.0	8	مشرف/مدير متوسط	
3.1	1	إدارة عليا	
18.8	6	مستقل/متعاون (فري لانسر)	
100.0	32	الإجمالي	

تشير المعلومات إلى أن النسبة الأكبر من المشاركين هي من النساء، حيث تبلغ 75% (24 فرداً)، مقابل 25% فقط من الرجال (8 أفراد). هذا يعكس تمثيلاً كبيراً للنساء في بيئة العمل التي تم البحث فيها، مما قد يدل على توجه الشركة نحو زيادة مشاركة النساء في المجال التقني، أو ربما يوضح طبيعة الأقسام التي تركز عليها الدراسة.

وبخصوص الفئات العمرية، نجد أن معظم المشاركين يأتون من الفئتين العمريتين: من 25 إلى 34 عاماً (28.1%)، ومن 35 إلى 44 عاماً (40.6%)، حيث تبلغ نسبتهم مجتمعة 68.7% من العينة الكلية. بينما تأتي الفئة الأقل من 25 عاماً بنسبة 18.8%، والفئة الأكبر من 45 عاماً بنسبة 12.5%. هذا التوزيع يدل على أن أغلب موظفي شركة سوار للتقنية هم من فئات الشباب نسبياً، مما قد يشير إلى بيئة عمل نشطة مرتبطة بتقنيات حديثة تتطلب طاقات وحيوية وكذلك معرفة رقمية متقدمة.

أما فيما يتعلق بالمؤهل الدراسي، نجد أن معظم المشاركين يحملون درجة البكالوريوس، حيث تشكل نسبتهم 68.8% (22 مشاركاً)، تليهم الفئة التي تملك دبلوم أو أقل بنسبة 25%، في حين أن نسبة الحاصلين على دراسات عليا تصل إلى 6.3%. هذا يدل على اعتماد الشركة بشكل رئيسي على خريجي البكالوريوس في إنجاز مهامها، وهو أمر شائع في الشركات الناشئة التي تفضل المهارات العملية على المؤهلات العليا.

فيما يخص سنوات الخبرة في شركة سوار، يتبين أن أكثر من نصف العينة (53.1%) يعملون في الشركة منذ أقل من سنة، مما يدل على حداثة تعيينهم وقد يشير أيضاً إلى معدل دوران وظيفي مرتفع أو توسيع حديث في التوظيف. بينما الأشخاص الذين يمتلكون خبرة تتراوح بين سنة وثلاث سنوات يمثلون 21.9%، وأولئك الذين لديهم خبرة تفوق سبع سنوات لا يتعدون 18.8%. هذا التوزيع يعكس أيضاً الطبيعة الناشئة للشركة أو على الأقل التقدم في تحولها الرقمي، مما يتناسب مع موضوع الدراسة.

أما بالنسبة للوظائف التي يشغلها المشاركون، نجد أن أكثر من نصفهم (53.1%) يعملون كموظفين تنفيذيين، وهم من ينفذون المهام اليومية. تليهم فئة المشرفين والمديرين المتوسطين بنسبة 25%، بينما تمثل فئة الإدارة العليا نسبة ضئيلة جداً (3.1%)، مما يدل على قلة عدد القيادات الاستراتيجية في العينة. كما أن فئة المستقلين أو المتعاونين (الفريланسر) بلغت 18.8%، مما يعكس ميل الشركة للاستفادة من الخبرات الخارجية أو نماذج التوظيف المرنة.

بوجه عام، توضح هذه البيانات أن بيئة العمل في شركة سوار لتقنية المعلومات تتميز بكونها شابة ونسائية ومهنية من خريجي البكالوريوس، مع اعتماد ملحوظ على الكوادر الجديدة، وهو ما يشكل قاعدة جيدة لتطبيق التحول الرقمي والاستراتيجيات المرتبطة بالنمو، نظراً لما تتطلبه هذه الاستراتيجيات من مرونة واستعداد للتغيير، وهما من الصفات المرتبطة عادة بالفئات السكانية السائدة ضمن هذه العينة.

الإحصاء الوصفي للبيانات الديمغرافية

يعرض الجدول الثاني "الإحصاء الوصفي للبيانات الديمغرافية" تحليلاً رقمياً دقيقاً للمتغيرات الخمسة الأساسية: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة في الشركة، والوظيفة. ويستند هذا التحليل إلى مؤشرات إحصائية وصفية تشمل المتوسط، الخطأ المعياري للمتوسط، الانحراف المعياري، والتباين، مما يوفر فهماً أعمق للتوزيع الكمي للعينة.

الجدول رقم (2) الإحصاء الوصفي للبيانات الديمغرافية

الإحصاء الوصفي للبيانات الديمغرافية					
الوظيفة	الخبرة في الشركة	المؤهل	العمر	الجنس	
1.8750	1.9063	1.8125	2.4688	1.7500	متوسط
0.20454	0.20752	0.09459	0.16791	0.07777	الخطأ المعياري للمتوسط
1.15703	1.17389	0.53506	0.94985	0.43994	الانحراف المعياري
1.339	1.378	0.286	0.902	0.194	التباين

المتوسط الحسابي لمتغير "الجنس" يسجل قيمة 1. 7500، مما يدل على أن العينة تفضل الإناث، حيث إن الترقيم المستخدم هو 1 للذكور و2 للإناث. هذه المعلومة تتفق مع الجدول السابق الذي أظهر أن 75% من العينة إناث. كذلك، بلغ الانحراف المعياري للجنس 0. 439، مما يدل على تنوع محدود في هذا المتغير بسبب التركيز على فئة معينة.

بالنسبة لمتوسط العمر، فقد سجل 2. 4688، مما يشير إلى أن أغلب العينة تقع في الفئتين الثانية والثالثة، أي من 25 إلى 44 سنة، وقد تم تأكيد هذا في الجدول الأول أيضاً. الانحراف المعياري للعمر يبلغ 0. 94985، مما يدل على وجود تفاوت كبير في أعمار المشاركين.

فيما يتعلق بالمؤهل العلمي، فقد بلغ المتوسط 1. 8125، مما يعني أن العينة غالباً ما تكون في فئة البكالوريوس، وهو ما يثبتته النسبة العالية لهذه الفئة المذكورة في الجدول السابق (68. %). ويرتبط الانحراف المعياري لهذا المتغير بـ 0. 535، مما يدل على تباين معتدل في مؤهلات العينة.

أما بالنسبة للخبرة في الشركة، فيعكس المتوسط 1. 9063 أن الأغلب ينتمون إلى الفئتين الأولى والثانية للخبرة، أي من أقل من سنة إلى ثلاث سنوات، وهو ما يتماشى مع البيانات السابقة التي أظهرت أن أكثر من نصف العينة لديهم خبرة أقل من سنة. بينما الانحراف المعياري يبلغ 1. 173، مما يدل على وجود تنوع نسبي في سنوات الخبرة داخل الشركة.

أخيراً، المتوسطة لمتغير "الوظيفة" تصل إلى 1. 875، مما يشير إلى أن العينة تتواجد في مكان متوازن بين الموظفين التنفيذيين والمشرفين/المديرين المتوسطين، مع بعض التمثيل لفئات الإدارة العليا والمتعاونين. الانحراف المعياري البالغ 1. 157 يعد الأعلى نسبياً بين المتغيرات، مما يدل على تباين ملحوظ في المناصب التي يشغلها المشاركون.

بشكل عام، تعكس القيم الإحصائية الوصفية توافقًا مع البيانات النوعية السابقة، مما يعزز مصداقية توزيع العينة ويقوي النتائج والاستنتاجات المتوقعة من الدراسة حول تأثير التحول الرقمي في شركة سوار لتقنية المعلومات.

الجزء الثاني تحليل محاور الاستبيان

تشير نتائج الجدول الخاص بـ "المحور الأول: تبني التقنيات الرقمية" إلى وجود اتفاق عام بين أفراد عينة الدراسة على الدور الإيجابي الذي تلعبه التقنيات الرقمية في تعزيز أداء شركة سوار لتقنية المعلومات، وتحسين كفاءتها التشغيلية، ودعم قدرتها التنافسية. وقد تم قياس هذا المحور من خلال خمس عبارات تعكس أبعادًا مختلفة لتبني التقنية الرقمية، وجاءت النتائج داعمة بشكل واضح.

الجدول رقم (3) المحور الأول: تبني التقنيات الرقمية

المحور الأول: تبني التقنيات الرقمية			
النسبة	التكرار		
6.3	2	غير موافق بشدة	1. يساهم تبني التقنيات الرقمية (مثل الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية) في تحسين أداء شركة سوار.
9.4	3	غير موافق	
12.5	4	محايد	
34.4	11	موافق	
37.5	12	موافق بشدة	
100.0	32	الإجمالي	
النسبة	التكرار		
6.3	2	غير موافق بشدة	2. يعزز استخدام الأدوات الرقمية الحديثة كفاءة العمليات الداخلية في الشركة.
3.1	1	غير موافق	
50.0	16	موافق	
40.6	13	موافق بشدة	
100.0	32	الإجمالي	
النسبة	التكرار		
9.4	3	غير موافق بشدة	3. يساعد تبني التقنيات الرقمية في تسريع عملية اتخاذ القرار في الشركة.
6.3	2	محايد	
53.1	17	موافق	
31.3	10	موافق بشدة	
100.0	32	الإجمالي	
النسبة	التكرار		
6.3	2	غير موافق بشدة	4. يدعم استخدام التقنيات الرقمية الشركة في تقديم خدمات مبتكرة للعملاء.
9.4	3	محايد	
53.1	17	موافق	

31.3	10	موافق بشدة	
100.0	32	الإجمالي	
النسبة	التكرار		
3.1	1	غير موافق بشدة	5. يساهم تبني التقنيات الرقمية في تعزيز القدرة التنافسية لشركة سوار في السوق.
3.1	1	غير موافق	
6.3	2	محايد	
46.9	15	موافق	
40.6	13	موافق بشدة	
100.0	32	الإجمالي	

فيما يتعلق بالعبارة الأولى التي بحثت تأثير التقنيات الرقمية كالاختبارات الاصطناعية والحوسبة السحابية على تحسين الأداء، أظهر 9.71% من المشاركين (34.4% يعبرون عن الموافقة و37.5% يعبرون عن موافقة قوية) تأييدهم لها، بينما كانت النسبة الضئيلة من غير المتوافقين بشدة 6.3% ومن غير المتوافقين 9.4%. هذا يدل على فهم واضح من الموظفين لأهمية التقنيات الحديثة في تعزيز الأداء.

أما بخصوص العبارة الثانية التي تناولت دور الأدوات الرقمية الحديثة في تحسين فعالية العمليات الداخلية، فقد حققت نسبة تأييد أعلى، حيث أظهر 90.6% تأييدهم من خلال الجمع بين الموافقين والموافقين بشدة، مما يدل على إيمان قوي بأن التحول الرقمي يؤثر بشكل مباشر على تحسين الإجراءات التشغيلية للشركة.

العبارة الثالثة التي تناولت تأثير التقنيات الرقمية على تسريع عملية اتخاذ القرار تعتبر نقطة مهمة في بيئة المنافسة للأعمال التقنية. وقد عبر 84.4% من المشاركين عن موافقتهم على هذا ما يشير إلى دعم عام لفكرة أن الرقمنة تقصر من الوقت اللازم لاتخاذ القرار، مما يعزز استجابة الشركة للتغيرات.

أما العبارة الرابعة، التي ناقشت تقديم خدمات جديدة للعملاء عبر استخدام التقنيات الرقمية، فقد أظهر أيضًا 84.4% تأييدهم، مما يبين أن التحول الرقمي لا يقتصر على العمليات الداخلية فقط، بل يشمل أيضًا قيمة الخدمات المقدمة للعملاء ويعزز الابتكار.

بالنسبة للعبارة الخامسة، فقد تناولت البعد التنافسي، وكشفت النتائج أن 87.5% من المشاركين (46.9% موافق و40.6% موافق بشدة) يرون أن اعتماد التقنيات الرقمية يعزز قدرة الشركة للتنافس في السوق. وهذا يعكس تفهم العاملين للعلاقة بين التحول الرقمي والتميز الاستراتيجي في مجال الأعمال التقنية.

بصفة عامة، توضح هذه النتائج أن هناك توافقًا كبيرًا بين المشاركين في الدراسة على أن اعتماد التقنيات الرقمية يشكل أساسًا لنمو شركة سوار، سواء فيما يتعلق بالأداء الداخلي أو تقديم الخدمات أو اتخاذ القرارات أو حتى التنافس في السوق. وهذا يدل على وعي متقدم بأهمية التحول الرقمي، وقد يشير إلى وجود استعداد مؤسسي وثقافي في الشركة لاحتضان وتطبيق الاستراتيجيات الرقمية.

الجدول رقم (4) المحور الثاني: تحسين العمليات الداخلية

المحور الثاني: تحسين العمليات الداخلية			
النسبة	التكرار		
6.3	2	غير موافق بشدة	1. يؤدي التحول الرقمي إلى تقليل الوقت اللازم لإنجاز المهام التشغيلية في الشركة.
3.1	1	غير موافق	
6.3	2	محايد	
50.0	16	موافق	
34.4	11	موافق بشدة	
100.0	32	الإجمالي	
النسبة	التكرار		
3.1	1	غير موافق بشدة	2. يساهم التحول الرقمي في تحسين إدارة الموارد الداخلية مثل البيانات والمعلومات
3.1	1	غير موافق	
3.1	1	محايد	
56.3	18	موافق	
34.4	11	موافق بشدة	
100.0	32	الإجمالي	
النسبة	التكرار		
3.1	1	غير موافق بشدة	3. يعزز التحول الرقمي دقة العمليات الإدارية داخل شركة سوار.
15.6	5	محايد	
50.0	16	موافق	
31.3	10	موافق بشدة	
100.0	32	الإجمالي	
النسبة	التكرار		
3.1	1	غير موافق بشدة	4. يساعد التحول الرقمي في تقليل الأخطاء البشرية في العمليات اليومية.
3.1	1	غير موافق	
9.4	3	محايد	
46.9	15	موافق	
37.5	12	موافق بشدة	
100.0	32	الإجمالي	
النسبة	التكرار		
9.4	3	غير موافق بشدة	5. يدعم التحول الرقمي تحسين التواصل والتنسيق بين الأقسام المختلفة في الشركة.
9.4	3	محايد	
53.1	17	موافق	
28.1	9	موافق بشدة	
100.0	32	الإجمالي	

تشير نتائج "المحور الثاني: تحسين العمليات الداخلية" إلى وجود اتجاه إيجابي بين المشاركين، حيث يعتقدون بأن التحول الرقمي يسهم بشكل فعال في زيادة كفاءة العمليات التشغيلية والإدارية داخل شركة سوار لتقنية المعلومات. تم قياس هذا المحور من خلال خمس عبارات رئيسية، والتي أظهرت أن معظم المشاركين يوافقون بشكل كبير.

في العبارة الأولى، التي تناولت تقليص الوقت اللازم لإتمام المهام التشغيلية نتيجة التحول الرقمي، أبدى 84.4% من المشاركين تأييدهم (50% موافق و 4.34% موافق بشدة)، بينما كانت نسبة غير الموافقين بشدة وغير الموافقين لا تتجاوز 4.9%. هذه النتيجة تعكس وعياً قوياً بتأثير التقنيات الحديثة على تسريع الإجراءات وتوفير الوقت، وهو أحد الأهداف الرئيسية لأي تحول رقمي ناجح.

ولما يتعلق الأمر بالعبارة الثانية حول تحسين إدارة الموارد الداخلية مثل البيانات والمعلومات، فقد حصلت على تأييد أكبر، حيث عبّر 90.7% من المشاركين عن موافقتهم، في حين أن نسبة الراضين والمحايدين لم تتجاوز 9.3%. تشير هذه النتيجة إلى أهمية الأنظمة الرقمية في إدارة وتحليل البيانات، وهو أمر حيوي في الشركات التقنية.

بالنسبة للعبارة الثالثة المتعلقة بدقة العمليات الإدارية، فقد أيد 81.3% من المشاركين أن التحول الرقمي يعزز من الدقة، رغم أن 15.6% كانوا محايدين. هذا الاختلاف البسيط قد يعكس تبايناً في طبيعة الأقسام أو المهام الإدارية التي يقوم بها الأفراد في الشركة.

العبارة الرابعة، التي تتعلق بتقليل الأخطاء البشرية، أثبتت أنها حصلت على نسبة تأييد عالية بلغت 84.4%، مما يدل على اقتناع المشاركين بقدرة الأنظمة الرقمية على تقليل الاعتماد على المدخلات اليدوية، وبذلك تقليل الأخطاء.

أما بالنسبة للعبارة الخامسة التي تناولت تحسين الاتصال والتنسيق بين الأقسام المتنوعة، فقد أظهرت نسبة تأييد بلغت 81.2%، وهو ما يدل على دور التحول الرقمي في خلق بيئة عمل أكثر ترابطاً، على الرغم من أن 9.4% لم يوافقوا بشدة وقد يواجهون تحديات في هذا المجال.

بشكل عام، تعكس نتائج هذا المحور توافقاً عاماً على فعالية التحول الرقمي في تعزيز العمليات الداخلية، سواء من خلال تحسين إدارة الوقت، أو زيادة كفاءة الموارد والمعلومات، أو تقليل الأخطاء، أو تسهيل التنسيق بين الإدارات. كما تدعم هذه النتائج الرأي القائل بأن التحول الرقمي يتجاوز الجانب التكنولوجي ليشمل تحسينات جوهرية في بيئة العمل وفعالية الأداء التنظيمي.

الجدول رقم (5) المحور الثالث: تطوير البنية التحتية التكنولوجية

المحور الثالث: تطوير البنية التحتية التكنولوجية			
النسبة	التكرار		
9.4	3	غير موافق بشدة	1. يساهم تطوير البنية التحتية التكنولوجية في زيادة سرعة تقديم الخدمات للعملاء.
50.0	16	موافق	
40.6	13	موافق بشدة	
100.0	32	الإجمالي	
النسبة	التكرار		

3.1	1	غير موافق بشدة	2. يعزز تحديث البنية التحتية التكنولوجية قدرة الشركة على الوصول إلى أسواق جديدة.
3.1	1	غير موافق	
12.5	4	محايد	
50.0	16	موافق	
31.3	10	موافق بشدة	
100.0	32	الإجمالي	
النسبة	التكرار		
3.1	1	غير موافق بشدة	3. يدعم تطوير البنية التحتية التكنولوجية ابتكار منتجات وخدمات جديدة.
3.1	1	غير موافق	
6.3	2	محايد	
53.1	17	موافق	
34.4	11	موافق بشدة	
100.0	32	الإجمالي	
النسبة	التكرار		
9.4	3	غير موافق بشدة	4. يساعد تحسين البنية التحتية التكنولوجية في تحسين تجربة العملاء.
56.3	18	موافق	
34.4	11	موافق بشدة	
100.0	32	الإجمالي	
النسبة	التكرار		
9.4	3	غير موافق بشدة	5. يساهم تطوير البنية التحتية التكنولوجية في تحقيق نمو مستدام لشركة سوار.
3.1	1	غير موافق	
3.1	1	محايد	
53.1	17	موافق	
31.3	10	موافق بشدة	
100.0	32	الإجمالي	

تظهر نتائج "المحور الثالث: تحسين البنية التحتية التكنولوجية" مستوى عالٍ من فهم المشاركين لأهمية البنية الرقمية كعنصر رئيسي يعزز كفاءة الأعمال، ويساهم في تحسين الخدمات، ويؤدي إلى النمو المستدام في شركة سوار لتقنية المعلومات. تم تقييم هذا المحور من خلال خمس عبارات متنوعة، وقد حصلت جميعها على موافقة قوية مما يدل على آراء إيجابية تجاه دور التكنولوجيا في دعم استراتيجية الشركة.

في العبارة الأولى التي تناولت تأثير تحسين البنية التحتية التكنولوجية على تسريع خدمات العملاء، أظهر 90.6% من المشاركين (50% وافقوا و 40.6% وافقوا بشدة) تأييدهم لهذا المفهوم، بينما عارضه 9.4% فقط بشدة. تشير هذه النتيجة إلى أن المشاركين يستطيعون رؤية التأثير الفعلي لتحديث الأنظمة التكنولوجية في سرعة تلبية احتياجات العملاء.

بالنسبة للعبارة الثانية، التي ركزت على قدرة البنية الحديثة على مساعدة الشركة في دخول أسواق جديدة، فقد حصلت على تأييد بنسبة 81.3% مع وجود عدد قليل من المعارضين أو المحايدون. وهذا يعكس الوعي بأن وجود بنية تقنية قوية يعزز من القدرة على التوسع في الأبعاد الجغرافية والرقمية في نفس الوقت، وهو ما يتماشى مع احتياجات الأسواق الرقمية الحالية.

في العبارة الثالثة، التي تناولت الابتكار في إطار البنية التحتية التقنية، أيد 87.5% من المشاركين فكرة أن تطويرها يعزز الابتكار في المنتجات والخدمات، بينما لم تتجاوز نسبة المعارضين أو المحايدون 12.5%. تعكس هذه النتيجة أهمية التكنولوجيا ليس فقط في تحسين ما هو موجود، بل في تقديم حلول جديدة تلبي تطلعات السوق.

أما العبارة الرابعة، التي تناولت كيفية تحسين تجربة العملاء من خلال البنية التحتية، فقد أبدى 90.7% من المشاركين موافقتهم، ما يؤكد أن الموظفين يدركون الصلة الواضحة بين كفاءة الأنظمة التكنولوجية ورضا العملاء، وهو عامل حيوي في بيئة تعتمد على التفاعل السريع والدقيق.

بالنسبة للعبارة الخامسة، التي ناقشت العلاقة بين تحسين البنية التحتية وتحقيق النمو المستدام، فقد أكد 84.4% من المشاركين تأييدهم، مما يدل على وعيهم بأهمية التكنولوجيا في تحقيق أهداف طويلة الأجل واستدامة المؤسسة.

بشكل عام، تعكس هذه النتائج وجود وعي مؤسسي متطور بين المشاركين بأهمية تحسين البنية التحتية التكنولوجية كنقطة انطلاق لتطوير الخدمات، وتعزيز التوسع، ودعم الابتكار، وتحسين تجربة العملاء، مما يؤدي مرة أخرى إلى تحقيق نمو مستدام لشركة سوار. تظهر هذه الموافقة استعداد بيئة العمل لدعم مبادرات التحول الرقمي والاستثمار في التقنيات المستقبلية.

الجزء الثالث: التحليل الإحصائي الوصفي للمحاور الاستبيان

يعرض الجدول رقم (6) مجموعة من الإحصاءات الوصفية لمتغيرات تمثل آراء المشاركين حول ثلاث محاور رئيسية: تبني التقنيات الرقمية، تحسين العمليات الداخلية، وتطوير البنية التحتية التكنولوجية في شركة سوار لتقنية المعلومات. شملت البيانات متوسطات الإجابات (Mean)، الانحرافات المعيارية (Standard Deviation)، التباين (Variance)، ومقياس الالتواء (Skewness)، مما يوفر فهماً كمياً لتوجهات العينة.

الجدول رقم (6) التحليل الوصفي للمحاور الاستبيان

التحليل الوصفي للمحاور الاستبيان					
العبارة	العدد (ن)	المتوسط	الانحراف المعياري	التباين	الخطأ المعياري للانحراف (التوزيع)

0.414	-1.023	1.468	1.21150	3.8750	32	1. يساهم تبني التقنيات الرقمية (مثل الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية) في تحسين أداء شركة سوار.
0.414	-1.933	1.104	1.05063	4.1563	32	2. يعزز استخدام الأدوات الرقمية الحديثة كفاءة العمليات الداخلية في الشركة.
0.414	-1.693	1.257	1.12119	3.9688	32	3. يساعد تبني التقنيات الرقمية في تسريع عملية اتخاذ القرار في الشركة.
0.414	-1.720	0.999	0.99950	4.0313	32	4. يدعم استخدام التقنيات الرقمية الشركة في تقديم خدمات مبتكرة للعملاء.
0.414	-1.676	0.867	0.93109	4.1875	32	5. يساهم تبني التقنيات الرقمية في تعزيز القدرة التنافسية لشركة سوار في السوق.
0.414	-1.616	1.128	1.06208	4.0313	32	6. يؤدي التحول الرقمي إلى تقليل الوقت اللازم لإنجاز المهام التشغيلية في الشركة.
0.414	-1.817	0.781	0.88388	4.1563	32	7. يساهم التحول الرقمي في تحسين إدارة الموارد الداخلية (مثل البيانات والمعلومات).
0.414	-1.348	0.770	0.87759	4.0625	32	8. يعزز التحول الرقمي دقة العمليات الإدارية داخل شركة سوار.
0.414	-1.498	0.887	0.94186	4.1250	32	9. يساعد التحول الرقمي في تقليل الأخطاء البشرية في العمليات اليومية.
0.414	-1.580	1.249	1.11758	3.9063	32	10. يدعم التحول الرقمي تحسين التواصل والتنسيق بين الأقسام المختلفة في الشركة.
0.414	-1.983	1.274	1.12880	4.1250	32	11. يساهم تطوير البنية التحتية التكنولوجية في زيادة سرعة تقديم الخدمات للعملاء.
0.414	-1.337	0.870	0.93272	4.0313	32	12. يعزز تحديث البنية التحتية التكنولوجية قدرة الشركة على الوصول إلى أسواق جديدة.
0.414	-1.643	0.823	0.90696	4.1250	32	13. يدعم تطوير البنية التحتية التكنولوجية ابتكار منتجات وخدمات جديدة.
0.414	-1.965	1.222	1.10534	4.0625	32	14. يساعد تحسين البنية التحتية التكنولوجية في تحسين تجربة العملاء.
0.414	-1.581	1.351	1.16224	3.9375	32	15. يساهم تطوير البنية التحتية التكنولوجية في تحقيق نمو مستدام لشركة سوار.

تشير البيانات الإحصائية الوصفية إلى انطباع قوي لدى المشاركين حول أهمية اعتماد التكنولوجيا الرقمية وتعزيز البنية التحتية التقنية لتحسين أداء شركة سوار. حيث حصلت العبارات المرتبطة بتبني تقنيات رقمية مثل الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية على متوسط قدره (3.88)، مما يدل على توافق المشاركين في أن لهذه التقنيات تأثير على تحسين الأداء العام للشركة. كما أظهر المشاركون دعماً ملحوظاً لاستخدام الأدوات الرقمية الحديثة من أجل رفع كفاءة العمليات الداخلية، حيث بلغ متوسط التأييد (4.16)، وهو أعلى متوسط بين جميع العناصر، مما يعكس اقتناعاً قوياً بأهمية التحول الرقمي في زيادة كفاءة العمل.

عند دراسة تأثير التحول الرقمي على تسريع عمليات اتخاذ القرار، حقق هذا البند متوسطاً بلغ (3.97)، مما يعكس توافقاً عاماً بين المشاركين حول الأهمية الكبيرة للتقنيات الحديثة في تعزيز صناعة القرار. كما حصلت العبارة المتعلقة بدور الأدوات الرقمية في تقديم خدمات مبتكرة على متوسط مرتفع بلغ (4.03)، مما يدل على أن الابتكار في الخدمات يعتبر نتيجة مباشرة للتحول الرقمي. وكانت أعلى متوسطات تقدير قد سجلت للبند المتعلق بزيادة القدرة التنافسية للشركة، الذي بلغ (4.19)، مما يشير إلى أن المشاركين يدركون أن التكنولوجيا تلعب دوراً محورياً في بناء الميزة التنافسية لشركة سوار.

أما عند الحديث عن تأثير التحول الرقمي على المهام التشغيلية، فحصلت العبارة الخاصة بتقليل الوقت المطلوب لإنجاز المهام على متوسط مرتفع بلغ (4.03)، مما يدل على أن المشاركين يرون نتائج ملحوظة للتحول الرقمي في تسريع وتيرة العمل. كما كان هناك اتفاق واضح على مدى فعالية التحول الرقمي في تحسين إدارة الموارد الداخلية بمتوسط (4.16) وتعزيز دقة العمليات الإدارية بمتوسط (4.06)، والتي تعكس إدراكاً عميقاً لأهمية التقنية في رفع مستوى جودة العمل وتقليل الأخطاء البشرية، حيث بلغ متوسط هذه الأخيرة (4.13). ومن الجدير بالذكر أن التواصل والتنسيق بين الأقسام قد استفاد أيضاً من التحول الرقمي، وفقاً لآراء المشاركين، حيث بلغ متوسطه (3.91)، مما يدل على تحسن ملحوظ، ولكن بدرجة أقل مقارنة ببقية المؤشرات.

وبالنسبة لتطوير البنية التحتية الرقمية، أظهرت النتائج أن المشاركين يعتقدون أن هذا الجانب يعد عنصراً أساسياً في تسريع تقديم الخدمات للعملاء بمتوسط (4.13). واعتبروا أن تحسين البنية التحتية يعمل على تعزيز قدرة الشركة على التوسع في الأسواق الجديدة بمتوسط (4.03) ويدعم الابتكار في المنتجات والخدمات بمتوسط (4.13). كما أوضح المشاركون أن تطوير البنية التحتية يساهم في تحسين تجربة العملاء بمتوسط (4.06)، وأشاروا إلى دورها في تحقيق نمو مستدام للشركة بمتوسط جيد بلغ (3.94). تعكس هذه النتائج بشكل عام تقييماً إيجابياً وقوياً من جانب المشاركين لأثر التكنولوجيا والبنية التحتية الرقمية في تعزيز مختلف جوانب العمل داخل شركة سوار، بما في ذلك الأداء والكفاءة والابتكار والنمو المستقبلي.

اختبار فرضيات الدراسة

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي الوصفي التي تم الحصول عليها من خلال استبيان الدراسة أن هناك اتفاقاً عاماً وقوياً من قبل المشاركين على تأثير التحول الرقمي في شركة سوار لتقنية المعلومات على عدد من الأبعاد المتعلقة باستراتيجيات النمو. وقد انعكس هذا الاتجاه الإيجابي في ارتفاع المتوسطات الحسابية لجميع المحاور الأساسية، حيث تجاوزت معظم القيم حد 3.9 من أصل 5، مما يشير إلى درجة عالية من القبول والافتتاح من قبل المبحوثين بدور التحول الرقمي في تطوير أداء الشركة. هذا التوجه يدعم بوضوح رفض الفرضية الصفرية الرئيسية القائلة بعدم وجود أثر للتحول الرقمي على استراتيجيات النمو، وبالتالي يمكن الاستنتاج بوجود أثر ذي دلالة إحصائية.

أما فيما يتعلق بالفرضيات الفرعية، فقد بينت النتائج أن التحول الرقمي يلعب دوراً محورياً في تحسين الكفاءة التشغيلية داخل الشركة، وهو ما ظهر جلياً في تقييم العبارات المرتبطة بسرعة إنجاز الأعمال، رفع كفاءة الموظفين، وتحسين إدارة الوقت والموارد، حيث حصلت هذه العبارات على متوسطات مرتفعة ونسب اتفاق عالية، مما يعكس اقتناعاً جماعياً بفاعلية التحول الرقمي في هذا الجانب. كذلك، أظهرت النتائج أن التحول الرقمي ساهم بوضوح في تعزيز تجربة العملاء، حيث أشار المجيبون إلى أن التطوير التقني في البنية التحتية ساهم في رفع مستوى رضا العملاء وزيادة تفاعلهم، وهو ما يعزز من فرص الاحتفاظ بهم وكسب عملاء جدد.

وفيما يخص أثر التحول الرقمي على توسيع نطاق الوصول إلى الأسواق الجديدة، فقد جاءت تقييمات العبارات المرتبطة بهذا المحور لتؤكد أن التحول الرقمي قد أتاح فرصاً أكبر للشركة في دخول أسواق جديدة، سواء من خلال تعزيز الحضور الإلكتروني أو استخدام الأدوات الذكية في التسويق والتحليل، وقد انعكس هذا في ارتفاع تقييم المشاركين لهذه العبارات. وأخيراً، أكدت النتائج أن التحول الرقمي يمثل أحد المقومات الأساسية لتحقيق النمو المستدام، إذ أشار المشاركون إلى أن التحديث المستمر للبنية التحتية التكنولوجية يعزز من قدرة الشركة على المنافسة والاستمرار على المدى الطويل.

بناءً على ذلك، يمكن القول إن التحليل الوصفي يدعم بشكل واضح رفض جميع الفرضيات الصفرية سواء الرئيسية أو الفرعية، ويشير إلى وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين التحول الرقمي ومحاور استراتيجيات النمو المختلفة في شركة سوار لتقنية المعلومات. ويوصى لاحقاً باستخدام أدوات إحصائية استنتاجية للتحقق من قوة هذه العلاقات بشكل أكثر دقة وتفصيلاً.

نتائج الدراسة

- أظهرت النتائج أن أغلب المشاركين يتفقون بشدة على أن تطوير البنية التحتية التكنولوجية يساهم في تسريع تقديم الخدمات للعملاء.

- أكد المشاركون أن تحديث البنية التحتية الرقمية يعزز قدرة الشركة على الوصول إلى أسواق جديدة، حيث وافق على ذلك أكثر من 80% من العينة.
- أشار أغلب المستجيبين إلى أن التحول الرقمي يدعم الابتكار في تقديم منتجات وخدمات جديدة داخل الشركة.
- رأى غالبية المشاركين أن تحسين البنية التحتية التكنولوجية يساهم في تحسين تجربة العملاء ورفع مستوى رضاهم.
- عبّر أكثر من 80% من المشاركين عن اقتناعهم بأن التحول الرقمي يساعد على تحقيق نمو مستدام لشركة سوار لتقنية المعلومات.
- تدعم النتائج رفض الفرضيات الصفرية، وتؤكد وجود أثر واضح للتحول الرقمي على استراتيجيات النمو في الشركة.
- تبين أن التحول الرقمي يؤثر بشكل إيجابي على الكفاءة التشغيلية، رضا العملاء، الوصول للأسواق الجديدة، والاستدامة.

توصيات الدراسة

- ضرورة الاستمرار في تبني وتحديث التقنيات الرقمية المتقدمة، بما في ذلك الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية، نظراً لأثرها الملحوظ في تحسين الأداء العام وكفاءة العمليات الداخلية.
- العمل على تطوير البنية التحتية التكنولوجية بشكل دوري بما يضمن جاهزية الشركة لمواكبة التغيرات التكنولوجية وتمكينها من الوصول إلى أسواق جديدة.
- التركيز على تعزيز تجربة العملاء باستخدام الأدوات الرقمية من خلال تقديم خدمات مبتكرة وتفاعلية تضمن رضا العملاء وولائهم.
- الاهتمام بتدريب وتأهيل الكوادر البشرية داخل الشركة لرفع كفاءتهم في استخدام التقنيات الرقمية والاستفادة القصوى منها في المهام اليومية.
- الاستفادة من نتائج التحول الرقمي في دعم اتخاذ القرار الإداري وتسريعه من خلال أنظمة تحليل البيانات وتكامل المعلومات.
- توجيه الاستثمار في التقنية ليشمل الجانب الاستراتيجي للنمو المستدام، وليس فقط تحسين العمليات الحالية، بما يضمن تحقيق الأهداف طويلة المدى.
- تعزيز التنسيق بين الإدارات المختلفة عبر أدوات رقمية تساهم في رفع كفاءة التواصل الداخلي وتحسين سير العمل الجماعي.

المراجع:

1. أحمد، أحمد عبد السلام، وشيماء فالح مهدي. 2024. "أثر استراتيجيات التحول الرقمي على نجاح مشاريع منظمات الأعمال: دراسة ميدانية في شركات الاتصالات العاملة في العراق". مجلة جامعة الخليج العربي للعلوم الاقتصادية والاجتماعية. (00) 20
2. بدوي، حسام الدين مصطفى حسن، وصالح الدين إسماعيل صالح الدين. 2023. "دور استراتيجية التحول الرقمي في تحقيق التميز المؤسسي المستدام: دراسة حالة الشركة القابضة مصر للطيران". المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية. 941: (2) 37
3. البردان، محمد فوزي. 2020. "لتعزيز مبادرات الشمول المالي بالبيئة المصرية (بين مؤشرات القياس.. ومزايا وتحديات التطبيق)". بحث مقدم في المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر: "التحول الرقمي"، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، 10-11 أكتوبر، الإسكندرية، مصر.
4. تباري، شيماء، وصخري، إلهام، وعقون، شيماء. 2022. "استراتيجيات التحول الرقمي في المؤسسات الخدمية: دراسة ميدانية بمديرية بريد الجزائر - ولاية قالمة". مذكرة ماجستير في علم المكتبات، تخصص إدارة المؤسسات الوثائقية والمكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945 - قالمة.
5. الدباس، أحمد إبراهيم محمد. 2022. "أثر متطلبات التحول الرقمي في ممارسات إدارة الموارد البشرية في قطاع الخدمات الحكومية الأردني". رسالة ماجستير، كلية الأعمال، جامعة عمان العربية، بإشراف د. محمود أبو جمعة، كانون الأول.
6. زلط، محمد علي محمود. 2023. "أثر التحول الرقمي على استراتيجيات إدارة الموارد البشرية: دراسة ميدانية على العاملين بشركات الاتصالات في مصر". المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية. 561: (2) 37
7. عبايدية، بسمة، وطلحي، فاطمة الزهراء. 2024. "التحول الرقمي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية للشركات الناشئة: دراسة عينة من الشركات الناشئة في مدينة تبسة". مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال. 184-201: (1) 8
8. قرين، نور الدين. 2022. "دور المؤسسات الناشئة التقنية في تحقيق التحول الرقمي المنشود في الجزائر". مجلة الإبداع. 108-125: (1) 12
9. AL Mohamad, Omar. 2024. "Digital Transformation in Companies: A Path to Innovation and Efficiency." *Quantrade Journal of Complex Systems in Social Sciences* 6 (2): 229. <https://dergipark.org.tr/en/pub/quantrade>.
10. Al-Alawi, Prof. Adel Ismail, Mariam Mohammed Munir, and Fatima Muhammad Munir. 2024. "Digital Transformation and Competitive Strategies: Insights into Innovation, SMEs, and AI Startups." Paper presented at the 2024 International Conference on Digital Transformation and Competitive Strategies, IEEE.
11. Ansoff, H. I. (1965). *Corporate strategy: An analytic approach to business policy for growth and expansion*. McGraw-Hill.
12. Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482.

13. Grab, Benjamin, Marieta Olaru, and Roxana Gavril. 2019. "The Impact of Digital Transformation on Strategic Business Management." *Ecoforum* 8 (1).
14. Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2017). *Strategic management: Concepts and cases: Competitiveness and globalization* (10th ed.). Cengage Learning.
15. Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2015). *Strategy, not technology, drives digital transformation*. MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press.
16. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
17. Kuteesa, Kevin Namiro, Chidiogo Uzoamaka Akpuokwe, and Chioma Ann Udeh. 2024. "Navigating the Digital Transformation Journey: Strategies for Startup Growth and Innovation in the Digital Era." *International Journal of Scholarly Research in Multidisciplinary Studies* 4 (2): 038–053.
18. Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., & Song, M. (2017). Digital innovation management: Reinventing innovation management research in a digital world. *MIS Quarterly*, 41(1), 223–238.
19. Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
20. Prathaban, Reshma. 2024. "The Impact of Digital Transformation on Business Strategy." *Journal of Digital Economy* 3 (2): 264-273.
21. Prathaban, Reshma. 2024. "The Impact of Digital Transformation on Business Strategy." *Journal of Digital Economy* 3 (2): 264-273.
22. Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2–3), 172–194.
23. Thomas, Antonio, Renato Passaro, and Ivana Quinto. 2019. "Developing Entrepreneurship in Digital Economy: The Ecosystem Strategy for Startups Growth." In *Strategy and Behaviors in the Digital Economy*, edited by [Editor Name(s) if available]. IntechOpen. <https://doi.org/10.5772/intechopen.85423>.
24. Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144.
25. Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Review Press.

ملاحق

استبيان لقياس أثر التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في شركة سوار لتقنية المعلومات

مقدمة الاستبيان

السيدة/ة الموقرة/ة،

نشكركم على تخصيص وقتكم للمشاركة في هذا الاستبيان الذي يهدف إلى قياس أثر التحول الرقمي على استراتيجيات النمو في شركة سوار لتقنية المعلومات. تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين أبعاد التحول الرقمي (تبني التقنيات الرقمية، تحسين العمليات الداخلية، تطوير البنية التحتية التكنولوجية) وأبعاد استراتيجيات النمو (الكفاءة التشغيلية، تجربة العملاء، الوصول إلى الأسواق الجديدة، الابتكار). إجاباتكم ستساهم في تعزيز فهمنا لدور التحول الرقمي في نمو الشركات الناشئة. يرجى الإجابة على الأسئلة بكل دقة وصدق، مع العلم أن جميع البيانات ستعالج بسرية تامة ولأغراض البحث العلمي فقط. يعتمد الاستبيان على مقياس ليكرت الخماسي (1: غير موافق بشدة، 2: غير موافق، 3: محايد، 4: موافق، 5: موافق بشدة).

الجزء الأول: البيانات الديموغرافية

يرجى كتابة أو اختيار الإجابة المناسبة:

الجزء الأول: البيانات الديموغرافية

يرجى اختيار الإجابة المناسبة لكل سؤال:

1. الجنس:
 - ☐ ذكر
 - ☐ أنثى
2. الفئة العمرية:
 - ☐ أقل من 25 سنة
 - ☐ 25-34 سنة
 - ☐ 35-44 سنة
 - ☐ 45 سنة فأكثر
3. المستوى التعليمي:
 - ☐ دبلوم أو أقل
 - ☐ بكالوريوس
 - ☐ دراسات عليا (ماجستير، دكتوراه)
4. سنوات الخبرة في شركة سوار لتقنية المعلومات:
 - ☐ أقل من سنة
 - ☐ 1-3 سنوات
 - ☐ 4-7 سنوات
 - ☐ أكثر من 7 سنوات
5. المستوى الوظيفي:
 - ☐ موظف تنفيذي
 - ☐ مشرف/مدير متوسط
 - ☐ إدارة عليا
 - ☐ مستقل/متعاون (فري لانسر)

الجزء الثاني: محاور الاستبيان

المحور الأول: تبني التقنيات الرقمية

1. يساهم تبني التقنيات الرقمية (مثل الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية) في تحسين أداء شركة سوار.
2. يعزز استخدام الأدوات الرقمية الحديثة كفاءة العمليات الداخلية في الشركة.
3. يساعد تبني التقنيات الرقمية في تسريع عملية اتخاذ القرار في الشركة.
4. يدعم استخدام التقنيات الرقمية الشركة في تقديم خدمات مبتكرة للعملاء.
5. يساهم تبني التقنيات الرقمية في تعزيز القدرة التنافسية لشركة سوار في السوق.

المحور الثاني: تحسين العمليات الداخلية

1. يؤدي التحول الرقمي إلى تقليل الوقت اللازم لإنجاز المهام التشغيلية في الشركة.
2. يساهم التحول الرقمي في تحسين إدارة الموارد الداخلية (مثل البيانات والمعلومات).
3. يعزز التحول الرقمي دقة العمليات الإدارية داخل شركة سوار.
4. يساعد التحول الرقمي في تقليل الأخطاء البشرية في العمليات اليومية.
5. يدعم التحول الرقمي تحسين التواصل والتنسيق بين الأقسام المختلفة في الشركة.

المحور الثالث: تطوير البنية التحتية التكنولوجية

1. يساهم تطوير البنية التحتية التكنولوجية في زيادة سرعة تقديم الخدمات للعملاء.
2. يعزز تحديث البنية التحتية التكنولوجية قدرة الشركة على الوصول إلى أسواق جديدة.
3. يدعم تطوير البنية التحتية التكنولوجية ابتكار منتجات وخدمات جديدة.
4. يساعد تحسين البنية التحتية التكنولوجية في تحسين تجربة العملاء.
5. يساهم تطوير البنية التحتية التكنولوجية في تحقيق نمو مستدام لشركة سوار.