

أثر زيادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي دراسة تطبيقية على شركة
الاتصالات السعودية

The Impact of Digital Entrepreneurship on Organizational Innovation: An
Empirical Study on Saudi Telecommunications Company.

مشروع تخرج

إعداد

فيحان محمد القحطاني – السجل الأكاديمي: 232000666

ضيف الله عقيل الشمري – السجل الأكاديمي: 232000038

بدر سمير صوري – السجل الأكاديمي: 232002368

الإشراف:

د. وليد عبد الجواد سليمان صديق

د. الفیصل عبد الحمید محمد حسن

2024 -1445

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

تمهید:

يتناول هذا الفصل مبحثين، المبحث الأول يتطرق إلى الإطار العام للدراسة ويتضمن مشكلة الدراسة، وأهدافها، وأهميتها، وأسئلة الدراسة، ومصطلحات الدراسة، والمبحث الثاني: الدراسات السابقة ويتم التطرق لها على النحو التالي:

1.1 مقدمة:

تعد المملكة العربية السعودية واحدة من أكبر أسواق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في منطقة الشرق الأوسط، تمثل صناعات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في البلاد أكثر من 55٪ و 51٪ من سوق الشرق الأوسط، وتهدف استراتيجية وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات للفترة 2019-2023 إلى تطوير قطاع تقنية المعلومات بنسبة 50٪ ورفع نسبة القوى العاملة السعودية في مجال تقنية المعلومات إلى 50٪ بحلول عام 2023. (العشري، 2023)

كما تهدف إلى جذب الاستثمارات الأجنبية ودعم تمكين المرأة، وزيادة مشاركتها في هذا القطاع وتندرج هذه الاستراتيجية ضمن جهود الحكومة لإنشاء بنية تحتية رقمية قوية ومبتكرة وبالتالي، فإن التحول الرقمي يتسارع ويدعم هدف رؤية 2030 المتمثل في تعزيز دور القطاع في بناء مجتمع رقمي وحكومة رقمية واقتصاد رقمي مزدهر والابتكار. ويعد تراجع الإنفاق الاستهلاكي وتقييد الدخل المتاح في المنطقة من أبرز أسباب تراجع الإنفاق الاستهلاكي، وهذا يؤثر على نمو قطاع الاتصالات في البلاد هناك ثلاثة عوامل تحد من الاتجاه الهبوطي في الإنفاق الاستهلاكي، وهي وقف الرحلات الجوية التجارية وما نتج عن ذلك من توطین الإنفاق السياحي لخفض الأسعار النهائية، وفي بعض الحالات، الاستيعاب الجزئي لضريبة القيمة المضافة من قبل الشركات

وتجار التجزئة، وتنفيذ الرمال خطة تمكن الاحتفاظ بالمواطنين في وظائف مناسبة في القطاع الخاص.
(العقرباوي، 2023)

تعد ريادة الأعمال أحد الاتجاهات الحديثة التي أصبحت أحد المتطلبات الأساسية لتحقيق الابتكار التنظيمي للمؤسسات بما فيها الوزارات، خاصة في ظل التحول نحو اقتصاد المعرفة وما يرتبط به من اهتمام بتحقيق الإبداع والابتكار وتحويل الأفكار الإبداعية إلى واقع ملموس. (محروس، 2023)

نتيجة للتحويلات المختلفة التي أحدثتها الثورة الرقمية، ظهر نوع جديد من ريادة الأعمال يجمع بين التقنيات الرقمية وريادة الأعمال، وهو "ريادة الأعمال الرقمية"، حيث يتم استخدام التقنيات الرقمية الجديدة بطرق مختلفة. لقد ظهرت ريادة الأعمال الرقمية نتيجة لوجود الأصول التكنولوجية مثل الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. أي نشاط ريادي يوجه جزءاً كبيراً من الأعمال نحو الرقمنة يوصف الآن بأنه ريادة الأعمال الرقمية. (العشري، 2023)

ومن هنا تعتبر ريادة الأعمال الرقمية مفهوماً متقدماً ومبتكراً، نظراً للتغيرات والتطورات المستمرة في التطبيقات التكنولوجية المتمثلة في الثورة التكنولوجية الرابعة التي تغير وتبدل أساليب التواصل بين رائد الأعمال والمستفيدين تتم رقمته معظم أو كل المنتجات والخدمات من خلال الاستفادة من الإنترنت والسحابة والتقنيات الناشئة. في العصر الرقمي، أصبح الطلب على ريادة الأعمال الرقمية أكبر من أي وقت مضى لا تقتصر ريادة الأعمال الرقمية على الاجتماعات عبر الإنترنت أو الاتصالات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بل أصبحت نهجاً سائداً. ويشمل جميع العمليات التنظيمية، بما في ذلك الاتصالات وتقديم الخدمات، لدعم العملية الرقمية على جميع المستويات ومن أجل تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة ونجاحها المستمر، فإن هذا بدوره يتطلب خلق استراتيجية رقمية للمؤسسة تحولها إلى بيئة رقمية من خلال تطبيق العقلية الرقمية.
(محروس، 2023)

تهدف ريادة الأعمال الرقمية إلى بناء القيمة الرقمية بالوسائل التقنية اللازمة التي تمتلكها. تشجيع رواد الأعمال: مثل وسائل التواصل الاجتماعي، والبرمجيات والأجهزة، والمنصات الإلكترونية، وتعزيز السمعة عبر الإنترنت، والبيانات الضخمة.

2.1 مشكلة الدراسة:

بدأ سوق الاتصالات في المملكة العربية السعودية في النمو ومنذ ذلك الحين، طورت البلاد قطاع اتصالات عالي التنافسية بمساعدة الاستثمار الأجنبي والدعم الحكومي تسيطر حالياً ثلاث شركات ذات تراخيص موحدة على معظم السوق، وعلى الرغم من الجهود التي تبذلها شركات الاتصالات السعودية لتحسين أدائها نحو تحقيق ريادة الأعمال الرقمية حيث تخطو المملكة العربية السعودية خطوات كبيرة في قطاع الاتصالات في البلاد، لتكون أكثر ريادة ومفيدة اجتماعياً واقتصادياً، وللعب دور أكبر في منظومة التحول الاقتصادي.

إلا أن هناك العديد من المشكلات التي تؤثر على قدرتها على تفعيلها، وتراجع ترتيب المملكة العربية السعودية في مؤشر الابتكار العالمي بشكل عام إلى المركز 30 عالمياً مقارنة بعدد من الدول العربية، وقد يرجع ذلك إلى: ضعف التأكد من فعالية وتأثير الإنتاج العلمي في الصناعة والاقتصاد والمجتمع، وعلى الرغم من زيادة الإنتاج العلمي ومكافأة الباحثين، إلا أن هناك ضعف الكفاءة في نقل التكنولوجيا والعلوم الجديدة وغيرها من المعارف من شركات الاتصالات إلى الشركات الجديدة والنامية، مما يدل على ضعف قدرة الشركات على تحقيق الريادة بشكل عام وضعف انعكاسها على المجتمع وبالتالي تضعف القدرة التنافسية للشركات.

ومن خلال ما تقدم يمكن صياغة المشكلة كما يلي:

ما أثر ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي في شركات الاتصالات السعودية؟

3.1 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في تناولها إحدى الموضوعات الحيوية في العصر الحديث حيث تناولت موضوع أثر ريادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي في شركات الاتصالات السعودية، والتي لم تتم دراستها بشكل كاف لذلك، من المؤمل أن تكون الدراسة الحالية مجلة علمية حديثة، وتكون هدفاً للباحثين لإجراء الدراسات

المتعلقة بنوع الدراسات الحالية، كما تكمن أهمية الدراسات في معالجتها للمبادئ الأساسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتساهم بشكل كبير في حل مشاكل ضعف الابتكار التنظيمي داخل شركات الاتصالات السعودية من خلال زيادة الأعمال الرقمية.

● الأهمية العلمية:

تكمن أهمية الدراسة العلمية في أنها تساهم في توضيح الأطر النظرية لجميع المتغيرات التي تناولتها الدراسة من جهة، وفي تفصيل كيفية قياس تلك المتغيرات من جهة أخرى، وتنبع أهميتها مما يلي: تلقي الدراسة الضوء على مفاهيم زيادة الأعمال الرقمية والابتكار التنظيمي في السعودية بهذه المواضيع على وجه الخصوص، يقدم توصيات تتعلق بتفعيل زيادة الأعمال الرقمية والابتكار التنظيمي في شركات الاتصالات السعودية.

● الأهمية العملية:

- تساعد الدراسة الشركات في فهم كيفية تحسين زيادة الأعمال الرقمية لتعزيز الابتكار التنظيمي، مما يمكنها من تطبيق الاستراتيجيات الملائمة.
- من خلال فهم كيفية تأثير زيادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي، يمكن للشركات تحسين منتجاتها وخدماتها وزيادة تنافسيتها في السوق.
- تعزز الدراسة فهم العاملين داخل الشركات للعلاقة بين العوامل الرقمية والابتكار، مما يمكنهم من اتخاذ القرارات الأفضل وتحسين أداء الشركة بشكل عام

4.1 أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي للدراسة الحالية: هو التعرف على أثر زيادة الأعمال الرقمية بأبعاده (مهارات القائد- المعرفة الرقمي - الثقافة الرقمية التنظيمية- الاستراتيجية الرقمية- التمويل الرقمي) على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية.

وينبثق من الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية وتتمثل أهدافها فيما يلي:

- التعرف على أثر مهارات القائد على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية.

- التعرف على أثر المعرفة الرقمية على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية

- التعرف على الثقافة الرقمية التنظيمية على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية.

- التعرف على أثر الاستراتيجية الرقمية على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية.

- التعرف على مدى تأثير التمويل الرقمي على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية.

5.1 تساؤلات الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤلات التالية:

السؤال الرئيسي: هل يوجد أثر ذو دلالة احصائية لريادة الأعمال الرقمية بأبعاده (مهارات القائد- المعرفة الرقمي - الثقافة الرقمية التنظيمية- الاستراتيجية الرقمية- التمويل الرقمي) على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية؟

وينبثق عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية: -

- السؤال الفرعي الأول: ما مدى تأثير مهارات القائد على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية؟

- السؤال الفرعي الثاني: وضح إلى أي مدى تؤثر المعرفة الرقمية على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية ؟

- السؤال الفرعي الثالث: هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للثقافة الرقمية التنظيمية على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية ؟

- السؤال الفرعي الرابع: ما مدى تأثير الاستراتيجية على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية ؟

- السؤال الفرعي الخامس: هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتمويل الرقمي على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية ؟

6.1 فرضيات الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة فقد أعتمد على مجموعة من الفرضيات الآتية:

الفرضية الرئيسية: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لريادة الأعمال الرقمية بأبعاده (مهارات القائد- المعرفة الرقمي- المعرفة الرقمية- الثقافة الرقمية التنظيمية- الاستراتيجية الرقمية- التمويل الرقمي) على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية.

وينبثق عن الفرضية الرئيسية الأولى الفرضيات الفرعية الآتية:

- الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمهارات القائد على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية.

- الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمعرفة الرقمي على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية.

- الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للثقافة الرقمية التنظيمية على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية.

- الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للاستراتيجية الرقمية على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية.

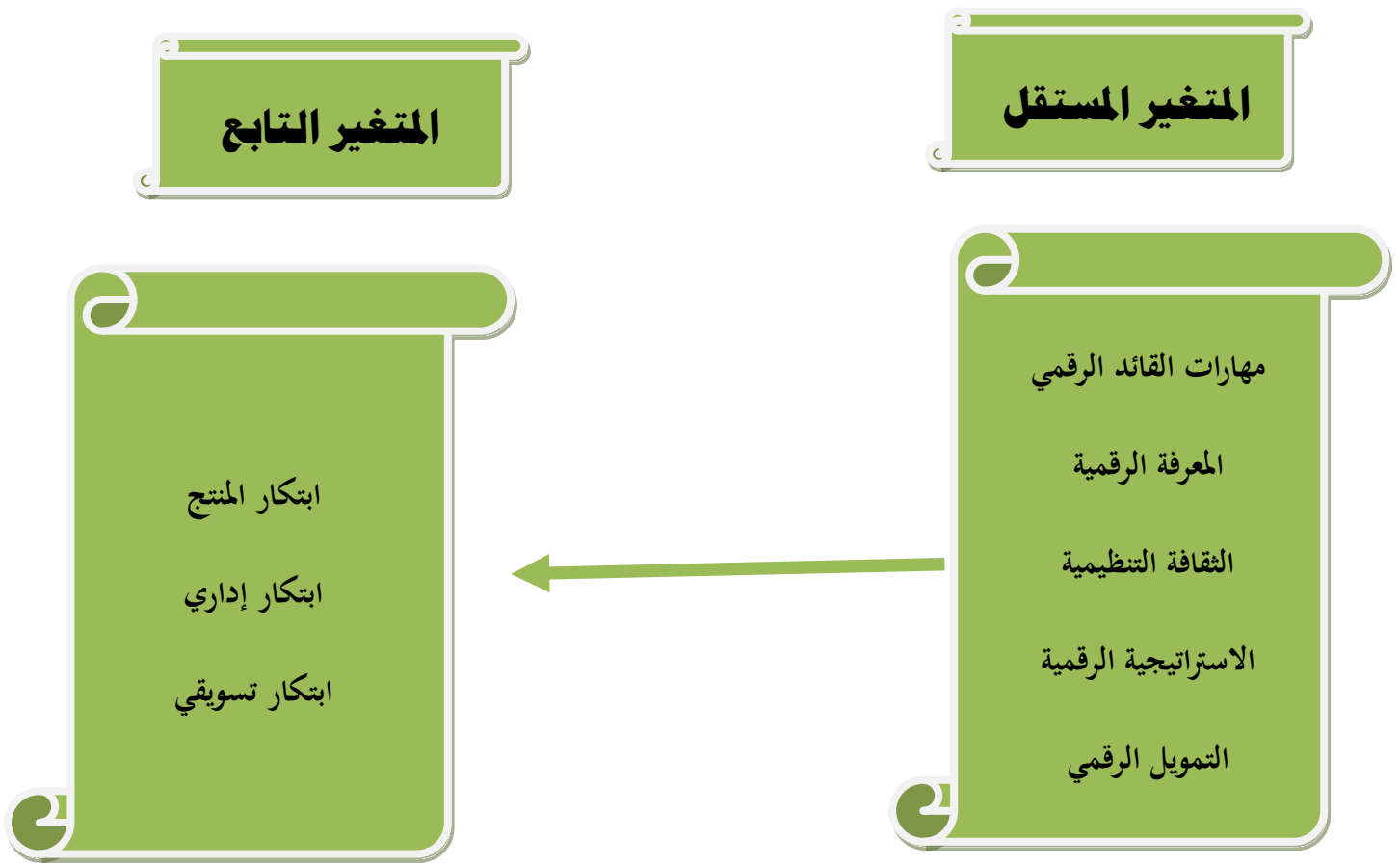
- الفرضية الخامسة: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتمويل الرقمي على الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي) في شركة الاتصالات السعودية.

- 7.1 نموذج الدراسة:

يهدف هذا النموذج إلى دراسة أثر قيادة الأعمال الرقمية على الابتكار التنظيمي في شركة الاتصالات السعودية.

- المتغير المستقل: قيادة الأعمال الرقمية بأبعاده (مهارات القائد- المعرفة الرقمي- المعرفة الرقمية- الثقافة الرقمية التنظيمية- الاستراتيجية الرقمية- التمويل الرقمي)

- المتغير التابع: الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج- ابتكار إداري- ابتكار تسويقي)



من إعداد الباحث (العقرباوي، 2023)

8.1 دوافع اختيار الموضوع:

➤ دوافع ذاتية:

- الاهتمام الشخصي للباحث بمجال الريادة الرقمية والابتكار التنظيمي، ويرغب في فهم كيفية تأثير عوامل محددة على الابتكار داخل الشركات.
- الرغبة في التطوير الشخصي و توسيع معرفته وفهمه في مجال الإدارة والتكنولوجيا الرقمية، والمساهمة في تطوير النظريات والمفاهيم في هذا المجال.

➤ دوافع موضوعية:

- هناك حاجة ملحة لفهم علاقة بين الريادة الرقمية والابتكار التنظيمي في ظل التطورات السريعة في مجال التكنولوجيا والشركات الرقمية.
- فهم كيفية تأثير الريادة الرقمية على الابتكار التنظيمي أن يساهم في تحسين أداء الشركات وزيادة تنافسيتها في السوق.
- يمكن لنتائج الدراسة أن توجه الشركات وصناع القرار إلى السبل التي يمكن أن تعزز من مستوى الابتكار والتطوير داخل المؤسسات وتحقيق المزيد من النجاح والاستدامة في عالم الأعمال الرقمية.

9.1 المنهجية:

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

مصادر البيانات :

اعتمدت الدراسة على المصادر التالية في جمع البيانات والمعلومات:

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

أدوات الدراسة:

تم العمل على الاستبانة للتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع

الدراسة، حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

- القسم الأول: وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من مديري ومسؤولي الشركات بالمملكة العربية السعودية والمتمثلة ب: النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والوضع المهني.
- القسم الثاني: اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

10.1 الدراسات السابقة:

الدراسات العربية	
1. الدراسة	محمروس، (2023)
أهداف الدراسة	هدف البحث الحالي إلى التعرف على الأسس النظرية لريادة الأعمال الرقمية في الجامعات المعاصرة تشخيص الوضع الحالي لريادة الأعمال الرقمية في الجامعات المصرية والتوصل إلى آليات تفعيلها. تضمن البحث الحالي خمسة أبعاد لريادة الأعمال الرقمية في الجامعات المصرية وهي: (ثقافة ريادة الأعمال) والتي تشمل مجموعة من القيم والعادات والتقاليد الجامعية والأفكار التي تشجع على التغيير المستمر، وتقلل من الروتين، وتشجع على التجريب. المبادرة والابتكار في أداء الوظائف الجامعية المختلفة (القيادة) (المهارات الإلكترونية والرقمية): حيث الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إجراء اتصالات تصاعدية وتصاعدية بين القيادة والمرؤوسين، وامتلاك المهارات الرقمية التي تشمل توافر الكفاءات والمعارف والمهارات المتنوعة بين أفراد مجتمع الجامعة للتعامل مع التكنولوجيا وتوظيفها بما يتناسب مع طبيعة العمل وأهدافه، (مصادر التمويل): توفير الموارد المالية لتنفيذ المشاريع الرائدة، وتوليد العديد من

	الاستثمارات، خاصة في مجال البحث العلمي، وهو ما ينعكس على توجهات الجامعة. الاتجاهات. الميزة التنافسية (قاعدة المعرفة الرقمية وسوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات)، والتي تشمل توفير البيانات والمعلومات والمعرفة الرقمية لتنفيذ أنشطة ريادة الأعمال الرقمية ودعم رواد الأعمال بيئة الأعمال الرقمية والتي تشمل توافر بيئة تنظيمية داخلية وخارجية تدعم تحقيق ريادة الأعمال الرقمية في الجامعات.
المتغير المستقل	ريادة الأعمال الرقمية بأبعادها (الثقافة الريادية- القيادة الالكترونية، المهارات الرقمية)- مصادر التمويل- (قاعدة المعرفة الرقمية، سوق تكنولوجيا المعلومات)- بيئة الأعمال الرقمية.
المتغير التابع	تحقيق ريادة الأعمال الرقمية بالجامعات.
منهجية البحث	قد واعتمد البحث على المنهج الوصفي، وتوصل إلى مجموعة من الآليات المرتبطة بواقع أبعاد ريادة الأعمال الرقمية بالجامعات المصرية.
أهم النتائج والتوصيات	تمثلت أهم النتائج التي أثبتتها الدراسة الميدانية أن هناك تأثير معنوي للتسويق الريادي على (رضا وولاء عملاء الشركة، وسمعة الشركة، والصورة الذهنية للشركة). ومن أهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة الاهتمام المستمر بتلقي استفسارات وشكاوى العملاء ودراستها ومحاولة معالجتها لكس رضا العملاء وولائهم، وضرورة الاهتمام بتدريب العاملين وتحفيزهم بشكل مستمر حتى يتمكنوا من تنفيذ أي تغيير يطلب منهم من أجل تحقيق الابتكار والتطوير والتميز عن غيرهم عن الشركات.
2. دراسة	بن نسمة، (2022)
أهداف الدراسة	هدف البحث إلى التعرف على دور التسويق الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية في شركة الاتصالات السعودية (STC).

المتغير المستقل	التسويق الإلكتروني بأبعاده (الخدمة المقدمة، السعر، الترويج، التوزيع).
المتغير التابع	الميزة التنافسية.
منهجية الدراسة	قد استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي، واعتمد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، والمكونة من (30) فقرة، وكان مجتمع البحث عبارة عن موظفي شركة الاتصالات السعودية (STC) في فروع مدينة (الرياض، أبها، نجران)، اختير منهم عينة عشوائية عددها (145) موظفا.
النتائج والتوصيات	توصل البحث إلى عدة نتائج؛ أهمها: أن دور التسويق الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية في شركة الاتصالات السعودية (STC) قد جاء بدرجة كبيرة، بمتوسط عام يساوي (4.06)، بدرجة موافقة (موافق)، وبوزن نسبي بلغ (81.2)، وبانحراف معياري بلغ (1.06) وقد أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التسويق الإلكتروني في شركة الاتصالات السعودية (STC) وبين الميزة التنافسية، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات عينة الدراسة حول دور التسويق الإلكتروني تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، الخبرة في الوظيفة، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي)، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات عينة الدراسة حول تحقيق الميزة التنافسية تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، الخبرة في الوظيفة، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي)، وقدم البحث مجموعة من التوصيات؛ من أهمها: ضرورة التأكيد على أهمية دور التسويق الإلكتروني ممثلاً بعناصر المزيج التسويقي الإلكتروني (الخدمة المقدمة، السعر، الترويج، التوزيع)، ومواكبه التطورات التكنولوجية لتحقيق الميزة التنافسية، وأن تقوم الشركة بتطوير موقعها الإلكتروني لكي يسهل على العميل الوصول إلى الخدمة المطلوبة.
3. الدراسة	العشري، (2023)

أهداف الدراسة	يعتمد الاقتصاد الرقمي بشكل كبير على شكل الأصول غير الملموسة والمعلومات والابتكار والإبداع لتوسيع الإمكانيات الاقتصادية لجميع شرائح المجتمع في أي مكان. كما ساعدت العالم أجمع بتحويله إلى قرية صغيرة تعتمد على استغلال الأفكار بدلا من الأشياء المادية. ولذلك هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير الاقتصاد. رقمي. بالنسبة لرواد الأعمال الرقميين، يعتمد رأس المال الاجتماعي على شبكة العلاقات الاجتماعية التي يمتلكها الفرد، والتي يحصل منها على الفضل في التفاعلات التي يقوم بها. من الممكن تحقيق أهداف ذات أبعاد مختلفة، وهذا يعتمد على الثقة والتعاون. وتأتي الدراسة وصفية، حيث تم اختيار عينة هادفة من رواد الأعمال الذين يستخدمون الإنترنت من خلال تطبيقات "فيسبوك، إنستجرام، وتليجرام".
المتغير المستقل	الاقتصاد الرقمي
المتغير التابع	ريادة الأعمال الرقمية بأبعادها (ثقافة ريادة الأعمال - مهارات الرقمية الالكترونية- قاعدة المعرفة الرقمية- سهولة الوصول الى التمويل والاستثمار)
منهجية الدراسة	نوع الدراسة وصفي لأن هذا البحث يتناول حالة تتطلب منهجاً أما الملاحظة أو الطريقة الأساسية لجمع البيانات فهي تهتم بدراسة سكان والخصائص العمرية والتكوين الوطني والعوامل المؤثرة فيها سواء كانت صحية أو اجتماعية أو نفسية الطريقة المستخدمة هي الطريقة دراسة الحالة: من أدوات الدراسة اعتماد الدراسة على "دراسة الحالة، تنطبق دراسة الحالة على رواد الأعمال الرقميين، فضلاً عن الاعتماد الدراسة على أداة الملاحظة من خلال تسجيل كل ما تمت ملاحظته بالنسبة للمستجيبين قيد الدراسة، بعض التفاعلات الاجتماعية غير ممكنة ولا يفهمها إلا من خلال مراقبتها وملاحظتها.
أهم النتائج	وأظهرت الدراسة أن معظم رواد الأعمال اكتسبوا الخبرة، مع الوقت والممارسة المستمرة، وهي

والتوصيات	أكثر من مجرد معرفة منظمة خلال الدورات التدريبية، وذلك بسبب حداثة المجموعات وصفحات المبيعات كنوع من أنواع التجارة والتسويق الإلكتروني والتقدم التكنولوجي وعلى الساحة العالمية اتضح أن جميع رواد الأعمال الذين حصلوا على برامج تدريبية في مجال البيع الإلكتروني واستفادوا من برامج الأعمال لتسويق السلع الإلكترونية كما هو الحال مع معظم دراسات الحالة، اكتسبوا العديد من الخبرات حتى وصلوا إلى درجة الإتقان في هذا المجال الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي. مع مرور الوقت من خلال الممارسة الخبرة المستمرة هي أكثر من مجرد معرفة يتم تنظيمها من خلال الدورات التدريبية
4. الدراسة	عرقاوي، (2020)
أهداف الدراسة	يهدف هذا البحث إلى دراسة العلاقة والأثر ما بين تطبيق الابتكار الإداري واستراتيجية قيادة الأعمال من حيث (الإبداع، هجومية التنافس الاستباقية، وتبني المخاطر في الشركة الإسلامية الفلسطينية للتنمية كدراسة حالة.
المتغير المستقل	الابتكار الإداري
المتغير التابع	وأبعاد استراتيجية قيادة الأعمال من حيث (الإبداع، هجومية التنافس الاستباقية، وتبني المخاطر).
منهجية الدراسة	اتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي اعتمادا على منهجية أسلوب نمذجة المعادلات الهيكلية وذلك من خلال استخدام برنامج التحليل الإحصائي المتقدم (Smart PLS3) لاختبار فرضيات الدراسة. وتكون مجتمع البحث من الموظفين العاملين في المواقع الإشرافية للشركة والبالغ عددهم (80) عضوا، وقد تم اختيار أسلوب الحصر الشامل لجمع بيانات الدراسة
أهم النتائج	أثبتت نتائج التحليل الإحصائي بأن هناك علاقة ارتباط وأثر بين بعد الابتكار الإداري

والتوصيات	واستراتيجية ريادة الأعمال للعاملين في الشركة الإسلامية الفلسطينية للتنمية. بالإضافة إلى ذلك، بينت نتائج التحليل الإحصائي قبول الفرضيات الفرعية بين بعد الابتكار الإداري وأبعاد استراتيجية ريادة الأعمال من حيث (الإبداع، هجومية التنافس الاستباقية، وتبني المخاطر). ويظهر تأثير هذا البحث في ضرورة اهتمام الشركة بتعزيز الابتكار الإداري وبمكونات استراتيجية ريادة الأعمال من خلال إزالة جميع العوائق التي تحول دون وصولها للأفراد؛ وذلك من خلال إعطاء العاملين الحرية الكاملة في ابتكار أساليب إدارية حديثة للتخلص من جمود الهيكل التنظيمي، ومحاولة استحداث قسم خاص بالابتكار من ذوي الأفكار الإبداعية والريادية بما يتوافق مع متطلبات العصر.
5. الدراسة	المدني، (2022)
أهداف الدراسة	شهد النصف الثاني من القرن العشرين، تطوراً غير مسبوق في المجال التكنولوجي والتقني وخاصة في مجال الاتصال. مما انعكس هذا التطور على مجال الإعلام، فظهرت مواقع التواصل الاجتماعي، التي أصبحت من المواقع المهمة والفعالة، وزادت شعبيتها وانتشرت خدماتها بشكل سريع على الأفراد والمنظمات، وتعد العلاقات العامة إحدى الوظائف الإدارية التي تأثرت بها، وأصبحت عنصراً فعالاً من العناصر المهمة وتستخدمها العلاقات العامة في إدارة أنشطتها الاتصالية وبناء سمعتها وتدعيم الصورة الإيجابية وتشكيل الاتجاهات الإيجابية نحو الأداء المؤسسي للشركة في ظل بيئة تنافسية شديدة تسعى الشركات من خلالها إلى كسب ثقة الجمهور لإحداث رأي عام إيجابي تجاه الشركة. ولأجل الوصول إلى شريحة واسعة من الجمهور عملت الشركات ومنها شركات الاتصالات في السعودية (STC)، وموبايلي، وزين) إلى توظيف وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال وفوري ولتوصيل سياستها، وبرامجها، وخدماتها للجمهور بكل سهولة، وبأقل تكلفة، والتواصل معهم بمختلف سماتهم الديموغرافية واهتماماتهم الشخصية. وللتعرف على دور العلاقات العامة في استخدام وسائل الاتصال بشكل فاعل وإيجابي تمت

صياغة مشكل البحث على شكل تساؤل رئيسي يتمثل بـ (ما أثر استخدام العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة الشركات	
	المتغير المستقل
	المتغير التابع
اعتمد الباحث المنهج المسحي لغرض تحقيق أهداف البحث، واستخدم الاستبانة كأداة للدراسة وجمع البيانات.	منهجية الدراسة
توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: إدارة العلاقات العامة في الشركة توظف وسائل التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة في إدارة سمعتها. ٢- تساعد وسائل التواصل الاجتماعي دوائر العلاقات العامة على إبراز دور الشركة في خدمه المجتمع ومسؤولياتها الاجتماعية. تمكن مواقع التواصل الاجتماعي دوائر العلاقات العامة من تفادي أزمات محتملة من خلال مراقبة تفاعل ردود أفعال الجمهور. تطبيق (تويتر) أكثر وسيلة تستخدمها العلاقات العامة في إدارة سمعة الشركة. تحسن وسائل التواصل الاجتماعي من مستوى تقديم الخدمة للجمهور مما يتسبب في بناء سمعة جيدة عن الشركة وخدماتها	النتائج والتوصيات
الدريان، (2021)	6. الدراسة
هدفت الدراسة إلى التعرف إلى أثر القدرات الديناميكية بأبعادها (الموارد، العمل الجماعي، التمكين حل المشكلات) في ريادة الأعمال والمتمثلة بأبعادها (تحمل المخاطر، الابتكار، الاستباقية،	أهداف الدراسة

	انتهاز الفرص) من خلال المتغير الوسيط تكنولوجيا المعلومات في المشاريع الصغيرة في دولة الكويت.
المتغير المستقل	القدرات الديناميكية بأبعادها (الموارد، العمل الجماعي، التمكين حل المشكلات)
المتغير التابع	ريادة الأعمال والمتمثلة بأبعادها (تحمل المخاطر، الابتكار، الاستباقية، انتهاز الفرص)
المتغير الوسيط	تكنولوجيا المعلومات في المشاريع الصغيرة في دولة الكويت
منهجية الدراسة	كون مجتمع الدراسة من مالكي المشاريع الصغيرة في دولة الكويت والبالغ عددها (3465) مشروعاً ممولاً من الصندوق الوطني لدعم المشروعات الصغيرة، ولتحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها تم تطوير استبانة لجمع البيانات حيث اعتمدت الدراسة استراتيجية المعاينة باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة، مستخدماً الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، ، حيث تم توزيع (384) استبانة، وقد تم استرداد (297) استبانة صالحة للتحليل، وقد شكلت ما نسبته (77.34%) من الاستبانات الموزعة.
أهم النتائج والتوصيات	وصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها انه يوجد أثر للقدرات الديناميكية بأبعادها: (الموارد، العمل الجماعي، التمكين، حل المشكلات) في ريادة الأعمال بأبعاده مجتمعه في المشروعات الصغيرة في دولة الكويت"، كما أنه يوجد أثر للقدرات الديناميكية بأبعادها: (الموارد والعمل الجماعي والتمكين وحل المشكلات) في ريادة الأعمال من خلال تكنولوجيا المعلومات كمتغير وسيط في المشروعات الصغيرة في دولة الكويت. خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها ضرورة الاهتمام بتعزيز القدرات الديناميكية في المشروعات الصغيرة في دولة الكويت، إضافة إلى ضرورة الاهتمام بتعزيز مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات في المشروعات الصغيرة في دولة الكويت، وضرورة الاهتمام بمتابعة تحقيق الريادة في أعمال

المشروعات الصغيرة في دولة الكويت.	
المجروب، (2020)	7. الدراسة
هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الخفة الاستراتيجية في ريادة الأعمال من خلال الدور الوسيط لإدارة المواهب في وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل في دولة الكويت	أهداف الدراسة
للخفة الاستراتيجية بأبعادها (وضوح الرؤية، القدرات الجوهرية، اختيار الأهداف الاستراتيجية، المسؤوليات المشتركة، اتخاذ الإجراءات)	المتغير المستقل
ريادة الأعمال	المتغير التابع
إدارة المواهب	المتغير الوسيط
اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة الحالة وتم تصميم استبانة الدراسة وتوزيعها. اشتمل مجتمع الدراسة على كل العاملين في وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل في دولة الكويت والبالغ عددهم (13412) موظفاً، وتم سحب عينة عشوائية بسيطة مؤلفة من 373 شخص لتوزيع استبانة الدراسة وقد تم استرداد 328 صالحة للتحليل تمثل ما نسبته 87.9% من عينة الدراسة.	منهجية الدراسة
وجد أثر ذو دلالة إحصائية للخفة الاستراتيجية بأبعادها (وضوح الرؤية، القدرات الجوهرية، اختيار الأهداف الاستراتيجية، المسؤوليات المشتركة، اتخاذ الإجراءات) في ريادة الأعمال بأبعادها مجتمعة في وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل في دولة الكويت، ويوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخفة الاستراتيجية بأبعادها (وضوح الرؤية، القدرات الجوهرية، اختيار الأهداف الاستراتيجية،	أهم النتائج والتوصيات

	المسؤوليات المشتركة، اتخاذ الإجراءات) في إدارة المواهب في وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل في دولة الكويت، كما تبين وجود أثر لإدارة في ريادة الأعمال في وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل في دولة الكويت. ويوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخفة الاستراتيجية بأبعادها (وضوح الرؤية، القدرات الجوهرية، اختيار الأهداف الاستراتيجية، المسؤوليات المشتركة، اتخاذ الإجراءات) في ريادة الأعمال بأبعادها مجتمعة في وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل في دولة الكويت من خلال استخدام إدارة المواهب كمتغير وأوصت الدراسة بما يلي: إشراك الموظفين في عملية وضع الخطط التي تتعلق بعملهم، وضع خطط خاصة بإدارة الموهوبين في الوزارة، الوزارة لدعم الأفكار الجديدة في عملية تقديم الخدمة، تدريب الموظفين على فن تحمل المخاطر.
8. الدراسة	بختاوي، (2022)
أهداف الدراسة	سعى الريادة الاجتماعية لتحقيق أهداف مرتبطة بالقطاع التطوعي الخيري في عدة مجالات قصد النهوض بالمجتمع وتطويره. إن الهدف من هذه الدراسة هو اختبار العلاقة بين ريادة الأعمال الاجتماعية والنمو الاقتصادي لعينة مكونة من ثمانية دول آسيوية (أستراليا – الصين – إندونيسيا-اليابان – ماليزيا – كوريا الجنوبية-تايلاند-فيتنام) للفترة 2015-2019
المتغير المستقل	ريادة الأعمال الاجتماعية
المتغير التابع	النمو الاقتصادي
منهجية الدراسة	باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية بالاعتماد على منهجية المربعات الصغرى الجزئية (smartPLS)
أهم النتائج والتوصيات	حيث توصلت الدراسة إلى وجود تأثير سلبي وضعيف للريادة الاجتماعية على النمو الاقتصادي.

9. الدراسة	بلوم، (2023)
أهداف الدراسة	هدفت هذه الدراسة إلى تقدير أثر زيادة الأعمال على الصادرات الجزائرية خلال الفترة الممتدة من 2001 إلى غاية 2020، وهذا بالاعتماد على عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ونسبة إجمالي التشغيل كمتغيرين مستقلين يعبران عن زيادة الأعمال وكذا متغير الصادرات كدلالة على قدرة الاستيراد (بالأسعار الثابتة للعملة المحلية) كمتغير تابع يعبر عن حجم الصادرات
المتغير المستقل	زيادة الأعمال
المتغير التابع	الصادرات الخارجية
منهجية البحث	وهذا باستعمال منهج الانحدار الذاتي للتباطؤات الموزعة عبر الزمن (ARDL)، مع الاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (EViews10)
أهم النتائج والتوصيات	قد توصلت الدراسة إلى أنه يوجد أثر للمتغيرات المستقلة (عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ونسبة إجمالي التشغيل) على المتغير التابع (الصادرات) للجزائر خلال الفترة الممتدة من 2001 إلى غاية 2021.
10. الدراسة	الحياري، (2019)
أهداف الدراسة	هدفت هذه الدراسة الى التعرف على اثر ادارة الابتكار الشامل على التطوير التنظيمي. و تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في الوظائف الإدارية للشركات الصناعية الأردنية الصغيرة ومتوسطة الحجم.

المتغير المستقل	ادارة الابتكار الشامل (الاستراتيجي، التقني، الداري، والتسويقي)
المتغير التابع	التطوير التنظيمي
منهجية البحث	اعتمدت الدراسة المنهج الكمي الوصفي التحليلي، و استخدام، تم الاستبانة كأداة لجمع البيانات وتحليلها باستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعي، حيث تم استخدام مجموعة من الاختبارات، مثل: النسب المئوية، والوسط والحسابي والانحراف المعياري، واختبار الانحدار المتعدد والبسيط
أهم النتائج والتوصيات	توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج: أهمها وجود أثر ذو دلالة احصائية لأبعاد ادارة الابتكار الشامل (الاستراتيجي، التقني، الداري، والتسويقي) على التطوير التنظيمي، وعدم وجود أثر ذو دلالة احصائية للابتكار الثقافي على التطوير التنظيمي. في ضوء هذه النتائج توصي الدراسة بضرورة تبني الشركات ادارة الابتكار الشامل كأداة لزيادة فاعلية عملية التطوير التنظيمي، من خلال تطبيق الابتكار الاستراتيجي والإداري والتقني و التسويقي. و أوصت بإجراء المزيد من الدراسات التي تتناول أثر ادارة الابتكار الشامل في التطوير التنظيمي على قطاعات اقتصادية اخرى.
11. الدراسة	هلال، (2020)
أهداف الدراسة	تهدف الدراسة إلى توضيح دور الابتكار التنظيمي كآلية فعالة لإيجاد الحلول والبدايل للتعامل مع الأزمات التي تواجه الشركات، معرفة قدرات المنظمة في إيجاد حلول غير نمطية تساهم في تقليل آثار الأزمات التي تواجه الشركة في ظل وجود بيئة غير مستقرة

الابتكار التنظيمي	المتغير المستقل
السيولة	المتغير التابع
تم استخدام المنهج الوصفي لعرض تسلسل المشكلة وتم استخدام منهج دراسة الحالة حيث تم اختيار عينة مكونه من (70 مفردة) من مجتمع الدراسة،	منهجية البحث
توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: وجود علاقة طردية بين الابتكار التنظيمي وزيادة فاعلية المنظمة في مواجهة الأزمات، لدى الأزمات عدد من الأسباب يمكن تقسيمها إلى أسباب شخصية، أسباب أخرى لا يمكن للمنظمة التحكم فيها، أسباب متعلقة بالتنظيم مما يجعل إيجاد حلول للأزمات أمر معقد لتداخل أسبابها وضرورة وجود أساليب متنوعة لحلها. أوصي الباحثان بضرورة الاهتمام بالموظفين المبتكرين وإتاحة المجال لهم للمشاركة الفعالة في اتخاذ القرارات، يجب على القادة والمديرين تهيئة مناخ ملائم للابتكار التنظيمي وفتح المجال للعاملين لإبداء آراءهم ومقترحاتهم، اتخاذ التدابير لدى تمنع حدوث الأزمات ومحاولة التنبؤ بها والتعرف على مؤشرات حدوثها.	أهم النتائج والتوصيات

الدراسات الأجنبية	
Sonia ,2019	1. الدراسة
سعت الدراسة لتحقيق عدد من الأهداف منها ، التعرف على مفهوم الابتكار التنظيمي والدور الذي يلعبه سلوك الموظفين في هذا الجانب في الشركات الصغيرة	أهداف الدراسة
الابتكار التنظيمي	المتغير المستقل
سلوك الموظفين	المتغير التابع
واستخدم الباحثان المنهج الوصفي لوصف الظاهرة محل الدراسة	منهجية البحث
توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها ، اعطاء قدر من المسؤولية للأفراد بالشركات يساهم في تعزيز الابتكار وتقديم افكار تساعد في حل المشكلات بطرق متعددة ومختلفة ، كما وضعت الدراسة بعض التوصيات منها ، ضرورة التأكيد على القادة بمشاركة التجارب مع الآخرين حتى تساهم في تحسين مستويات الأداء سواء كانت تجارب سلبية أو إيجابية .	أهم النتائج والتوصيات
Abayomi ,2018	2. الدراسة
سعت الدراسة لتحقيق عدد من الأهداف منها ، دراسة العلاقة بين التعلم التنظيمي والابتكار التنظيمي والأداء التنظيمي في البيئة النيجيرية.	أهداف الدراسة

المتغير المستقل	التعليم التنظيمي
المتغير التابع	الابتكار والاداء التنظيمي.
منهجية البحث	وتم استخدام المنهج الوصفي ومنهج دراسة الحالة
أهم النتائج والتوصيات	وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها ، أن التعلم التنظيمي كان له علاقة إيجابية مع الابتكار التنظيمي ، كان للابتكار في المنظمة دور وعلاقة ايجابية مع الأداء التنظيمي والتعلم التنظيمي وكان له ايضا علاقة ايجابية مع العروض التنظيمية ، ووضعت الدراسة بعض التوصيات ضرورة مشاركة العاملين لمعارفهم من اجل اكتساب مهارات جديدة

المراجع:

1. بلوم، سعيدة، (2023)، أثر ريادة الأعمال على الصادرات الجزائرية "دراسة قياسية للفترة 2001-2020، مجلة اقتصاد المال والأعمال، جامعة الشهيد حمه، مج8، ع1، الجزائر.
2. بن سمينة، منى عبد الله محمد، (2022)، دور التسويق الالكتروني في تحقيق الميزة التنافسية في شركات الاتصالات السعودية "دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية stc، المجلة الدولية للعلوم الانسانية والاجتماعية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، ع31.
3. الحياوي، جمانة فيصل، (2019)، إدارة الابتكار الشامل والتطوير التنظيمي "دراسة تطبيقية في الشركات الصناعية الأردنية الصغيرة ومتوسطة الحجم، (رسالة ماجستير)، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن.
4. الدريبان، خالد محمد خلف، (2021)، أثر القدرات الديناميكية في ريادة الأعمال "الدور الوسيط لتكنولوجيا المعلومات في المشروعات الصغيرة في دولة الكويت، (رسالة دكتوراه)، جامعة العلوم الاسلامية العالمية، كلية الدراسات العليا، الأردن.
5. عرقلوي، سامر محمد، (2020)، الابتكار الاداري واستراتيجية ريادة الأعمال العلامة والأثر "دراسة حالة في الشركة الاسلامية الفلسطينية للتنمية، مجلة جامعة فلسطين للتقنية والابحاث، جامعة فلسطين، مج8، ع1، فلسطين.
6. العشري، محمد حسن، (2023)، الاقتصاد الرقمي في تفعيل سياسات ريادة الأعمال داخل المجتمع المصري "دراسة حالة لرائدي الأعمال الرقمية، كلية الآداب، جامعة دمياط.
7. المجروب، عبد الله سلطان، (2020)، أثر الخفة الاستراتيجية في ريادة الأعمال "الدور الوسيط لإدارة المواهب" دراسة حالة وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل في الدولة، جامعة العلوم الاسلامية العالمية، كلية الدراسات العليا، الأردن.

8. محروس، رانيا حسن، (2023)، آليات مقترحة لتفعيل ريادة الأعمال الرقمية المصرية بالجامعة المصرية، كلية التربية، جامعة عين شمس.
9. المدني، أسامة بن غازي زين، (2022)، استخدام العلاقات العاملة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة شركات الاتصالات في السعودية" شركات stc وموبايلي وزين أنموذجا"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع38، مصر.
10. نختاوي، أمال، (2022)، أثر ريادة الأعمال الاجتماعية على النمو الاقتصادي "دراسة حالة لعينة من الدول الأسبانية"، جامعة زيان عاشور الجلفة، مج7، ع2، الجزائر.
11. هلال، طارق عثمان عبد الله، (2020)، أثر الابتكار التنظيمي في إدارة الأزمات "دراسة ميدانية على لعاملين بالشركة السودانية المصرية للصناعات الكهربائية فن مجلة الجامعة الاسلامية للدراسات الاقتصادية، مج28، ع3، فلسطين.

المراجع الأجنبية:

1. Adeoye Olarewaju Abayomi ,Bello Bolaji Oluwayemisi, 2018, learning Organizational, organizational performance and organizational innovation: Empirical evidence among selected, IUG of Journal Economics.
2. Sonai Aguilar, Edward, (2019), Driving or anizzation in novalion as from of in trapeneur ship with in the context of small Business, Journal of strategiwinnovation and sustainability.

Mid-Ocean University

College of Management

Specialization in General Management



The Impact of Digital Entrepreneurship on Organizational Innovation:

An Empirical Study on Saudi Telecommunications Company.

Preparation:

Faihan Mohammed Alqahtani – Student ID:232000666

Dhaefallah Aqeel Alshammari – Student ID: 232000038

Bader Sameer Souri – Student ID:232002368

Supervision:

Dr. Walid Abdul Jawad Saleem Sadiq

Dr. Al-Faisal Abdul Hamid Mohammed Hassan

1445-2024