

Final Project 1
Code: MGM 496-PMG496
Project Template

Faculty of Management
Midocean University

تحليل دور القائد الاستراتيجي في إدارة فرق العمل الرقمية
في قطاع التجارة الإلكترونية
بالتطبيق على شركة سلة - مكة
(دراسة حالة)

ريم محمود القرماني

222000051

...

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2025 - الفصل الدراسي الثاني

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	3
1.1. المقدمة:	4
1.2. مشكلة الدراسة	5
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	5
1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي	5
1.3. أهمية الدراسة	5
1.3.1. على المستوى النظري:	5
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	6
1.4. أسئلة الدراسة	6
1.5. أهداف الدراسة	6
1.6. فرضيات الدراسة	7
1.7. نموذج الدراسة	7
1.8. منهجية الدراسة	7
1.9. الدراسة الميدانية	7
1.10. مخطط المشروع المقترح	8
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	9
2.1. المقدمة:	9
2.2. المتغير المستقل	10
2.3. المتغير التابع	10
2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	10
2.5. الخاتمة	10
قائمة المراجع	11

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

مع تسارع التحول الرقمي وانتشار أدوات العمل عن بعد، باتت فرق العمل الرقمية واقعاً يومياً يفرض تحديات جديدة أمام القيادات. وبعد تتبع بعض النماذج المحلية، ومنها شركة سلة، لاحظت أن نجاح الفريق لا يرتبط فقط بالتقنية، بل بالدور الذي يلعبه القائد الاستراتيجي في التوجيه و التحفيز.

ويشير العديد من الباحثين إلى أن القائد الاستراتيجي لا يكفي بإدارة العمليات اليومية، بل يعمل على رسم الرؤية المستقبلية، وتحفيز الأفراد، وبناء ثقافة تنظيمية مرنة تستجيب بسرعة للتغيرات.

(Davis, 2024؛ Ashley-Osuzoka, 2024)

كما يُعدّ دوره محورياً في توظيف أدوات التحول الرقمي وتوجيه فرق العمل الافتراضية نحو الأداء الفعّال، خاصة في بيئات التجارة الإلكترونية التي تتطلب قرارات آنية وتفاعلاً سريعاً مع السوق والعملاء.

(مخيمر ومحمد، 2023)

وقد أوضحت الدراسات أن فعالية القيادة الاستراتيجية تتجلى في قدرة القائد على إدارة التنوع داخل الفريق، وتمكين الأفراد، وتوزيع المهام بناءً على الكفاءات، مما يسهم في تحسين بيئة العمل الرقمية وتحقيق مستويات أعلى من الابتكار التنظيمي والإنتاجية.

(الاقطش وعلي، 2019)

من هنا، يسعى هذا البحث إلى استكشاف دور القائد الاستراتيجي في إدارة الفريق داخل قطاع التجارة الإلكترونية، من خلال تحليل أبرز المهارات والسلوكيات القيادية المؤثرة، وبيان أثرها على أداء الفرق الإلكترونية، ومدى إسهامها في دعم التكيف مع التحديات الرقمية الحديثة.

1.2. مشكلة الدراسة

رغم أهمية القيادة في نجاح فرق العمل الرقمية، إلا أن الدور المحدد للقائد الاستراتيجي في إدارة هذه الفرق داخل قطاع التجارة الإلكترونية لم يُدرس بشكل كافٍ، لا من الناحية النظرية ولا من خلال دراسات تطبيقية في البيئة العربية.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

رغم تعدد الدراسات التي تناولت القيادة الرقمية، إلا أن كثيراً منها اكتفى بالمفاهيم العامة من دون التفاصيل الدقيقة التي توضح دور القائد الاستراتيجي في تسيير الفرق الرقمية، خاصة في قطاع مهم كالتجارة الإلكترونية .

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

عند مراجعته الدراسات السابقة في السوق السعودي ،لاحظت غياب دراسات ميدانية توضح كيف يمارس القادة دورهم فعلياً في بيئات العمل الرقمية ،هذا ما يدعو الي حاجة ملحة لسد هذه الفجوة العملية.

سؤال البحث الرئيسي

تتناول هذه الدراسة التساؤل البحثي الرئيسي التالي:

ما هو دور القائد الاستراتيجي في إدارة فرق العمل الرقمية في قطاع التجارة الإلكترونية، وكيف يؤثر هذا الدور على كفاءة الفريق وأدائه؟

1.3. أهمية الدراسة

في ظل التحول الرقمي السريع واعتماد المؤسسات على فرق عمل تعمل عن بُعد، أصبح من الضروري فهم الأدوار القيادية التي تساهم في نجاح هذه الفرق، خاصة في قطاع التجارة الإلكترونية الذي يتميز بسرعة التغيير والمنافسة العالية. ومع قلة الدراسات التي ركزت على دور القائد الاستراتيجي تحديداً في إدارة الفرق الرقمية، تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على هذا الجانب المهم من أجل سد فجوة معرفية وعملية في هذا المجال.

1.3.1. على المستوى النظري:

1. تساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بالقيادة الرقمية، من خلال التركيز على "القيادة الاستراتيجية" داخل بيئات العمل الرقمية.
2. توضح الدراسة العلاقة بين خصائص القائد الاستراتيجي وأداء فرق العمل الرقمية، وهو جانب لم يُدرس بعمق في السياق العربي.
3. تساعد على تطوير فهم نظري جديد حول طبيعة القيادة في التجارة الإلكترونية، من خلال دمج مفاهيم القيادة والتقنية والعمل الجماعي.
4. تمثل مرجعاً أولياً للباحثين والطلاب الراغبين في دراسة موضوع القيادة في بيئات افتراضية، خاصة في العالم العربي.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

1. تمكّن هذه الدراسة إدارات الموارد البشرية في شركات التجارة الإلكترونية من التعرف على السمات القيادية المطلوبة لإدارة الفرق الرقمية بفعالية.
2. تقدم مقترحات وتوصيات عملية يمكن تطبيقها لتطوير برامج تدريب القادة بما يتناسب مع تحديات العمل الرقمي.
3. تساعد القيادات الإدارية والتنفيذية على تحسين أساليب إدارتهم للفرق، خاصة في حال توسّع الشركات للعمل عن بُعد أو في أسواق متعددة.
4. تواكب الدراسة رؤية المملكة العربية السعودية 2030 في دعم التحول الرقمي وبناء قدرات بشرية قيادية فعّالة في مختلف القطاعات.

1.4. أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة للإجابة على الأسئلة التالية:

1. ما طبيعة دور القائد الاستراتيجي في إدارة فرق العمل الرقمية في قطاع التجارة الإلكترونية؟
2. ما المهارات والسلوكيات القيادية التي تميز القائد الفعّال في بيئة رقمية؟
3. ما أبرز التحديات التي تواجه القائد الاستراتيجي عند إدارة فريق عمل رقمي؟
4. كيف يؤثر أسلوب القيادة الاستراتيجية على أداء فرق العمل الرقمية؟
5. ما أبرز الممارسات القيادية التي يمكن تطبيقها لتحسين فاعلية الفرق الرقمية في التجارة الإلكترونية؟

1.5. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

1. تحليل دور القائد الاستراتيجي في إدارة فرق العمل الرقمية داخل قطاع التجارة الإلكترونية.
2. تحديد المهارات والسمات القيادية التي يجب أن تتوفر في القائد الاستراتيجي في بيئة العمل الرقمية.
3. التعرف على أبرز التحديات التي تواجه القادة في قيادة فرق رقمية في مؤسسات التجارة الإلكترونية.
4. قياس تأثير القيادة الاستراتيجية على أداء الفرق الرقمية من حيث الإنتاجية، التماسك، وجودة النتائج.
5. تقديم توصيات عملية يمكن أن تساعد المؤسسات في تطوير قياداتها وتحسين إدارتها للفرق الرقمية.

1.6. فرضيات الدراسة

1.7. نموذج الدراسة

1.8. منهجية الدراسة

1.9. الدراسة الميدانية

1.10. مخطط المشروع المقترح

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

قائمة المراجع

- مخيمر، م. أ.، & محمد، م. س. (2023). دور الإدارة الاستراتيجية في نجاح شركات التجارة الإلكترونية بمصر. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية - جامعة قناة السويس، 14(3)، 766-805.
https://jces.journals.ekb.eg/article_322970.html
- الاقطش، ن. م.، & علي، ص. أ. (2019). أثر ممارسات القيادة الإلكترونية على الإبداع الاستراتيجي في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
[/https://www.scribd.com/document/702477862](https://www.scribd.com/document/702477862)
- Davis, J. (2024). The role of strategic leadership in fostering a culture of innovation within organizations. *International Journal of Strategic Management*, 10(1).
<https://www.researchgate.net/publication/383382302>
- Ashley-Osuzoka, J. K. (2024). Leadership and strategic management: The impact of effective leadership skills on organizational performance. ResearchGate.
<https://www.researchgate.net/publication/384157938>
- Al-Yahya, A. (2022). Strategic leadership and team innovation: A qualitative study from the lens of leader-member exchange. *International Journal of Productivity and Performance Management*.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ijppm-07-2022-0372/full/pdf>
- Mahmoud, N. (2023). The role of leadership in a digitalized world: A review. Arab Coaching Network.
<https://arab-coaching.com/الأسلوب-القيادي-لجاءك-ما-دروس-من-عملاق-1/>