مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

الإداء الرقمي للموظفين وتأثيره في تعزيز الخدمة الرقمية: الدور الوسيط الريادة الأعمال الرقمية: دراسة استطلاعية تحليلية لعينة من الموظفين في شركات السفر والسياحة في محافظة بغداد

م.د.معتز حميد رحيم الخزعلي 1
جامعة الكوفة /كلية الإدارة والاقتصاد
Muatazh.raheem@uokufa.edu.iq

2م.د.ضرغام عبد العالي الماضي
جامعة الفرات الأوسط التقنية/كلية التقنية الإدارية/كوفة
drgamm86@gmail.com

المستخلص:

يهدف البحث الحالي إلى دراسة العلاقة بين الإداء الرقمي للموظفين وكيفية تأثيره في تعزيز الخدمة الرقمية لشركات السفر والسياحة بتوسط ريادة الأعمال الرقمية وبشكل أكثر دقة يبحث في الآلية التي من خلالها يؤثر الإداء الرقمي للموظفين في تعزيز الخدمة الرقمية وما يقدمه ريادة الأعمال الرقمية كدور وسيط في ذلك.

افترض البحث مجموعة من الفرضيات الرئيسية لدراسة علاقة التأثير بين المتغيرات وتم اختبار الفرضيات عبر البرامج الإحصائية (spss ,smart pls) لمعالجة البيانات التي جمعت خلال الاستبانة الموزعة على شركات السفر والسياحة في محافظة بغداد. حيث تم توزيع (100) استمارة و استرجاع (97) استمارة التي خضعت للتحليل الإحصائي (90) استبانة واستبعاد (7) استبانات لعدم صلاحيتهن. البحث الحالي يعزز فهمنا لكيفية تأثير الأداء الرقمي للموظفين لتعزيز الخدمة الرقمية بتوسط ريادة الأعمال الرقمية بينهم، بالإضافة إلى ذلك يساعد التحقق في الأداء الرقمي للموظفين في تقديم نظرة ثاقبة أولية للإدارة العليا للذين يواجهون التحدي المتمثل في تنفيذ بصمة رقمية ناجحة في مشهد أعمال رقمي متزايد.

وتوصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات نذكر أهمها:

كشفت نتائج بأن هناك تأثير معنوي لمتغير ريادة الأعمال الرقمية كمتغير وسيط بين الأداء الرقمي للموظفين في الخدمة الرقمية. وأوضح الدور البارز في التأثيرات الإيجابية للإداء الرقمي للموظفين في الخدمة الرقمية من خلال ريادة الأعمال الرقمية.

الكلمات الدالة: الأداء الرقمي للموظفين، ريادة الأعمال الرقمية، الخدمة الرقمية، العصر الرقمي.

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

Digital employee performance and its impact on enhancing digital service: the mediating role of digital entrepreneurship: an analytical survey study of a sample of employees in travel and tourism companies in Baghdad Governorate

Dr. Dergham Abdel Aali Al-Madi ٢
drgamm86@gmail.com

Dr. Moataz Hamid Rahim Al-Khazali
1Muatazh.raheem@uokufa.edu.iq

Abstract:

The current research aims to study the relationship between digital performance of employees and how it affects the enhancement of digital service of travel and tourism companies through digital entrepreneurship, and more precisely, it examines the mechanism through which digital performance of employees affects the enhancement of digital service and what digital entrepreneurship offers as an intermediary role in this.

The research assumed a set of main hypotheses to study the relationship of influence between variables and the hypotheses were tested through statistical programs (spss, smart pls) to process the data collected during the questionnaire distributed to travel and tourism companies in Baghdad Governorate. Where (100) questionnaires were distributed and (97) questionnaires were retrieved, which were subjected to statistical analysis (90) questionnaires and (7) questionnaires were excluded for being invalid.

The current research enhances our understanding of how digital performance of employees affects the enhancement of digital service through digital entrepreneurship among them, in addition to that, verifying the digital performance of employees helps in providing an initial insight

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية
مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

for senior management who face the challenge of implementing a successful digital footprint in an increasingly digital business landscape.

The research reached a set of conclusions, the most important of which are: The results revealed that there is a significant impact of the digital entrepreneurship variable as an intervening variable between the digital performance of employees in the digital service. It explained the prominent role in the positive effects of the digital performance of employees in the digital service through digital entrepreneurship.

Keywords: Digital employee performance, digital entrepreneurship, digital service, digital age.

المبحث الأول-منهجية البحث

أولاً-مشكلة البحث:

تواجه منظمات الأعمال اليوم تحديات كبير في عصر الرقمي المتمثلة في التغيرات المتسارعة والمنافسة الشديدة ولمواجهة هذه التحديات في تقديم الخدمة الرقمية تحتاج شركات السفر والسياحة اليوم إلى تمتع موظفيها بقدرات رقمية لغرض تقديم خدماتها بشكل مميز من خلال ريادة الأعمال الرقمية.

وفي ضوء ذلك تم تحديد مشكلة البحث من خلال إثارة التساؤل الآتية: دراسة الإداء الرقمي للموظفين وتأثيره في تعزيز الخدمة الرقمية: الدور الوسيط ريادة الأعمال الرقمية. وينبثق عن ذلك مجموعة من التساؤلات:

١) ماهي تصورات العينة المبحوثة حول الإداء الرقمي للموظفين؟
٢) هل تتبلور فكرة واضحة المعالم لدى العينة المبحوثة حول مفهوم ريادة الأعمال الرقمية؟
٣) ما مستوى توافر معرفة العينة المبحوثة حول الخدمة الرقمية.
٤) هل يوجد تأثير الإداء الرقمي للوظيف في تعزيز الخدمة الرقمية؟
٥) هل يوجد تأثير الإداء الرقمي للموظفين في ريادة الأعمال الرقمية؟
٦) هل يوجد تأثير ريادة الأعمال الرقمية في الخدمة الرقمية؟

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية
مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

٧) هل يوجد تأثير غير مباشر ريادة الأعمال الرقمية كمتغير وسيط في العلاقة بين الإداء الرقمي للموظفين و تعزيز الخدمة الرقمية؟

ثانياً-أهمية البحث:

جاءت أهمية هذا البحث من خلال تناوله أهمية التعامل مع الإداء الرقمي للموظفين وريادة الأعمال الرقمية، وكيفية الوصول إلى تعزيز الخدمة الرقمية، وتتجسد أهمية البحث بالآتي:

١) البحث الحالية يكسب أهميته من كونه دراسة حديثة ونوعية تتعلق بالدور الوسيط المهم لريادة الأعمال الرقمية بين الإداء الرقمي للموظفين و الخدمة الرقمية.

٢) البحث تزود المعنيين بالمعلومات الكافية حول الإمكانيات المتاحة والمتطلبات الواجب توافرها في الإداء الرقمي للموظفين وتسخيره في إكمال المهام بكل كفاءة وفاعلية.

٣) يتوقع ان هذا البحث سوف يساعد قادة شركات السفر والسياحة على تقديم خدمات رقمية متميزة.

٤) يحاول البحث في قياس وتشخيص الإداء الرقمي للموظفين وريادة الأعمال الرقمية وخدمة الرقمية باعتبارها من الضرورات التي تتحتم على شركات السفر والسياحة قياسها ومعرفتها في ظل بيئات ديناميكية متطورة.

ثالثاً-أهداف البحث :

يهدف البحث الحالي إلى تحقيق في تأثير الإداء الرقمي للموظفين في تعزيز الخدمة الرقمية: الدور الوسيط ريادة الأعمال الرقمية في شركات السفر والسياحة تعد هذه المتغيرات من الأمور الفارقة في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة للشركات في ظل التطور الرقمي. وفي ضوء ذلك نجد أهدافا فرعية يسعى البحث إلى تحقيقها:

١) معرفة تصورات العينة المبحوثة حول مفاهيم المتغيرات المبحوثة المتمثلة بـ(الإداء الرقمي للموظفين، ريادة الأعمال الرقمية، الخدمة الرقمية).

٢) اختبار تأثير الإداء الرقمي للموظفين في الخدمة الرقمية.

٣) أخبار تأثير الإداء الرقمي للموظفين في ريادة الأعمال الرقمية.

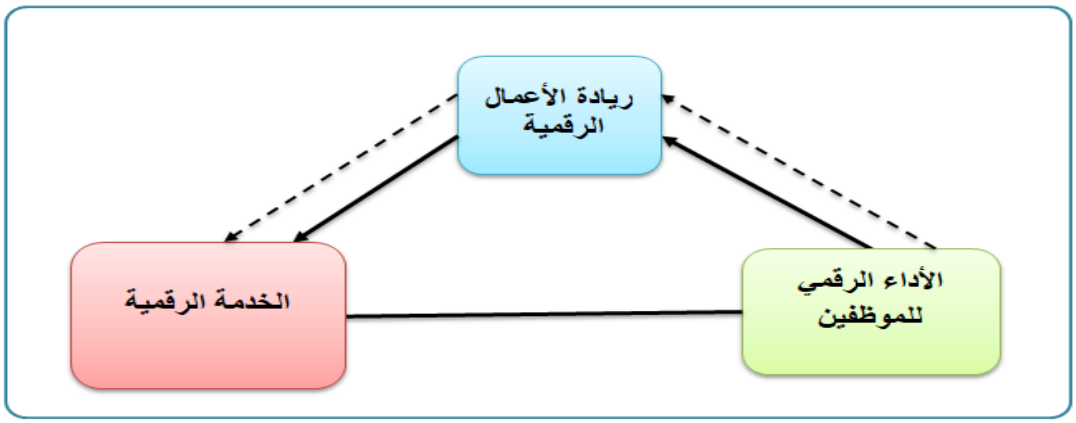
٤) أخبار تأثير ريادة الأعمال الرقمية في الخدمة الرقمية.

٥) اختبار تأثير ريادة الأعمال الرقمية كمتغير وسيط في العلاقة بين الإداء الرقمي للموظفين و الخدمة الرقمية.

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية
مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

رابعا-المخطط الافتراضي للبحث:

اعتمد الباحثان على (Wang,2024:15) قياس متغير الأداء الرقمي للموظفين أحادي البعد و على (Mariusz et al,2021:10) في قياس ريادة الأعمال الرقمية و على Eikebrokk, & (Marrone,2020:) في قياس الخدمة الرقمية ولغرض ترجمة هذه العلاقات تم بناء المخطط الفرضي في شكل (١).



الشكل (1) المخطط الفرضي للدراسة

المصدر: من إعداد الباحثان.

خامسا: تطوير فرضيات البحث:

تنقسم فرضيات البحث على عدة اقسام كما يأتي:

١) **الفرضية الرئيسة الأولى:** تنص هذه الفرضية على: ((يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للأداء الرقمي في الخدمة الرقمية)).

٢) **الفرضية الرئيسة الثانية:** تنص هذه الفرضية على: ((يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لريادة الأعمال الرقمية في الخدمة الرقمية)).

٣) **الفرضية الرئيسة الثالثة:** تنص هذه الفرضية على: ((يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للأداء الرقمي للموظفين في ريادة الأعمال الرقمية)).

٤) **الفرضية الرئيسة الرابعة:** تنص هذه الفرضية على: ((ريادة الأعمال الرقمية تتوسط العلاقة بين الإداء الرقمي للموظفين و الخدمة الرقمية)).

سادساً: مجتمع وعينة البحث.

اختار الباحثان مجموعة من شركات السفر والسياحة في محافظة بغداد، باستخدام العينة

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية
مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

العشوائية واختار الشركات الرائدة في مجال السياحة حيث تم توزيع (100) استمارة وتم استرجاع (97) استمارة و خضعن التحليل الإحصائي (90) استبانة واستبعاد (7) استبانات لعدم صلاحيتهن.

المبحث الثاني / الجانب النظري

أولا: مفهوم الأداء الرقمي للموظفين.

التطورات التكنولوجية تنمو بسرعة من يوم لآخر، مع تطور التكنولوجيا، يجب أن تكون الشركات قادرة على تحقيق التوازن بين قدراتها. وللتكيف مع هذا التطور التكنولوجي، يتعين على الشركات الاهتمام بالموارد البشرية الموجودة فيها. الموارد البشرية لها تأثير على منافسة الشركة في متابعة التطورات التكنولوجية(Nusannas,2020:63).

يرى (Adnyana,2021:252) الرقمنة ترتبط بالشركات التي ترغب في تحسين أداء موظفيها والحفاظ على استدامة مؤسستها، ويجب أن تكون قادرة على اتخاذ قرارات جيدة للمنظمة فيها بشكل فعال ينعكس في غرض أو رؤية مهمة. وهذا ماكده (Duan,2024:233) يمكن للتقنيات الرقمية أن توفر للأفراد أداءً وظيفيًا أفضل نظرًا لقدرتهم على تحسين الاتصال والتنسيق وتعزيز تبادل المعرفة وصنع القرار، فهي عوامل تمكين لتبادل المعرفة لها تأثير كبير على الأداء الوظيفي.

نقلا عن (Wang,2024a:3)، قدم (Shao et al., 2022; Zhang et al., 2022) الأداء الرقمي للموظفين في عام (2022)، وقسموه إلى عنصرين هما أداء المهام الرقمية وأداء الابتكار، يتضمن أداء المهام الرقمية استخدام الموظفين للتقنيات الرقمية لإكمال المهام الروتينية والمتكررة بكفاءة، بينما يتضمن أداء الابتكار الرقمي استخدام التقنيات الرقمية في وقت واحد لتعزيز الابتكار وتحقيق نتائج مبتكرة.

يعرف (Adnyana,2021:250) الأداء بشكل عام على انه رغبة شخص أو مجموعة من الأشخاص في تنفيذ الأنشطة وصقلها بشكل كامل مع مسؤولياتهم مع النتائج المتوقعة، أي رغبة شخص أو مجموعة من الأشخاص في تنفيذ الأنشطة وإتقانها وفقًا لمسؤولياتهم مع النتائج المتوقعة.

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية
مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

كما عرف (Al-kharabsheh,2022:276)، أداء الموظفين، على انه درجة التي يتوافق بها مستوى إنتاجية الموظف الفردي مع معايير أداء الشركة. وكذلك عرف أداء الموظف من حيث مخرجات الموظف، والوفاء المتوقع للمهام في الوصف الوظيفي، بالإضافة إلى أداء الدور الإضافي. يتأثر أداء الموظف بعدة عوامل مثل تحفيز الموظفين، ورضا الموظفين، بالإضافة إلى ممارسات إدارة الموارد البشرية مثل تدريب الموظفين والتعويضات وتقييم الأداء. وعلى وجه الخصوص، فقد تم الاعتراف بالاستخدام الكفء للتقنيات الرقمية من قبل الموظفين لتحقيق الأداء الوظيفي، والذي يشار إليه بالأداء الرقمي، وبالتالي، في العصر الرقمي، تطور أداء الموظفين تدريجياً إلى أداء رقمي(Wang,2024a:3).

أشار (Abas,2019:30) أن الأداء الرقمي للموظفين مجموعة من الكفاءات المطلوبة التي تتألف من المعرفة والمهارات والسلوكيات المتعلقة بالاستخدام الفعال للأجهزة الرقمية مثل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة وأجهزة الكمبيوتر المكتبية لتحديد التعاون والتواصل والدعوة.

ويبين (Nusannas,2020:64) الأداء الرقمي للموظفين بأنها قدرة الفرد على تطبيق المهارات الوظيفية على الأجهزة الرقمية حتى يتمكن من العثور على المعلومات واختيارها، والتفكير النقدي، والإبداع، والتعاون مع الآخرين، والتواصل بفعالية، والاستمرار في تجاهل الأمن الإلكتروني والتنمية الاجتماعية. -السياق الثقافي.

ثانيا: أهمية الأداء الرقمي للموظفين

تكمن أهمية الأداء الرقمي للموظفين في النقاط التالية التي أشار لها كل من (Wang,2024:1)، (Duan,2024:233)،(Adnyana,2021:252)(Duan,2024:233)(Abas,2019:30).

١. اختراق الأسواق الجديدة والتوسع فيها لما تتمتع به التكنولوجيا الرقمية بالقدرة على تحويل قيمة للزبائن(Wang,2024:1).
٢. تؤدي استخدام التقنيات الرقمية إلى تحسين الاتصال والتنسيق توفر للأفراد المعلومات ذات الصلة وفي الوقت المناسب، وبالتالي تسهيل اتخاذ قرارات مستنيرة(Duan,2024:233)
٣. الأداء الرقمي للموظفين يؤثر على زيادة إنتاجية العمل (Adnyana,2021:252).
٤. يساعد الموظفين على التفكير النقدي والتفاعل والتواصل بشكل فعال(Abas,2019:30).
٥. يعمل الأداء الرقمي على تحسين صنع القرار المناسب (Duan,2024:233).

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية
مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

ثالثا: مفهوم ريادة الأعمال الرقمية.

ريادة الأعمال الرقمية هي فئة فرعية من ريادة الأعمال يتم فيها رقمنة بعض أو كل ما يمكن أن يكون ماديًا في منظمة تقليدية وبالتالي يمكن اعتباره "بمثابة التوفيق بين ريادة الأعمال التقليدية والجديدة. طريقة إنشاء وممارسة الأعمال التجارية في العصر الرقمي (Le Dinh et al., 2018: 1)

يوضح (Sussan and Acs,2017:66) أن مفهوم ريادة الأعمال الرقمية هي مزيج من البنية التحتية الرقمية ووكلاء ريادة الأعمال وينصب التركيز على الريادة الرقمية في جميع الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية ومع ذلك، فإننا ننظر إلى رواد الأعمال الرقميين هنا على أنهم رواد أعمال.

يرى(Guthrie, 2014: 115) أن ريادة الأعمال الرقمية هي بيع المنتجات أو الخدمات الرقمية عبر الشبكات الإلكترونية. كما عرف (Davidson and Fast ,2010: 8) ريادة الأعمال الرقمية، متابعة فرص المشاريع الجديدة التي تقدمها وسائل الإعلام الجديدة وتقنيات الإنترنت.

عرف (Hair et al 2012: 2) ريادة الأعمال الرقمية على أنها ريادة الأعمال التي يتم فيها تنفيذ بعض أو كل المشاريع الريادية رقميًا بدلاً من الأشكال التقليدية.

يقدم (Davidson and Vaast ,2010:2) تعريفًا مختلفًا قليلاً لريادة الأعمال الرقمية، نشير إلى ريادة الأعمال الرقمية على أنها السعي وراء الفرص القائمة على استخدام الوسائط الرقمية وتقنيات المعلومات والاتصالات الأخرى يعتمد رواد الأعمال الرقميون على خصائص الوسائط الرقمية وتكنولوجيا المعلومات لمتابعة الفرص وبذلك ، فإنها تؤدي إلى تفاقم التغييرات في المشهد التنافسي ، حيث تحاول اغتنام الفرص وبالتالي تعزيز عملية التدمير الإبداعي للاقتصاد الرقمي.

اشار (Guthrie ,2014: 116) أن ريادة الأعمال الرقمية إنشاء مشروع لإنتاج وتوليد الإيرادات من السلع الرقمية عبر الشبكات الإلكترونية.

يضيف (Giones and Brem ,2017 :47) نظرة أكثر تركيزًا على التكنولوجيا من خلال سرد المنتجات والخدمات الجديدة القائمة على الإنترنت الخدمات التي تعمل فقط في السحابة استخدام البيانات الضخمة أو الذكاء الاصطناعي كأنواع محتملة من ريادة الأعمال الرقمية وفهم التكنولوجيا كعامل إدخال .

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية
مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

بينما يرى (Elia et al,2020:2) تقديم مفهوم ريادة الأعمال الرقمية للإشارة إلى إنشاء مشاريع جديدة وتحويل الأعمال القائمة من خلال تطوير تقنيات رقمية جديدة أو تجربة استخدام جديد لنفسها يُعرف أيضًا باسم ريادة الأعمال الرقمية نظرًا لأنه يشير إلى استخدام الإنترنت ومنصات التكنولوجيا لإدارة وتنفيذ العمليات التجارية مع العملاء أو الوسطاء أو الشركاء و بيع المنتجات أو الخدمات الرقمية عبر الشبكات الإلكترونية. وبين (Ballı,2020:1060) الفرق بين ريادة الأعمال التقليدية وريادة الأعمال الرقمية

جدول(١) فرق بين ريادة الأعمال التقليدية وريادة الأعمال الرقمية

ت		ريادة الأعمال التقليدية	ريادة الأعمال الرقمية
1	**الدخول إلى السوق**	صعب	سهل
2	**الإنتاج والتخزين**	صعب	سهل
3	**التوزيع**	بطيء	سريع
4	**مكان العمل**	جسديا للالتقاء (واقعي)	مكان العمل الرقمي
5	**الالتزام التنظيمي**	أسهل	أصعب
6	**استمارة التواصل**	وجها لوجه	مع الكمبيوتر والتقنيات الرقمية
7	**الهيكل التنظيمي**	الهرمية	مرن وتعاوني

Ballı, A. (2020). Digital entrepreneurship and digital entrepreneurship approach in p1060Turkey: Ankara case. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, *12*(2), 1058-1071.

ونلاحظ من الجدول أن ريادة الأعمال الرقمية تساعد كثيرا رواد الأعمال التجاوز ريادة الأعمال التقليدية أن عملية ريادة الأعمال الرقمية هي الأنشطة التي تتعلق بالرقمنة في عمليات الإدارة التنظيمية ، والتحولات في الأنشطة الاستراتيجية والتشغيلية ، وإنشاء الشركات الناشئة الرقمية) ، والنظام البيئي ذي الصلة (الذي يشمل ، من بين أمور أخرى ، تأثير البنية التحتية والمؤسسات الخارجية على الرقمية, تنمية ريادة الأعمال(Satalkina & Steiner,2020:26).

رابعا: أهمية ريادة الأعمال الرقمية

أشار كل من (Kraus et al,2018:354)، (Elia et al,2020:2)، Zaheer & Dumay. (2019 :2,) (Satalkina & Steiner,2020:26). إلى أهمية ريادة الأعمال الرقمية كالتالي:

١. ريادة الأعمال الرقمية تخلق فرص مختلفة لرواد الأعمال حيث ان التطورات التكنولوجية والتقدم في البنة التحتية تخلق هذه الفرص(Kraus et al,2018:354).

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية
مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

٢. ريادة الأعمال الرقمية محرك أساسي في نظام الأبداع. إنه يغير هيكل وأهداف وآليات التواصل لنظام الأعمال الشامل ويؤثر في النهاية على المستويات والأبعاد المختلفة لنظام الأبداع (Satalkina & Steiner,2020:26).

٣. تعمل ريادة الأعمال الرقمية على توظيف التكنولوجيا والتقنيات الرقمية التي تستخدم في عرض منتج او خدمة قائمة في حدا ذاتها (Zaheer & Dumay. ,2019 :2).

٤. ريادة الاعمال الرقمية تكون الركيزة الأساسية للتنمية الاقتصادية الرقمية(Elia et al,2020:2)

٥. تسهل عمليات ريادة الأعمال الرقمية التعامل الرقمي بين جميع اطرف ويؤدون الأنشطة التي تحتاج إلى مشاركة رقمية (Sussan and Acs,2017:66).

خامسا: مفهوم الخدمة الرقمية

أدى التقدم في البحث والتطوير في مجال تقنيات الشبكات والاتصالات إلى تمكين أنظمة المعلومات والحوسبة من أن تصبح موزعة ومترابطة، لقد انتقلت أنظمة المعلومات والحوسبة من الناحية البرمجية من أنظمة مركزية ومعزولة ومحددة للأجهزة إلى أنظمة متعددة المنظمات موزعة ومترابطة فيما يتعلق بهندسة البرمجيات للأنظمة وهذا يتيح التعامل الخدمات بين الزبائن والوكيل ومقدم الخدمات (Pakkala & Spohrer,2019:1886).

يبين (Saunila etal,2019:3) أن الأعمال الرقمية تعمل على تغيير عالم الأعمال الحالي بطريقة شاملة تعتمد على الزبائن من خلال تجديد العمليات، على سبيل المثال، من خلال الرقمنة وتطوير الخدمات، يمكن ربط الأنظمة الرقمية بحزم خدمة المنتج لإنشاء أنظمة خدمة رقمية. كذلك يجب على الشركات التي تقدم الخدمات الرقمية أن تأخذ في الاعتبار الاحتياجات المحتملة لمستخدميها، لأن تلبية هذه الاحتياجات أكثر أهمية من التفاعلات العلائقية بين الأطراف. غالبًا ما تعتمد الخدمات غير الرقمية على العلاقات الشخصية، وهي أكثر أهمية من الخدمة المقدمة وبشكل عام، فإن الإدارة السليمة لعمليات الزبائن تخلق فرصًا لتعزيز مشاركة الشركة مع زبائنها (Williams et al,2016:761).

أوضح (Hänninen et al ,2023:569) ان الخدمات الرقمية تشير إلى الأنشطة غير المادية المنقولة عن طريق التكنولوجيا وشبكات الإنترنت مثل الإنترنت والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وخدمات الزبائن عبر الإنترنت، بينما الخدمات الرقمية العامة مثل طلب جواز السفر،

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية
مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

واسترجاع الإيصالات الإلكترونية، وحجز مواعيد الرعاية الصحية، ودفع الضرائب، والتقدم بطلب للحصول على البدلات الاجتماعية عبر الإنترنت.

بين (European,2015:1) الخدمات الرقمية تمثل الحياة اليومية ماكينات التذاكر، وخدمات الدفع الذاتي، وماكينات الصراف الآلي، والحجوزات عبر الإنترنت. يُطلق على الشخص البالغ الذي يستخدم هذه الخدمات اسم الزبون الرقمي، وهو دور جديد للزبائن في عالم الحياة اليومية ذو التوجه الرقمي.عرف (Saunila etal,2019:3) الخدمات الرقمية بأنها الخدمات التي يتم الحصول عليها من خلال معاملة رقمية عبر الإنترنت، ويسلطون الضوء على أنه على الرغم من أن هذه الخدمات قد تبدأ رقميًا، فإن التفاعلات بين الزبائن ومقدمي هذه الخدمات قد تحدث خارج السياق الرقمي.

كما يعرف (Hrabčák& Popovič,2020:54) الخدمات الرقمية هي الخدمات التي يتم تقديمها عبر الإنترنت أو شبكة إلكترونية والتي تجعل طبيعتها تقديمها آليًا بشكل أساسي وتنطوي على الحد الأدنى من التدخل البشري، ومن المستحيل ضمانها في غياب تكنولوجيا المعلومات.

ويعرف (Pakkala & Spohrer,2019:1886)، الخدمة الرقمية على أنها خدمة يتم تنفيذها بالكامل بواسطة نظام تقني، عندما يستدعي المستخدم نظامًا رقميًا قائمًا على المعلومات والحوسبة والاتصالات والأتمتة

أشار (Seifert & Charness , 2022:729-730) إلى ان الخدمات الرقمية هي أي خدمات "تُقدم عادةً مقابل أجر، عن بعد، بوسائل إلكترونية وبناءً على طلب فردي لمتلقي الخدمات.

سادسا: أهمية الخدمة الرقمية

بين كل من(Saunila etal,2019:3)، (Williams et al,2016:761) (Wirtz et al,2023:2-3) (European,2015:1). اهمية الخدمة الرقمية وكالتالي:

١. تعمل الخدمة الرقمية على تقديم قيمة للزبائن من خلال توسيع تجاربهم الواعية في سياقات الزمان والمكان(Saunila etal,2019:3).
٢. عمليات الخدمة الرقمية تلبي حاجات الزبائن ومتطلباتهم بشكل فعال وشامل (Williams et al,2016:761).
٣. ان الخدمات الرقمية تعمل على تكوين نهج فعال لأتمتة عمليات الخدمة وتركيز على الزبائن من خلال التميز في الخدمات (Wirtz et al,2023:2-3).

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية
مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

٤. تميزت أنظمة الخدمة الرقمية بأنها تتحسن وتتطور بشكل مستمر من حيث الإنتاجية والجودة والامتثال والابتكار المستدام في خلق القيمة المتبادلة (Pakkala & Spohrer,2019:1886).

٥. تعمل الخدمات الرقمية على تسهيل العمليات بين الزبائن وتقديم الخدمات (European,2015:1)

المبحث الثالث /الجانب العملي

أولا: اختبار التوزيع الطبيعي:

اعتمد الباحثان على اختبار(Kurtosis ,Skewness)، لغرض تحديد نوع الاختبارات اذا كانت معلميه أو غير معلميه وبالاعتماد (Montgomery,2020:155-175) التحديد نطاق القيم المقبولة (-1.96,+1.96) . نلحظ من خلال الجدول (2) أن المتغير المستقل الإداء الرقمي للموظفين يتكون من خمسة عناصر وأن المتغير الوسيط ريادة الأعمال الرقمية يتكون من ثمانية عناصر والمتغير التابع الخدمة الرقمية تتكون من سبعة عناصر. وأن جميع قيم المتغيرات تقع ضمن النطاق المقبول.

الجدول (2) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للمتغيرات البحث

اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات البحث					
Kurtosis	Skewness	Maximum	Minimum	Item	**Variable**
الإداء الرقمي للموظفين					
-0.004	-1.515	5	1	EDP1	**EDP**
0.242	-1.641	5	2	EDP2	
0.201	-1.69	5	2	EDP3	
0.266	-1.316	5	1	EDP4	
0.575	-1.173	5	1	EDP5	
ريادة الأعمال الرقمية					
0.135	-1.676	5	2	DE1	**DE**
0.317	-1.308	5	1	DE2	
0.37	-1.152	5	1	DE3	
0.256	-1.305	5	1	DE4	
0.343	-1.185	5	1	DE5	
0.123	-1.44	5	1	DE6	
0.144	-1.517	5	1	DE7	
0.359	-1.393	5	1	DE8	
الخدمة الرقمية					
0.248	-1.289	5	1	DS1	**DS**
0.206	-1.266	5	1	DS2	
-0.047	-1.355	5	1	DS3	

0.164	-1.475	5	1	DS4	
0.09	-1.203	5	1	DS5	
-0.004	-1.559	5	1	DS6	
-0.026	-1.57	5	1	DS7	

المصدر: مخرجات برنامج (Smart PLS.4)

ثانيا: الصدق الظاهري

لغرض أجراء الصدق الظاهري اعمد الباحثان على توزيع الاستبانة على مجموعة من اساتذة جامعة الكوفة لغرض إظهار آرائهم وملاحظاتهم حول الاستبانة ومدى ملائمة في البيئة العراقية وتم مراعاة ملاحظاتهم عند صياغة العناصر.

ثالثا: التحليل الوصفي.

استخدما الباحثان مقايس النزعة المركزية لغرض اجراء التحليل الوصفي للبيانات ونلحظ ان المتغير التابع الخدمة الرقمية حصل على اعلى وسط حسابي (3.463)، بأهمية نسبية بلغت (69.263) وهذا يدل على أهمية هذا المتغير من قبل العينة المبحوثة وان معامل الاختلاف بلغ (36.639) وهذا يدل على تجمع القيم حول وسطها.

بينما حصل متغير المستقل (EDP) على أقل قيمة وسط حسابي (3.339) وبانحراف معياري بلغ (1.239) وبأهمية نسبية بلغت (66.788) وهذا يدل ان هذا المتغير حصل على اهتمام اقل من باقي المتغيرات.

ويأتي المتغير(DE) بالمرتبة الثانية حيث حصل على اهمية نسبية بلغت (67.495) وبمعامل اختلاف (37.000) وهذا يشير إلى تجمع البيانات حول وسيطها وان الانحراف المعياري بلغ (1.247) وهذا يدل على عدم تشتت البيانات

جدول (3) التحليل الوصفي لمتغيرات البحث

العناصر	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية
الإداء الرقمي للموظفين				
EDP1	3.491	1.326	37.98	69.82
EDP2	3.457	1.246	36.04	69.14
EDP3	3.467	1.271	36.66	69.34
EDP4	3.226	1.327	41.13	64.52
EDP5	3.056	1.297	42.44	61.12

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

المتغير ككل	3.339	1.293	38.850	66.788
ريادة الأعمال الرقمية				
DE1	3.547	1.237	34.87	70.94
DE2	3.356	1.218	36.29	67.12
DE3	3.32	1.191	35.87	66.40
DE4	3.407	1.21	35.52	68.14
DE5	3.346	1.191	35.59	66.92
DE6	3.345	1.346	40.24	66.90
DE7	3.469	1.262	36.38	69.38
DE8	3.208	1.323	41.24	64.16
المتغير ككل	3.375	1.247	37.000	67.495
الخدمة الرقمية				
DS1	3.412	1.207	35.38	68.24
DS2	3.447	1.199	34.78	68.94
DS3	3.521	1.291	36.67	70.42
DS4	3.442	1.262	36.66	68.84
DS5	3.36	1.292	38.45	67.20
DS6	3.569	1.275	35.72	71.38
DS7	3.491	1.355	38.81	69.82
المتغير ككل	3.463	1.269	36.639	69.263

المصدر: مخرجات برنامج (Smart PLS v.4).

رابعا : تقيم نموذج القياس

لغرض تقيم نموذج القياس قام الباحثان بالاعتماد (Kono,2023:313-324) في تحديد القيم المثبت بالجدول (4) لغرض تقييم نموذج القياس للمتغيرات.

الجدول (4) معاير تقييم نموذج القياس

المعيار	الحد المقبول	
ثبات الاتساق الداخلي	الثبات المركب ≥0.60	كرومنباخ الفا ≥ 0.70
الصدق التقاربي	التشبع الخارجي للفقرات ≥ 0.70	متوسط التباين المستخلص≥0.50
الصدق التمييزي	0.90 > (HTMT)	

المصدر بالاعتماد على (Kono,2023:313-324).

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

جدول (5) نتائج اختبار العامل التوكيدي النموذج

	معامل ألفا كرونباخ	الثبات المركب	متوسط التباين المستخرج(AVE)
DE	0.900	0.919	0.588
DS	0.904	0.924	0.634
EDP	0.838	0.885	0.607

المصدر: مخرجات برنامج (SMART PLS)

جدول (6) نتائج اختبار *HTMT* للنموذج

	DE	DS	EDP
DE			
DS	0.750		
EDP	0.778	0.490	

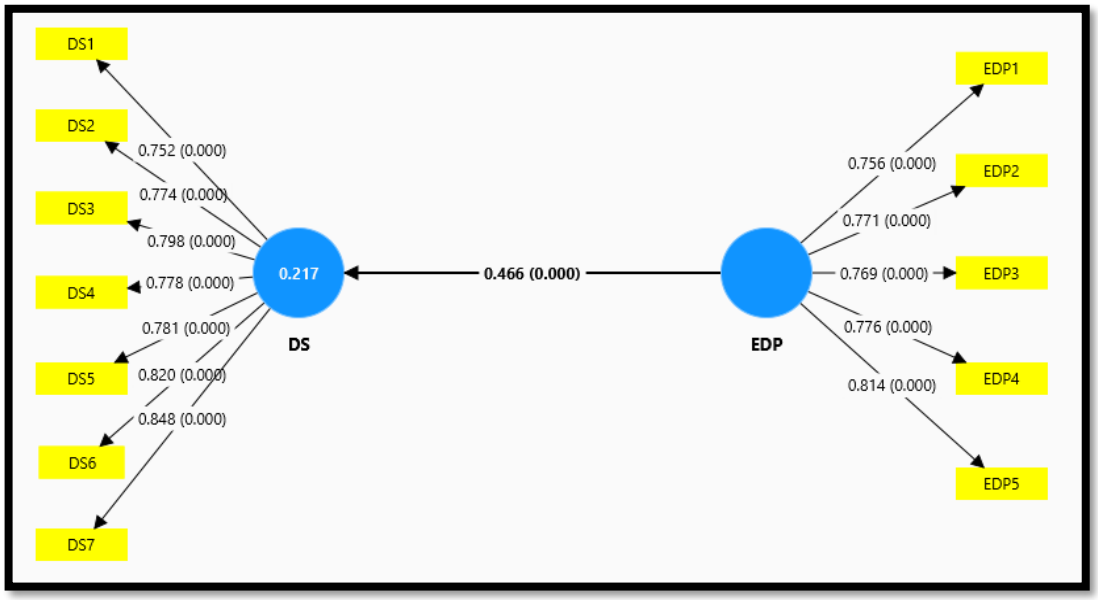
المصدر: مخرجات برنامج (Smart PLS).

نلحظ ان جميع القيم في الجدول (5) والجدول (6) ضمن الحدود الطبيعية وهذا يدل على ان النموذج يتمتع بثبات الاتساق الداخلي و الصدق التقريبي و كذلك يتمتع بالصدق التميزي.

خامسا: اختبار فرضيات البحث

١. **اختبار الفرضية الرئيسية الأولى .**

٥) الشكل (2) يبين النموذج الهيكلي الاختبار الفرضية الأولى الرئيسة التي تنص على ((يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للأداء الرقمي في الخدمة الرقمية)).



الشكل(2) أنموذج اختبار الإداء الرقمي للموظفين في الخدمة الرقمية

❖ **المصدر: مخرجات برنامج (Smart PLS v.4).**

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

جدول(7) مخرجات فرضية التأثير الاولى

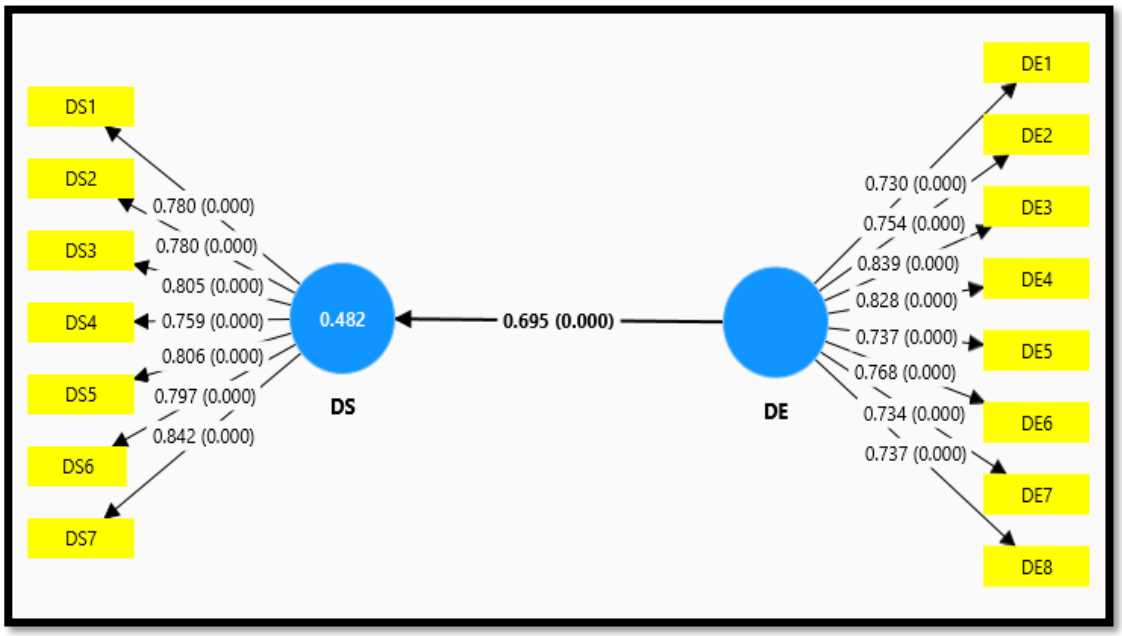
نوع التأثير	معامل المسار	R2	T	P-VALUE	المعنوية
EDP -> DS	0.466	0.217	5.429	0.000	معنوي

❖ **المصدر: مخرجات برنامج (Smart PLS v.4).**

نلاحظ الجدول (7) ان قيمة (T) بلغت (5.429) وهذه القيمة اعلى من قيمتها الجدولية وان معامل المسار بلغ (0.466) وهذا يشير إلى ان الخدمة الرقمية تزاد بقدر (0.466) عندما يزداد متغير الإداء الرقمي للموظفين بمقدار وحدة واحده و هذا يوضح ان الإداء الرقمي للموظفين يفسر الخدمة الرقمية وبهذا تقبل صحة الفرضية الأولى.

٢. اختبار الفرضية الرئيسة الثانية

الشكل (3) يبين النموذج الهيكلي الاختبار الفرضية الرئيسة الثانية التي تنص على ((يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لريادة الأعمال الرقمية في الخدمة الرقمية)).



الشكل(3) أنموذج اختبار ريادة الأعمال الرقمية في الخدمة الرقمية

❖ **المصدر: مخرجات برنامج (Smart PLS v.4).**

جدول(8) مخرجات فرضية التأثير الثانية

نوع التأثير	معامل المسار	R2	T	P-VALUE	المعنوية
DE -> DS	0.695	0.482	12.363	0.000	معنوي

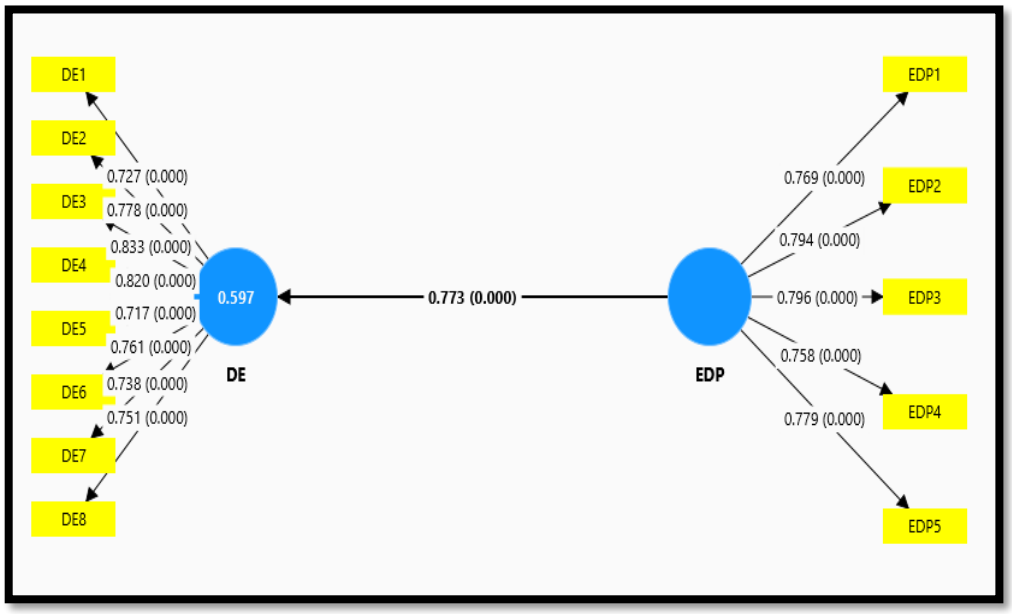
❖ **المصدر: مخرجات برنامج (Smart PLS v.4).**

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية
مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

نلاحظ الجدول (8) ان قيمة (T) بلغت (12.363) وهذه القيمة اعلى من قيمتها الجدولية وان معامل المسار بلغ (0.695) وهذا يشير إلى ان الخدمة الرقمية تزاد بقدر (0.695) عندما يزداد متغير ريادة الأعمال الرقمية بمقدار وحدة واحده و هذا يوضح ان ريادة الأعمال الرقمية يفسر الخدمة الرقمية وبهذا تقبل صحة الفرضية الثانية.

٣. اختبار الفرضية الرئيسة الثالثة.

الشكل (4) يبين النموذج الهيكلي الاختبار الفرضية الرئيسة الثالثة التي تنص على ((يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للأداء الرقمي للموظفين في ريادة الأعمال الرقمية)).



الشكل(4) أنموذج اختبار ريادة الأعمال الرقمية في الخدمة الرقمية

❖ **المصدر: مخرجات برنامج (Smart PLS v.4).**

جدول(9) مخرجات فرضية التأثير الثانية

نوع التأثير	معامل المسار	R2	T	P-VALUE	المعنوية
EDP -> DE	0.773	0.597	17.842	0.000	**معنوي**

❖ **المصدر: مخرجات برنامج (Smart PLS v.4).**

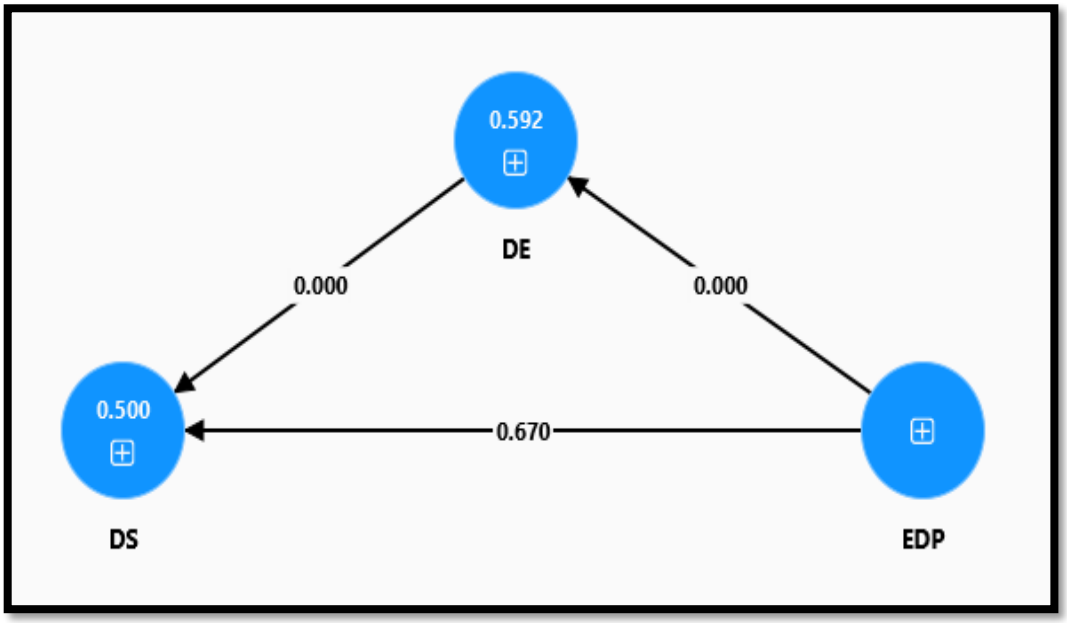
نلاحظ الجدول (9)ان قيمة (T) بلغت (17.842) وهذه القيمة اعلى من قيمتها الجدولية وان معامل المسار بلغ (0.773) وهذا يشير إلى ان ريادة الأعمال الرقمية تزاد بقدر (0.773) عندما

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية
مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

يزداد متغير الإداء الرقمي للموظفين بمقدار وحدة واحده و هذا يوضح ان الإداء الرقمي للموظفين يفسر ريادة الأعمال الرقمية وبهذا تقبل صحة الفرضية الثالثة.

٤. اختبار فرضية الرئيسة الرابعة.

لغرض اختبار الفرضية الرابعة (التاثير غير مباشر) قام الباحث ببناء نموذج المعادلة الهيكلية في شكل (5)، يبين اختبار تأثير الوسيط.



الشكل(5) أنموذج اختبار تأثير الوسيط (H4)

❖ **المصدر: مخرجات برنامج (Smart PLS v.4).**

جدول (10) مخرجات فرضية تأثير الوسيط (H4)

المسار	نوع التأثير	معامل المسار	R2	T	P-VALUE	المعنوية
EDP -> DE -> DS	تأثير غير مباشر	0.670	0.500	7.173	0.000	**معنوي**

❖ **المصدر: مخرجات برنامج (Smart PLS v.4).**

نلحظ من الجدول (10) ان معامل المسار غير مباشر بلغ (0.670) أعلى من معامل المسار المباشر بلغ (0.664)، ويشير ذلك بأن ريادة الأعمال الرقمية يلعب دور الوسيط بين الإداء

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية
مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

الرقمي للموظفين و الخدمة الرقمية تحت مستوى معنوية (0.000) وأن قيمة (T) بغلت (7.173) اعلى من قيمتها الجدولية وبذلك نقبل صحة الفرضية الرابعة.

المبحث الرابع /الاستنتاجات والتوصيات

أولا: الاستنتاجات

١. حصل متغير (الخدمة الرقمية) على اعلى نسبة اهمية بين المتغيرات وهذا يشر إلى انتشار هذا المتغير كان عالي وان شركات السفر والسياحة تهتم بتقديم الخدمات الرقمية لموكبة التطورات في عصر الرقمنة.
٢. أوضحت النتائج ان المتغير (الاداء الرقمي للموظفين) اكتسب على أقل اهمية مما يشير إلى انه لم ينال اهمية كبيره من وجهة نظر العينة.
٣. كشفت النتائج الاحصائية وجود تأثير معنوي لمتغير (الاداء الرقمي للموظفين) في (الخدمة الرقمية)، وهذا يبين أن الاداء الرقمي للموظفين يعزز الخدمة الرقمية لشركات السفر والسياحة المبحوثة.
٤. أفصحت نتائج التحليل بأن هناك تأثير معنوي لمتغير (ريادة الأعمال الرقمية) في (الخدمة الرقمية) وهذا يبين ان ريادة الأعمال الرقمية تدعم الخدمة الرقمية.
٥. بينت النتائج بأن هناك تأثير معنوي لمتغير (الأداء الرقمي للموظفين) في (ريادة الأعمال الرقمية) وهذا يبين ان الأداء الرقمي للموظفين يساهم في تعزيز ريادة الأعمال الرقمية.
٦. كشفت نتائج بأن هناك تأثير معنوي لمتغير ريادة الأعمال الرقمية كمتغير وسيط بين الاداء الرقمي للموظفين في الخدمة الرقمية.

ثانيا: التوصيات

١. ضرورة اهتمام شركات السفر والسياحة في الخدمة الرقمية لما لها دور كبير في تعظيم الأرباح وتسهيل عملية البيع والشراء بين الشركة والزبائن
٢. يجب على شركات السفر والسياحة تسليط الضوء على متغير الاداء الرقمي للموظفين لما له من تأثير كبير على دعم وتعزيز عمليات الاتصال داخل الشركة وزيادة تقديم الخدمات.
٣. يتطلب من قادة فنادق السفر والسياحية تهيئة البيئة الخاصة الاحتضان الابتكار التنظيمي لما له أثر في مد الجسور بين فنادق السفر والسياحية والزبائن.

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية
مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

٤. نوصي شركات السفر والسياحة في تبني مفهوم الاداء الرقمي للموظفين لما له من دور في تعزيز الخدمة الرقمية من خلال امتلك الموظفين مهارات رقمية تساعد الشركة على تقديم خدمات رقمية متميزة.

٥. ضرورة تمتع قادة شركات السفر والسياحة بريادة الأعمال الرقمية مما يبين ان تحقيق الخدمة الرقمية لا يكون بعيد عن ريادة الأعمال الرقمية

٦. نوصي شركات السفر والسياحة بضرورة تبني نموذج البحث من خلال التركيز على ريادة الأعمال الرقمية لما لها من تأثير في دعم اداء الرقمي للموظفين في تعزيز الخدة الرقمية .

المصادر

1. Abas, M. K. M., Yahaya, R. A., & Din, M. S. F. (2019). Digital Literacy and its Relationship with Employee Performance in the 4IR. Journal of International Business, Economics and Entrepreneurship, 4(2), 29-29.
2. Adnyana, P. A., Rianita, N. M., & Kasih, N. L. S. (2021). Digital-based performance management concept within an effort to improve employee performance BUMDes during the Covid-19 Pandemic. International Journal of Social Science and Business, 5(2), 249-255.
3. Al-kharabsheh, S. A., Attiany, M. S., Alshawabkeh, R. O. K., Hamadneh, S., & Alshurideh, M. T. (2022). The impact of digital HRM on employee performance through employee motivation. International Journal of Data and Network Science, 7(1), 275-282.
4. Ballı, A. (2020). Digital entrepreneurship and digital entrepreneurship approach in Turkey: Ankara case. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, *12*(2), 1058-1071.
5. Duan, S. X., Deng, H., & Wibowo, S. (2024). Technology affordances for enhancing job performance in digital work. Journal of Computer Information Systems, 64(2), 232-244.

6. Eidtmann, (2010). Efficacy of zoledronic with early breast cancer receiving acid in postmenopausal women adjuvant letrozole *21*(11), 2188-2194.
7. Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, *150*, 119791.
8. Hänninen, R., Pajula, L., Korpela, V., & Taipale, S. (2023). Individual and shared digital repertoires–older adults managing digital services. *Information, Communication & Society*, *26*(3), 568-583.
9. Hrabčák, L., & Popovič, A. (2020). On certain issues of digital services taxes. *Financial Law Review*, *17*(1), 52-69.
10. Iden, J., Eikebrokk, T. R., & Marrone, M. (2020). Process reference frameworks as institutional arrangements for digital service innovation. *International Journal of Information Management*, *54*, 102150.
11. Kono, S., & Sato, M. (2023). The potentials of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in leisure research. Journal of Leisure Research, 54(3), 309-329.
12. Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2018). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
13. Mariusz, S., Mathew, H., & Lutz, G. (2021). *Digital Entrepreneurship: Impact on Business and Society*. Springer Nature.

14. Mobley, D. L., & Guthrie, J. P. (2014). FreeSolv: a database of experimental and calculated hydration free energies, with input files. *Journal of computer-aided molecular design*, *28*(7), 711-720.
15. Montgomery, D. C., & Runger, G. C. (2020). Applied statistics and probability for engineers. John wiley & sons.
16. Nusannas, (2020). The Effect of Self-Efficacy and Performance in Mediation by Digital Literation. Enrichment: Employee Engagement on Employee, 63-67.
17. Pakkala, D., & Spohrer, J. (2019). Digital service: technological agency in service systems.
18. Satalkina, L., & Steiner, G. (2020). Digital entrepreneurship and its role in innovation systems: A systematic literature review as a basis for future research avenues for sustainable transitions. *Sustainability*, *12*(7), 2764.
19. Saunila, M., Ukko, J., & Rantala, T. (2019). What determines customers' engagement in the digital service process?. *Journal of Manufacturing Technology Management*, *30*(8), 1216-1229.
20. Seifert, A., & Charness, N. (2022). Digital transformation of everyday lives of older Swiss adults: use of and attitudes toward current and future digital services. *European journal of ageing*, *19*(3), 729-739.
21. Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, *49*(1), 55-73.
22. Wang, G., Niu, Y., Mansor, Z. D., Leong, Y. C., & Yan, Z. (2024). Unlocking digital potential: Exploring the drivers of employee dynamic capability on employee digital performance in Chinese SMEs-moderation effect of competitive climate. Heliyon, 10(4).

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (٢٠) عدد (٤) ٢٠٢٤

23. Williams, F., Philip, L., Farrington, J., & Fairhurst, G. (2016). 'Digital by Default'and the 'hard to reach': Exploring solutions to digital exclusion in remote rural areas.

24. Wirtz, J., Hofmeister, J., Chew, P. Y., & Ding, X. (2023). Digital service technologies, service robots, AI, and the strategic pathways to cost-effective service excellence. *The Service Industries Journal*, *43*(15-16), 1173-1196.

25. Zaheer, H., Breyer, Y., & Dumay, J. (2019). Digital entrepreneurship: An interdisciplinary structured literature review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, *148*, 119735.

26. Zhao, H., Williams, D. E., Shin, J. B., Brügger, B., & Gillespie, P. G. (2012). Large membrane domains in hair bundles specify spatially constricted radixin activation. *Journal of Neuroscience*, *32*(13), 4600-4609.

DOI: