



**Tikrit Journal of Administrative
and Economics Sciences**
مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية

EISSN: 3006-9149

PISSN: 1813-1719



Digital Mindset and Its Role in Driving Transformation:

A Field Study at Sahara Karbala Company

Marwa Hassan Ali Al-Shammari*^A, sakhri abd al-wahab ^B,

Rafid Kazem Nasif Al-Obaidi ^C

^A Al-Musayyab Technical Institute/Middle Euphrates Technical University

^B college of Economic Sciences and Commercial Sciences and Management Sciences- Baji Mokhtar
University-Algeria

Keywords:

Digital mindset, digital transformation,
creativity.

Article history:

Received 25 Dec. 2024

Accepted 23 Jan. 2025

Available online 25 Jun. 2025

©2023 College of Administration and Economy, Tikrit
University. THIS IS AN OPEN ACCESS ARTICLE
UNDER THE CC BY LICENSE

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



***Corresponding author:**



Marwa Hassan Ali Al-Shammari

Al-Musayyab Technical Institute/Middle
Euphrates Technical University

Abstract: This research aims to determine the nature of the relationship between digital mindset and digital transformation. And to show the extent to which the company's employees are aware of the importance of digital mindset in driving the wheel of transformation. The researchers took Sahara Karbala Company as a study community and a random sample of 102 employees was selected. The questionnaire was adopted as a tool for collecting data, which was developed to measure the research objectives. The (SPSS) program was used to analyze the data using the Statistical Package for Social Sciences program. The researchers relied on the descriptive analytical approach, as the descriptive approach was adopted in describing the research variables in view and followed the analytical approach to analyze the data statistically. The research reached a set of conclusions, the most important of which are: The digital mindset contributes to creating a digital environment that drives the wheel of transformation. And that the poor work environment leaves a heavy burden on the mental health of employees. Accordingly, the researchers finally recommend preparing a vision for the integration of the digital components of the system in Sahara Company. And working to encourage the company's employees to prepare and prepare for digital transformation. And providing the necessary insurance and security for information in the digital environment.

العقلية الرقمية ودورها في دفع عجلة التحول: دراسة ميدانية في شركة صحاري كربلاء

مروه حسن علي الشمري	صخري عبد الوهاب	رافد كاظم نصيف العبيدي
المعهد التقني المسيب	كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	المعهد التقني المسيب
جامعة الفرات الاوسط التقنية	جامعة باجي مختار/ الجزائر	جامعة الفرات الاوسط التقنية

المستخلص

يهدف البحث إلى تحديد طبيعة العلاقة بين العقلية الرقمية والتحول الرقمي. وبيان مدى إدراك الأفراد العاملين في الشركة للأهمية العقلية الرقمية في دفع عجلة التحول. اتخذ الباحثين شركة صحاري كربلاء مجتمعاً للدراسة وتم اختيار عينة عشوائية بواقع 102 من الأفراد العاملين، واعتمدت الاستبانة كأداة لجمع البيانات والتي تم تطويرها لقياس أهداف البحث، واعتمد الباحثين على المنهج الوصفي التحليلي إذ اعتمد المنهج الوصفي في وصف متغيرات البحث نظراً واتبع المنهج التحليلي لتحليل البيانات احصائياً، وتوصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها: تسهم العقلية الرقمية في خلق بيئة رقمية تعمل على دفع عجلة التحول. وإن بيئة العمل السيئة تخلف عبئاً ثقيلاً على الصحة العقلية للموظفين. وأخيراً يوصي الباحثين اعداد رؤية لتكامل المكونات الرقمية للمنظومة في شركة الصحاري. والعمل على تشجيع الأفراد العاملين في الشركة على الاستعداد والإعداد من أجل التحول الرقمي. وتوفير التأمين والأمن اللازم للمعلومات في البيئة الرقمية.

الكلمات المفتاحية: العقلية الرقمية، التحول الرقمي، الابداع.

المقدمة

في ظل التسارع التكنولوجي والتحول الرقمية المتلاحقة، أصبحت الحاجة إلى عقلية رقمية مرنة ومبتكرة ضرورة حتمية لمواكبة متطلبات العصر الحديث. إذ لم يعد التحول الرقمي مقتصرًا على تبني أدوات التكنولوجيا والأنظمة الذكية فحسب، بل بات مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بطريقة التفكير والقدرة على التكيف مع المتغيرات الرقمية. فالعقلية الرقمية تمثل الأساس الذي تنطلق منه المنظمات نحو التغيير، فهي تعكس وعي الأفراد بمفاهيم الابتكار الرقمي، وتقبلهم لفكرة التغيير، وسعيهم المستمر لتطوير مهاراتهم بما يتماشى مع بيئة العمل الذكية. من هذا المنطلق، يناقش هذا البحث أهمية العقلية الرقمية كعامل تمكيني يسهم في تعزيز فرص نجاح التحول الرقمي داخل المؤسسات، مسلطاً الضوء على علاقتها بممارسات القيادة، واستعداد الموارد البشرية، وتأثيرها على الأداء المؤسسي في البيئة الرقمية الحديثة.

كما أن تعزيز العقلية الرقمية لا يُعد خياراً، بل أصبح مطلباً استراتيجياً لمواجهة التحديات التي تفرضها البيئات التنافسية الرقمية، والتعامل مع الكم الهائل من البيانات، وتوقعات الزبائن المتغيرة باستمرار. ويتطلب بناء هذه العقلية مزيجاً من التفكير النقدي، والابتكار، والاستعداد للتعلم المستمر، إلى جانب التمكين المؤسسي الذي يدعم المبادرات الرقمية ويشجع التجريب والتطوير. وانطلاقاً من أهمية هذا الموضوع، يسعى هذا البحث إلى استكشاف كيف يمكن للعقلية الرقمية أن تسهم بشكل فعال في تسريع عملية التحول الرقمي وتحقيق التميز المؤسسي، وذلك من خلال تحليل

الأطر النظرية، واستعراض بعض النماذج والتجارب العملية الناجحة التي اعتمدت على تبني هذه العقلية كمرتكز استراتيجي.

وتم هيكلة البحث إلى أربعة مباحث حيث تناول المبحث الأول منهجية البحث والدراسات السابقة فيما تطرق الباحثين في المبحث الثاني إلى الإطار النظري للبحث وجاء على محورين تناول المحور الأول المتغير المستقل (العقلية الرقمية) فيما تناول المحور الثاني المتغير التابع (التحول الرقمي)، واستعرض الباحث في المبحث الثالث التحليل الإحصائي للبحث واختبار الفرضيات، كما وضع الباحثين في المبحث الرابع أهم الاستنتاجات التي توصلوا إليها وأهم التوصيات التي قدموها إلى مجتمع الدراسة

المبحث الأول: منهجية البحث والدراسات السابقة

المطلب الأول: منهجية البحث:

أولاً. مشكلة البحث: على الرغم من التوجه العام نحو التحول الرقمي، إلا أن شركة صحاري كربلاء تواجه تحديات تتعلق بتبني العقلية الرقمية بين موظفيها، مما يؤثر على سرعة وكفاءة التحول. إذ يُلاحظ وجود فجوة بين الإمكانيات التقنية المتاحة والقدرات الذهنية والسلوكية للعاملين. وتكمن المشكلة في ضعف الاستعداد الذهني لتقبل التغيير الرقمي. مما يستدعي دراسة ميدانية لفهم أثر العقلية الرقمية على دفع عجلة التحول داخل الشركة، استناداً لما ورد يمكن بلورة مشكلة البحث بشكل أكثر وضوحاً من خلال طرح السؤال الرئيس الآتي: ما مدى إدراك أفراد عينة البحث لأهمية العقلية الرقمية في عملية التحول في شركة صحاري كربلاء؟

وللإجابة عن السؤال الرئيس لا بد من الإجابة عن الأسئلة الفرعية:

1. ماهي العقلية الرقمية؟ وماهي أبعاد العقلية الرقمية؟
2. ما هو التحول الرقمي؟ ما هي أبعاده؟
3. ما هي طبيعة العلاقة بين العقلية الرقمية والتحول؟

ثانياً. أهداف البحث: يستند البحث إلى مجموعة أهداف هي:

1. تحديد مدى إدراك أفراد عينة البحث إلى أهمية التحول الرقمي.
2. توضيح أهمية العقلية الرقمية في الشركة.
3. تحديد العلاقة بين العقلية الرقمية والتحول الرقمي.
4. بيان مدى إدراك الأفراد العاملين في الشركة لأهمية العقلية الرقمية في دفع عجلة التحول.

ثالثاً. أهمية البحث:

1. يعد موضوع العقلية الرقمية والتحول الرقمي وآثارهما المحتملة في متغيرات عديدة ومنها الذي تعمل به الشركة محل الدراسة من المسائل التي تشغل تفكير إدارة المنظمات المعاصرة والباحثين في الكثير من الدول لأن النقاش الفكري حول هذان الموضوعان لازال يحتاج إلى الكثير من الدراسة والبحث.

2. الدور الذي تلعبه العقلية الرقمية في ظل اقتصاد تجاوز الإطار التقليدي القائم على التكاليف واقتصاديات الحجم إلى الاقتصاد الرقمي القائم على استخدام أحدث التقنيات.

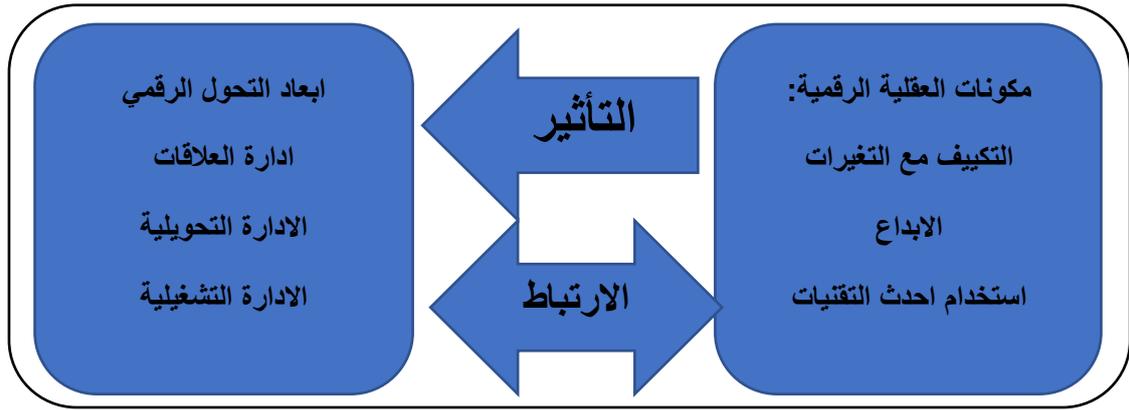
3. تساهم هذه الدراسة على ترسيخ وتطوير الاعتقاد لدى القيادات في الشركة المحل الدراسة بضرورة امتلاك الشركة على أبعاد العقلية الرقمية، كونها تتمثل بخصائص القيادة الحديثة في القرن الواحد والعشرون وتمثل عاملاً أساسياً في تحقيق التحول الرقمي.

رابعاً. فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية الأولى: هناك علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية عند مستوى دلالة (1%) بين العقلية الرقمية والتحول الرقمي؟

الفرضية الرئيسية الثانية: هناك علاقة تأثير ذات دلالة معنوية عند مستوى دلالة (1%) بين العقلية الرقمية والتحول الرقمي؟

خامساً. المخطط الفرضي للبحث: يوضح المخطط الفرضي للبحث المتغيرات الرئيسية والأبعاد والتي تمثل جوهر الرسالة وتطلعاتها المستقبلية وجاء بحثنا الحالي على متغيرين أساسيين هما (العقلية الرقمية) ويعتبر المتغير المستقل ويضم ثلاثة مكونات هي (التكيف مع التغيرات، والابداع، واستخدام أحدث التقنيات) والتحول الرقمي ويمثل المتغير التابع ويضم ثلاثة أبعاد هي (ادارة العلاقات، والادارة التحويلية، والادارة التشغيلية). والشكل رقم (1) يمثل المخطط الفرضي للبحث.



شكل (1): يمثل المخطط الفرضي للبحث

المصدر: اعداد الباحثين.

سادساً. حدود البحث:

الحدود المكانية: ويقصد بها المكان الذي سيتم فيه توزيع الاستبانة وتم اختيار شركة صحاري كربلاء. الحدود الزمانية ويقصد بها الفترة الزمنية التي استغرقتها البحث ابتداءً من اختيار العنوان حتى اكتمال جميع جوانبه وتبدأ من 2024/10/20 ولغاية 2024/11/20.

الحدود البشرية: ويقصد بها الأفراد المجيبين على أسئلة الاستبانة في شركة صحاري كربلاء.

سابعاً. مجتمع وعينة البحث:

مجتمع البحث: تم إنشاء شركة صحاري كربلاء للإنتاج الزراعي والحيواني في عام 2021م كأكبر مشروع من نوعه في العراق ويحتوي على مزارع ضخمة لإنتاج بيض المائدة. تنتج صحاري كربلاء حوالي 8,400,000 بيضة يومياً. كما تدير الشركة شبكة توزيع ضخمة في جميع أنحاء العراق وتقدم خدمات لجميع قطاعات الأغذية والخدمات الغذائية في البلاد. تقوم بتوظيف 1500 موظف من الكوادر الوطنية والعالمية وتستخدم الشركة أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا في هذا المجال.

عينة البحث: سيتم توضيح عينة البحث بالتفصيل في الجدول أدناه.

جدول (1): يوضح عدد الاستبانات الموزعة والمسترجعة والمستبعدة والصالحة للتحليل

عدد الاستثمارات الموزعة	عدد الاستثمارات المسترجعة	عدد الاستثمارات المستبعدة	عدد الاستثمارات الصالحة للتحليل
102	99	2	97

المصدر: اعداد الباحثين.

ثامناً. مصطلحات البحث:

العقلية الرقمية: العقلية الرقمية هي مجموعة من المواقف والسلوكيات التي تمكن الأفراد والمؤسسات من رؤية كيف تفتح البيانات والخوارزميات والذكاء الاصطناعي إمكانات جديدة ورسم مسار للنجاح في مشهد الأعمال الذي تهيمن عليه بشكل متزايد التقنيات الذكية كثيفة البيانات.

التحول الرقمي: التحول الرقمي هو دمج التقنيات القائمة على الكمبيوتر في منتجات المنظمة وعملياتها واستراتيجياتها. تقوم المنظمات بالتحول الرقمي لتحسين إشراك القوى العاملة والعملاء وخدمتهم، ومن ثم تحسين قدرتهم على المنافسة. في الأوقات الاقتصادية الصعبة، يمكن أن تصبح الكفاءة التشغيلية وتحسين التكلفة أيضاً هدفاً مهماً للتحول.

الابداع: القدرة على إيجاد حلول جديدة للمشاكل أو طرق جديدة لأداء مهمة لإنجاز هدف. ويمكن الإبداع الناس من حل المشكلات بطرق جديدة أو مبتكرة.

المطلب الثاني: الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: (Vivienne; 2024): العقلية الرقمية: مناقشة نظرية: الغرض من هذه البحث هو فتح مناقشة حول العقلية الرقمية. وهي تستكشف النظريات الموجودة في المجالات ذات الصلة وتحاول بناء إطار نظري للعقلية الرقمية. وسيتم تقديم الخصائص الرئيسية للعقلية الرقمية وسترتبط المناقشة بأكملها بالمديرين. ستحاول الأطروحة لفت الانتباه إلى تأثيرات الثورة الرقمية.

النتائج: تصور نتائج الأطروحة مصطلح "العقلية الرقمية". يقترحون أنه بعد الثورة الرقمية حدث تحول في عقلية الأعمال من عقلية المعاملات إلى عقلية الرقمية. بناءً على المعلومات التي تم جمعها، يمكن تقديم خصائص المدير ذي العقلية الرقمية. المدير ذو العقلية الرقمية فضولي بشأن التكنولوجيا الرقمية ويكون دائماً على اطلاع بأحدث الابتكارات. علاوة على ذلك، يستخدم المدير الذي يمتلك العقلية الرقمية التكنولوجيا الرقمية لأغراض تعليمية ومهنية وترفيهية. يمكن أن نستنتج أن المدير ذو العقلية الرقمية لديه معرفة مفرطة بالتكنولوجيا الرقمية ويستخدم هذه التكنولوجيا إلى حد ما.

الدراسة الثانية: (Vera; 2024): دور التقنيات الرقمية في إدارة الشركات الدولية في عصر التحول الرقمي: تناقش المقالة اتجاهات ومشاكل وأفاق التنفيذ السريع والاستخدام النشط للتقنيات الرقمية في جميع عمليات إدارة الشركات الدولية. كما تحلل تأثير التحول الرقمي على التغييرات في التنظيم العام لإدارة الشركات الدولية، وتحدد الاتجاهات الرئيسية في التحول الرقمي لعمليات تجارية محددة. كما يتم تحديد دور التحول الرقمي الجاري في تنظيم إدارة الأعمال الدولية على المستوى الجزئي. النتائج: أن نستنتج أن التقنيات الرقمية تلعب دوراً مهماً في تنظيم إدارة الشركات الدولية الحديثة. فهي تعمل بشكل كبير على تعزيز وتسريع تكامل الإنتاج الدولي والتجارة الدولية، ومن ثم تسريع عمليات العولمة. واليوم، يمكننا تحديد سبع تقنيات رقمية رئيسة تشكل أساس التحول الرقمي للإدارة في الشركات الدولية: البيانات الضخمة، وتقنيات الحوسبة السحابية، وتقنيات الهاتف المحمول، والشبكات الاجتماعية، والابتكارات في إدارة العمليات التجارية وتحليلات الأعمال، وأتمتة العمليات، والذكاء الاصطناعي.

المبحث الثاني: الإطار الفكري للبحث

المطلب الأول: الإطار الفكري للعقلية الرقمية

أولاً. مفهوم العقلية الرقمية: ربما يمكن ترجمة العقلية الرقمية على أفضل وجه على أنها "عقلية" رقمية. إنها لا تتعلق بمهارات محددة، بل بموقف أساسي معين يتكون من سمات سلوكية وشخصية مختلفة.

إن هذه المهارات والقيم والسلوكيات على وجه التحديد هي التي ينبغي أن تمكن الفرد والشركة من التكيف بشكل فعال مع متطلبات وفرص التحول الرقمي. يتم تلخيص هذه الخصائص فيما يسمى بالأبعاد الستة (Agarwal, 2022: 298).

ومع ذلك، من المهم أن نلاحظ أن هذه المهارات والعقليات كانت موجودة بالفعل قبل التحول الرقمي، لكنها أصبحت الآن ذات أهمية خاصة. كما أنها تتأثر بالظروف البيئية وفي بعض الحالات يتم تعديلها بوعي، على سبيل المثال من خلال تجارب التعلم. ومن ثم فإن العقلية الرقمية ليست حاسمة للتحول الرقمي فحسب، بل يمكن أيضاً تغييرها بطريقة مرنة على المدى الطويل.

إن العقلية الرقمية ليست مجرد القدرة على استخدام التكنولوجيا. بل إنها مجموعة من المواقف والسلوكيات التي تمكن الناس والمنظمات من توقع الاحتمالات. تعد وسائل التواصل الاجتماعي والبيانات الضخمة والتنقل والسحابة والذكاء الاصطناعي والروبوتات من بين القوى الرقمية الكبرى التي تعمل على تعطيل وتفكيك العالم اليوم، وتخترق كل جانب من جوانب الحياة والأعمال. ولكي تزدهر المنظمات، يجب أن تكون قادرة على إنشاء وتنفيذ استراتيجية عمل تأخذ في الاعتبار التحولات الكبرى الناجمة عن هذه القوى. (Antonietti, C., Cattaneo, A., & Amenduni, F, 2022: 69)

وتعرف العقلية الرقمية هي طريقة تفكير وتصرف تستخدم التقنيات الرقمية لتوليد القيمة وحل المشكلات وتعزيز التنمية الشخصية وتحقيق أهداف العمل. يتبنى الأشخاص ذوو العقلية الرقمية التعلم مدى الحياة. إنهم منفتحون على التغيير، وراغبون في التجربة، وقادرون على استخدام أحدث التقنيات، ومدركون لفوائدها. تساعد على التكيف مع العالم الرقمي الديناميكي والمعقد. (Chiu, 2024: 39)

ثانياً. الأبعاد الستة للعقلية الرقمية: تختلف أبعاد العقلية المختلفة بشكل كبير حسب الصناعة. وهذا يعني أنه لا توجد عقلية رقمية عالمية واحدة من شركة إلى أخرى.

1. الانفتاح والمرونة: الاستعداد لقبول واستكشاف الأفكار والتقنيات والأساليب الجديدة - بما في ذلك الانفتاح على التغييرات في طريقة عملك وتفكيرك. في الوقت نفسه، يمكنك الاستجابة بسرعة للتحديات والتغييرات. (Benke, 2024: 201).

2. الاستباقية والتوجه نحو العمل الريادي: التصرف بنظرة استشرافية وتنفيذ التدابير قبل ظهور المشاكل أو تقويت الفرص. أنت تفكر وتتصرف بروح ريادية ومستعد للمخاطرة وتطوير حلول مبتكرة. (Dai, 2023: 49).

3. الإبداع وتحفيز التصميم: تتوصل إلى أفكار جديدة تساعد في حل المشكلات أو تحسين العمليات الحالية. في الوقت نفسه، لديك الرغبة والدافع للمساهمة بنشاط في تصميم المنتجات أو الخدمات أو العمليات ودفع التغيير الإيجابي (Janssen, 2023: 109).

4. التركيز على العملاء: لديك فهم عميق لاحتياجات العملاء وتوقعاتهم. يتم تطوير المنتجات والخدمات لتلبية هذه الاحتياجات بأفضل طريقة ممكنة. ولتحقيق هذه الغاية، يتم جمع آراء العملاء بشكل مستمر من أجل تحسين العرض (Liu, 2024: 95).
5. القدرة على تقبل النقد: يمكنك التشكيك بشكل نقدي في سلوكك وقراراتك والتعلم منها. كما يمكنك تقديم ملاحظات محترمة ومفيدة تساعد المتلقي على التطور (Smolag, 2023: 187).
6. التعامل بصراحة مع الفشل: من المقبول أن الأخطاء يمكن أن تحدث ويجب أن تحدث - هذه هي الطريقة الوحيدة التي يمكنك من خلالها التعلم وتحسين مهاراتك. وفي الوقت نفسه، يتم تحليل الأخطاء والإخفاقات من أجل اكتساب رؤى قيمة وتعزيز التعلم المستمر (Steens, 2024: 685).
- ثالثاً. المكونات الرئيسية للعقلية الرقمية:** هناك ثلاثة مكونات رئيسة للعقلية الرقمية. وهي:
1. التكيف مع التغيير - القدرة على التكيف بسرعة مع البيئة المتغيرة والابتكار استجابة لتحديات السوق: أمازون هي مثال مثالي لشركة تتكيف باستمرار مع ظروف السوق المتغيرة. في البداية، ركزت على بيع الكتب عبر الإنترنت. وبمرور الوقت، وسعت نطاق منتجاتها لتشمل أي شيء يمكنك شراؤه تقريباً، بما في ذلك الاشتراكات والخدمات السحابية (Marín, 2023: 74).
 2. الإبداع - المرونة والاستعداد للتجربة في البحث عن حلول ومنتجات وخدمات جديدة: مثال جيد لمنظمة تركز على الإبداع هو CD Projekt. لا تقوم هذه الشركة بإنشاء ألعاب كمبيوتر عالمية المستوى فحسب، مثل سلسلة Witcher و Cyberpunk 2077، بل تجري أيضاً أبحاثاً مبتكرة في مجالات رسومات الكمبيوتر والذكاء الاصطناعي وتقنيات الشبكات (Sari, 2023: 43).
 3. استخدام أحدث التقنيات - فهم الفرص التي توفرها التقنيات الرقمية وكيفية استخدامها بشكل فعال: تعتبر Asseco مثالاً رائعاً لشركة تستخدم التقنيات الجديدة بنجاح. وبدءاً من البرمجيات الخاصة بالبنوك، توسعت أعمالهم في قطاعات أخرى، مثل الاتصالات، والطاقة، وحتى الإدارة العامة (Martin, 2024: 76).
- رابعاً. مزايا وتحديات تبني العقلية الرقمية:** يمكن للمنظمات التي تتبنى العقلية الرقمية الاستفادة منها بطرق مختلفة. فهي تتيح لها التكيف مع تغيرات السوق بسهولة - إذ ينتبه الموظفون والشركات ذات العقلية الرقمية إلى التغييرات في بيئتهم. وهذا يساعدهم على الاستجابة للظروف المتغيرة بسرعة واغتنام الفرص للحصول على ميزة تنافسية.
1. الابتكار - إن مواكبة التطورات تجعل من السهل إنشاء المنتجات والخدمات التي تستجيب لاحتياجات السوق المتطورة، مما يعزز قيمة عرض الشركة.
 2. زيادة الكفاءة - إن مراقبة الاتجاهات وتحسين العمليات بأحدث الحلول، مثل الأتمتة، يعني خفض التكاليف وتحسين جودة الخدمات. (Christy, 2023: 132)
- ومع ذلك، هناك أيضاً تحديات مختلفة قد تواجهها المنظمات. بعضها يشمل:
1. مقاومة التغيير - غالباً ما يكون الموظفون حذرين من الأشياء الجديدة ويجدون صعوبة في تغيير طريقة عملهم، خاصة عندما يتعلق الأمر بفهم التقنيات الجديدة.
 2. نقص المهارات - قد يتطلب تقديم التقنيات الجديدة من الشركات الاستثمار في تطوير مهارات الموظفين حتى يتمكنوا من تبني العقلية الرقمية.
 3. إدارة التغيير - لتبني العقلية الرقمية بنجاح، تحتاج المنظمات إلى تنفيذ استراتيجيات فعالة لإدارة التغيير على المستوى التنظيمي. (Costa, 2024: 52)

المطلب الثاني: الإطار المفاهيمي للتحول الرقمي

أولاً. مفهوم التحول الرقمي: التحول الرقمي هو دمج التكنولوجيا الرقمية في جميع مجالات العمل، مما يغير جذرياً كيفية عملك وتقديم القيمة للعملاء. إنه أيضاً تغيير ثقافي يتطلب من المؤسسات تحدي الوضع الراهن باستمرار والتجريب والتكيف مع الفشل.

ولأن التحول الرقمي سيبدو مختلفاً بالنسبة لكل شركة، فقد يكون من الصعب تحديد تعريف ينطبق على الجميع. ومع ذلك، فإننا نعرّف التحول الرقمي بشكل عام على أنه دمج التكنولوجيا الرقمية في جميع مجالات العمل مما يؤدي إلى تغييرات جوهرية في كيفية عمل الشركات وكيفية تقديم القيمة للعملاء. وبعيداً عن ذلك، فهو تغيير ثقافي يتطلب من المنظمات تحدي الوضع الراهن باستمرار، والتجريب كثيراً، والتعود على الفشل. وهذا يعني أحياناً الابتعاد عن العمليات التجارية الراسخة التي بنيت عليها الشركات لصالح ممارسات جديدة نسبياً لا تزال قيد التعريف (Li, 2024: 87).

ويعرف التحول الرقمي هو مبادرة استراتيجية تجارية تدمج التكنولوجيا الرقمية في جميع مجالات المنظمة. فهو يقيم ويحدث عمليات المنظمة ومنتجاتها وعملياتها ومجموعة التكنولوجيا لتمكين الابتكار المستمر والسريع الذي يقوده العملاء.

إن تنفيذ التحول الرقمي في كل منظمة يختلف. ويمكن أن يبدأ بمشروع تكنولوجي مركّز واحد، أو كمبادرة شاملة على مستوى المؤسسة. ويمكن أن يتراوح من دمج التكنولوجيا الرقمية والحلول الرقمية في العمليات والمنتجات الحالية، إلى إعادة اختراع العمليات والمنتجات أو إنشاء تدفقات إيرادات جديدة تماماً باستخدام التقنيات الناشئة (Abrosimova, 2024: 86).

لكن الخبراء يتفقون على أن التحول الرقمي يتعلق بتحويل الأعمال وإدارة التغيير بقدر ما يتعلق باستبدال العمليات التناظرية أو تحديث تكنولوجيا المعلومات الحالية. في حين أن هذا التحول الرقمي غالباً ما يتم تحت قيادة مكتب المعلومات الرئيس للشركة، فإنه يتطلب من جميع المسؤولين التنفيذيين التوافق على التقنيات الجديدة والمنهجيات القائمة على البيانات التي يمكنها تحسين تجربة العملاء وتمكين الموظفين وتحقيق أهداف العمل. ولكن الأهم من ذلك، يجب على الشركات إنشاء إطار للتحول الرقمي ومراقبة التحسينات من خلال تتبع مؤشرات الأداء الرئيسة لمعرفة ما إذا كان العمل ينتج نتائج. (Abeygunasekara, 2023: 88)

ثانياً. القدرات اللازمة للنجاح في التحول الرقمي: تتطلب استراتيجية التحول الرقمي الناجحة مجموعة متنوعة من الإجراءات المنسقة. تحدد Rewired ست قدرات حاسمة للتحول الرقمي الناجح:

1. القدرة على صياغة استراتيجية واضحة تركز على القيمة التجارية. يجب على الشركات التركيز على تحولاتها في مجالات محددة (رحلات العملاء أو العمليات أو الوظائف) التي تولد قيمة كبيرة للأعمال. يجب أن يسترشد التحول بخريطة طريق تفصل الحلول والموارد اللازمة لتقديم التغيير إلى المجالات ذات الأولوية.

2. مجموعة قوية من المواهب مع مهندسين داخليين. لا يمكن لأي شركة الاستعانة بمصادر خارجية للوصول إلى التميز الرقمي. كونك رقمياً يعني أن يكون لديك مجموعة خاصة بك من المواهب الرقمية تعمل جنباً إلى جنب مع زملائك في العمل. أفضل برامج المواهب الرقمية تتجاوز التوظيف: يجب أن تتضمن عروض قيمة الموظفين التي تجتذب أفضل المواهب وتحفظ بها؛ وعمليات الموارد البشرية المرنة والرقمية للعثور على المواهب وإدارتها وتدريبها؛ وبيئة صحية إذ تزدهر أفضل المواهب.

3. نموذج تشغيلي قابل للتوسع. تعتمد التحولات الرقمية على فرق متعددة الوظائف تجمع بين الأشخاص من جميع أنحاء الشركة. إن أغلب الشركات لديها بالفعل عدد قليل من هذه الفرق، ولكن التوسع لدعم مئات أو آلاف منها يتطلب نموذج تشغيل جديد. وهناك ثلاثة نماذج تشغيلية أساسية يجب مراعاتها: المصنع الرقمي، ونموذج المنتج والمنصة، ونموذج المرونة على مستوى المؤسسة.
4. التكنولوجيا الموزعة التي تسمح للفرق بالابتكار بشكل مستقل. يجب أن تسهل التكنولوجيا في أي مؤسسة على الفرق تطوير وإطلاق الابتكارات الرقمية للمستخدمين بشكل مستمر. ولتحقيق هذه الغاية، يجب على المؤسسات تعزيز بيئة التكنولوجيا الموزعة حيث يمكن لكل فريق الوصول إلى البيانات والتطبيقات وأدوات تطوير البرامج التي يحتاجون إليها. ويمكن أن تساعد التطورات التكنولوجية الحديثة في إنشاء هذه البيئة الموزعة - وهذا يشمل الاستخدام المدروس لواجهات برمجة التطبيقات لفصل التطبيقات، وتوافر أدوات المطور، والهجرة الانتقائية لأحمال العمل عالية القيمة إلى السحابة، وأتمتة توفير البنية الأساسية.
5. الوصول إلى البيانات التي يمكن للفرق استخدامها حسب الحاجة. تعد البيانات الموثوقة والحالية أمراً بالغ الأهمية للتحولات الرقمية الناجحة. يجب أن تنتج بنية البيانات بيانات يمكن للفرق الوصول إليها بسهولة عبر المؤسسة ويجب تقييمها وتحديثها باستمرار. هناك حاجة إلى حوكمة قوية لتمكين هذه القدرة. العنصر الأساسي هو منتج البيانات، الذي يبني قطعاً مختلفة من البيانات في وحدة متماسكة يمكن لمجموعة من الفرق والتطبيقات استخدامها بسهولة.
6. التبنّي القوي وإدارة التغيير. في الماضي، كانت دورة تبني التكنولوجيا عبارة عن عملية خطية لجمع المتطلبات وتطوير الحلول واختبارها ثم تدريب المستخدم النهائي. غالباً ما أدت هذه العملية إلى انخفاض معدلات التبنّي وانخفاض القيمة التجارية في النهاية. تتبع التحولات الرقمية عملية أكثر تكراراً لتصميم النماذج الأولية وجمع الملاحظات وتحسين الحل حتى يتمكن من الاستفادة من إمكانات القيمة الكاملة. كقاعدة عامة، لكل دولار تنفقه على تطوير حل رقمي، خطط لإنفاق دولار آخر على الأقل على تنفيذ تغييرات العملية وتدريب المستخدم ومبادرات إدارة التغيير. يجب على الشركات التفكير في التبنّي والتوسع في بداية تحولها حتى تتمكن من بناء الموارد اللازمة لتحقيق التغيير.
- ثالثاً. مؤشرات التحول الرقمي: قد يكون من الصعب بشكل مدهش معرفة كيفية سير التحول الرقمي. فبدون تتبع النتائج وقياسها بشكل صحيح، سيكافح القادة لإدارة الأداء وضمان أن التغييرات التي تحدث تخلق قيمة.
- إن معرفة ما يجب قياسه هو نصف المعركة. في التحولات الرقمية، تنقسم مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) عادةً على ثلاث فئات:
1. خلق القيمة. تستهدف الحلول الرقمية عادةً مؤشر أداء رئيساً واحداً أو أكثر يمكن ترجمته عادةً إلى فوائد مالية (Pramanik, 2024: 92).
 2. صحة الفريق. تتقدم العديد من التحولات الرقمية بشكل أبطأ مما هو مخطط له في البداية، لأن فرقها تعاني من نقص الموظفين، أو أنها لم تتبنّ طرقاً حديثة للعمل مثل Agile، أو تفتقر إلى القدرات الحاسمة مثل إدارة المنتجات وتصميم تجربة المستخدم. في تجربتنا، يمكن أن تكون الفرق ذات الأداء العالي أكثر إنتاجية بخمس مرات من الفرق ذات الأداء المنخفض. (Pierre, 2023: 39)
 3. تقدم إدارة التغيير. تقيس هذه المقاييس التقدم في بناء قدرات جديدة وصحة التحول نفسه. هل نحشد الفرق وفقاً للخطة؟ هل يشارك الناس؟ هل نبني القدرات والمواهب؟ هل يستخدم الناس التكنولوجيا

والأدوات والمنتجات التي يتم تطويرها بسلاسة؟ في تجربتنا، فإن الكمال هو عدو الخير عند إدارة التغيير (Nasyiroh, 2023: 40).

رابعاً. أبعاد التحول الرقمي:

البعد الأول: إدارة العلاقات: يشير مصطلح إدارة العلاقات إلى استراتيجية تحافظ من خلالها المنظمة على مستوى مستمر من المشاركة مع جمهورها وسلسلة التوريد. يمكن أن تحدث هذه الإدارة بين الشركة وعملائها، وهو ما يسمى من الشركة إلى المستهلك، أو بين الشركة والشركات الأخرى، وهو ما يشار إليه من شركة إلى شركة. تهدف إدارة العلاقات إلى إنشاء شراكة بين المنظمة وعملائها، بدلاً من النظر إلى العلاقة على أنها مجرد معاملات. يتم ذلك من خلال المبيعات والخدمة وتحليل البيانات (Nachit, 2020: 65).

البعد الثاني: الإدارة التحويلية: هي نهج لقيادة الشركة إذ تقود الإدارة المنظمة من خلال التحول في الاتجاه أو العمليات أو غيرها من العناصر الحاسمة للعملية. يجب على القادة التحويليين ألا يوجهوا التغييرات التي تحدث في المنظمة فحسب، بل يجب عليهم أيضاً إدارة معنويات الموظفين، والتي غالباً ما تشكل تحدياً في أوقات التغيير (Jimoh, 2024: 45).

البعد الثالث: الإدارة التشغيلية: تعد العمليات أساس أي عمل تجاري، بما في ذلك كيفية التعامل مع سلسلة التوريد والخدمات اللوجستية. تعتمد الأرباح على العمليات الفعالة. يمكن أن تهدد العمليات التجارية السيئة بقاء أي عمل تجاري، لذا يجب تحسين العمليات، وتوظيف الموظفين المناسبين، ويجب أن تكون المواقع المادية استراتيجية وأخلاقية وأمنة (Al-Ayed, 2023: 83).

المبحث الثالث: الإطار العملي للبحث

التمهيد: يدرس هذا المبحث الإطار العملي وهو كيفية بناء أداة البحث لجمع المعلومات اللازمة للبحث والاجراءات العلمية المعتمدة في التأكد من صدق الأداة البحث ببناتها وبيبين اجراءات تطبيق البحث الميدانية والأساليب الاحصائية المناسبة للتحليل البيانات التي تم الحصول عليها اعتمدت الباحثة على أسلوب الاستبانة بوصفه أداة أساسية لجمع البيانات وأساساً لمعرفة آراء واتجاهات عينه البحث بعد الاستفادة من الأدوات المهمة والأساسية لجمع البيانات في البحث الميدانية ويعود ذلك إلى امكانيه تحكم الباحث والاسئلة والحقائق المراد جمعها من مجتمع البحث. وتكون مجتمع البحث من أفراد العاملين في الشركة الصحاري كربلاء والبالغ عددهم 1032 عامل وعامله موزعين في اقسام مختلفة وقد تم اختيار عينه من المجتمع البحث بطريقه عشوائية طبقه وتم اختيار 102 مفرده.

المحور الأول: تصميم أداة الاستبانة والمعامل الفا كرونباخ

أولاً. تصميم أداة البحث: تم تقسيم الاستبانة على قسمين الأول الخاص بالأسئلة المتعلقة بمكونات العقلية الرقمية وتشمل على 3 مكونات

1. التكيف مع التغييرات: يتضمن 5 فقرات.

2. الابداع: يتضمن 5 فقرات.

3. استخدام احدى التقنيات: تضمن 5 فقرات.

القسم الثاني: تناول أبعاد التحول الرقمي وجاء في 3 محاور.

1. ادارة العلاقات: تضمن 5 فقرات.

2. الادارة التحويلية: تضمن 5 فقرات.

3. الادارة التشغيلية: يتضمن 5 فقرات.

وكان الاجابات في القسمين الأول والثاني ذات اجابات مغلقة وفقا لمقياس لكرت الخماسي موافق بالشده موافق محايد غير موافق غير موافق بالشده قد قامت الباحثة بحساب المتوسط المرجح للإجابات العين عن الأسئلة الواردة في الشكل متشابه لمقياس لي كارت إذ يعد من أفضل أساليب قياس الاتجاهات ويستعمل متوسط المرجح إذا كان متغير يأخذ قيما تختلف من حيث أهمية التاء لذلك يجب أخذ هذه الأهمية بالحسبان وذلك بإعطاء كل عباره الوزن المناسب لأهميتها فقامت الباحثة بإعطاء الوزن المناسب لأهمية كل عبارة من عبارات الاستبانة وذلك على النحو الآتي

الاوران	العبارات
5	اوافق بشدة
4	اوافق
3	محايد
2	لا اوافق
1	لا اوافق بشدة

ثانياً. أساليب المعالجة الاحصائية: اجراء التحليل الاحصائي لإجابة عينة البحث باستخدام الأساليب الاحصائية الآتية:

1. اجراء اختبار الصدق والثبات لأسئلة الاستبيان المستخدمة في جميع البيانات وذلك باستعمال معامل ألفا كرونباخ.
2. التكرارات والنسب المئوية لوصف أفراد البحث والتحديث نسب اجاباتهم عن العبارات الاستبانة.
3. المتوسط الحسابي للترتيب اجابات أفراد عن بحث العبارات الاستبيان حسب درجة الموافقة.
4. الانحراف المعياري لقياس تجانس استجابات افراد البحث حول متوسطات موافقتهم أنه متغيرات البحث الذي يدل على كفاءة الوسط الحسابي في تمثيل مركز البيانات بحيث يكون الوسط الحسابي أكثر جودة كلما قلته قيمة الانحراف المعياري.

ثالثاً. صدق الأداة: يعرف صدق الأداة البحث على أنه مدى أماكن أداة جمع البيانات أو اجراءات القياس من قبل المطلوب قياسه ويعني لكنه إذا تمكنت أداة جمع البيانات من قياس الغرض الذي صممت لقياسه فأنها بذلك تكون صادقة يقصد بالصدق الشمول الاستثمار لكل عناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية ووضوح فقرات ومفرداتها من الناحية أخرى بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها وقد تم التأكد من صدق أداة البحث بواسطة نوعين من أنواع الصدق وهما صدق الظاهري والصدق البنائي:

1. الصدق الظاهري: ويعد أحد أنواع الصدق الأدوات التي يعتمد عليها في القياس إذ إنه يعرف بقدرة المقياس على قياس ما ينبغي قياسه عبر النظر إليه وتفحص مدام ملائمه بنوده لقياس أبعاد المتغيرات المختلفة والتأكد من صدق الظاهرة للاستبانة وأنها تقيس ما وضعت لأجله تم عرض الاستبانة في صورتها الأولية على عدد من المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص من أعضاء هيئة التدريس قد تفضل مشكورين بإيداء ملاحظتهم ومقترحاتهم حول محتويات الاستبانة تم إجراء التعديلات والاضافات التي أوصى بها المحكمين.

2. الصدق البنائي: يعد التأكد من صدق الظاهري لأداة البحث بتطبيقه على عين استطلاعية قوامها 102 مفردة من مجتمع البحث رابعاً. ثبات أداة البحث: ويعرف الثبات على أنه الاتساق في نتائج الأداة ويقصد به قدرة المقياس على الحصول على النتائج نفسها لو أعيد استخدام الأداة نفسها مرة ثانية تم التأكد من ثبات أداة البحث بتطبيقها في شكلها النهائي على 102 مفردة من مجتمع البحث وبعد أيام عدة من توزيعه تم استعادها وتفريغها بياناتها وتحليلها باستعمال حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS V22 لغرض حساب معدل ثبات بواسطة معامل ثبات ألفا كرونباخ والجدول رقم واحد يوضح معامل ثبات الأداة.

جدول (2): يوضح معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات لمحور العقلية الرقمية

ت	المحور	عدد العبارات	معامل الثبات
1	التكيف مع التغيير	5	0.621
2	الابداع	5	0.618
3	استخدام احدث التقنيات	5	0.623
	المجموع	15	0.724

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية، برنامج (SPSS).
نلاحظ من البيانات الواردة في الجدول رقم (2) إن قيم معاملات الثبات جميعها موجبة مع تقارب قيمها من محور لآخر حصل بعد استخدام أحدث البيانات على أعلى معامل ثبات بلغ (0.623) بينما حصل بعد الابداع على أدنى معامل ثبات بلغ (0.618).

جدول (3): يوضح معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات لمحور التحول الرقمي

ت	المحور	عدد العبارات	معامل الثبات
1	ادارة العلاقات	5	0.727
2	الادارة التحويلية	5	0.637
3	الادارة التشغيلية	5	0.661
	المجموع	15	0.742

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية، برنامج (SPSS).
نلاحظ من البيانات الواردة في الجدول رقم (3) إن قيم معاملات الثبات جميعها موجبة مع تقارب قيمها من محور لآخر حصل بعد ادارة العلاقات على أعلى معامل ثبات بلغ (0.727) بينما حصل بعد الادارة التحويلية على أدنى معامل ثبات بلغ (0.637).

المحور الثاني: تشخيص آراء عينة البحث

في هذا المحور عمل الباحثين على تشخيص آراء البحث من خلال ايجاد الوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري والأهمية النسبية لكل بعد من أبعاد البحث.

جدول (4): يوضح التكرارات والوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري والأهمية النسبية لأبعاد متغيرات الدراسة

الترتيب من حيث الأهمية	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي المرجح	لا اتفق تماما	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق تماما	الأبعاد	ت
أبعاد العقلية الرقمية										
الثاني	82%	18.7	4.1	1	0	21	33	42	التكليف مع المتغيرات	1
الأولى	88%	19.9	4.4	0	0	30	31	44	الابداع	2
الثالث	80%	21.2	4.0	0	0	13	25	51	استخدام احدث التقنيات	3
أبعاد التحول الرقمي										
الأول	84%	19.5	4.2	0	0	19	37	41	ادارة العلاقات	1
الثاني	82%	18.9	4.1	0	0	29	25	43	الادارة التحويلية	2
الثالث	80%	20.5	4.0	0	0	36	16	45	الادارة التشغيلية	3

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية، برنامج (SPSS).

نلاحظ من البيانات الواردة في الجدول رقم (4) الموضح فيه تشخيص آراء حول أبعاد العقلية الرقمية، إذ حصل البعد الابداع على المرتبة الأولى إذ حصل على وسط حسابي مرجح بلغ 4.4 وانحراف معياري بلغ 19.9 وأهمية نسبية بلغت 88% وهذا دليل على ضرورة الابداع في عمل شركة الصحاري محل الدراسة، كما حصل بعد التكليف مع التغيرات على المرتبة الثانية من حيث الأهمية إذ حظى بوسط حسابي مرجح بلغ 4.1 وانحراف معياري بلغ 18.7 وأهمية نسبية بلغت 82% وهذا يشير إلى أهمية تكليف مع التغيرات التي تحصل في البيئة المحيطة بالشركة، كما حظى بعد استخدام احدث التقنيات على المرتبة الثالثة حيث حصل على وسط حسابي مرجح بلغ 4.0 وانحراف معياري قدر بـ 21.2 وأهمية نسبية بلغت 80% وهذا يعني أن استخدام أحدث التثنيات في الشركة أمراً ضرورياً.

فيما يتعلق بتشخيص آراء عينة البحث بأبعاد التحول الرقمي، إذ حصل البعد ادارة العلاقات على المرتبة الاولى حيث حصل على وسط حسابي مرجح بلغ 4.2 وانحراف معياري بلغ 19.5 وأهمية نسبية بلغت 84% وهذا دليل على أهمية ادارة العلاقات في الشركة محل الدراسة، كما حصل بعد ادارة التحويلية على المرتبة الثانية من حيث الأهمية إذ حظى بوسط حسابي مرجح بلغ 4.1 وانحراف معياري بلغ 18.9 وأهمية نسبية بلغت 82% وهذا يشير على أهمية الإدارة المنظمة من

خلال التحول في الاتجاه أو العمليات، كما حظى بعد 4.0 على المرتبة الثالثة حيث حصل على وسط حسابي مرجح بلغ 4.0 وانحراف معياري قدر بـ 20.5 وأهمية نسبية بلغت 80% وهذا يشير إلى بيان كيفية التعامل مع سلسلة التوريد والخدمات اللوجستية.

المحور الثالث: نتائج الجانب العملي واختباراته

يهدف هذا المبحث إلى:

اختبار الارتباط بين متغيرات الدراسة باستخدام معامل الارتباط البسيط ثم اختبار أهمية معاملات الارتباط باستخدام اختبار (t) حيث توجد علاقة معنوية إذا كانت القيمة المحسوبة (t) أكبر أو تساوي الجدول (t). القيمة، ولكن إذا كانت أقل من قيمتها الجدولية، فإن العلاقة ليست مهمة على مستوى الدلالة (1%)، ولتحقيق هذا الهدف، من الضروري التحقق من إمكانية قبول أو رفض الفرضية الرئيسية الأولى والفرضيات المنبثقة عن كل منهما.

جدول (5): نتائج علاقات الارتباط بين أبعاد العقلية الرقمية والتحول الرقمي مع قيم (t)

المتغير الفرعي المستقل	المتغير المعتمد	معامل الارتباط وقيمة (t)	التحول الرقمي Y	قيمة (t) الجدولية
العقلية الرقمية X	العقلية الرقمية X	معامل الارتباط	0.038	0.059
		قيمة (t) المحسوبة	0.065	
نوع العلاقة		توجد علاقة ارتباط موجبة وذات دلالة معنوية عند المستوى 1%		

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية، برنامج (SPSS) N=(97) اختبار الفرضية الرئيسية الأولى: (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين العقلية الرقمية والتحول الرقمي).

إذ يشير الجدول رقم (5) إلى وجود علاقة ارتباط موجبة بين العقلية الرقمية (X) والمتغير (y) إذ بلغت قيمة معامل الارتباط البسيط (0.038) وإن هذه العلاقة معنوية عند مستوى (1%) وهذا ما عكسته قيمة (t) المحسوبة حيث بلغت (0.065) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (0.059). كما عكست النتائج إلى وجود علاقات ارتباط ضعيفة بين العقلية الرقمية والتحول الرقمي، وهذا ما دلت عليه قيمة معامل الارتباط والتي كانت (0.038) وكانت هذه العلاقات معنوية عند مستوى (1%) وهذا ما أشارت إليه قيمة (t) المحسوبة والتي بلغت (0.065).

المحور الرابع: تحليل واختبار اتجاهات التأثير بين متغيرات الدراسة

توطئة:

يهدف هذا المحور إلى اختبار تأثير المتغير المستقل (العقلية الرقمية) بشكل فردي وجماعي على المتغير التابع (التحول الرقمي)، بناءً على تحليل الانحدار البسيط واختبار (F) لتحديد أهمية معادلة الانحدار البسيطة، إذ توجد تأثير كبير إذا كانت القيمة المحسوبة (F) أكبر من القيمة الجدولية (F) ولا يوجد مثل هذا التأثير إذا كانت القيمة المحسوبة (F) أصغر من القيمة الجدولية (F) عند مستوى كبير (1%)، كما تم استخدام معامل التحديد (R2) لشرح تأثير المتغيرات المستقلة بالنسبة للمتغيرات التي تحدث على المتغير التابع، واختبار (T) لتحديد أهمية علاقات التأثير على مستوى الدلالة (1%).

جدول (6): تقدير معاملات نموذج الانحدار الخطي البسيط لقياس تأثير العقلية الرقمية في التحول الرقمي

العقلية الرقمية Y					المتغير المعتمد		المتغير المستقل العقلية الرقمية X
قيمة T		قيمة F		معامل التفسير R ²	constant		
الجدولية (%1)	المحسوبة	الجدولية (%1)	المحسوبة		B	A	
0.065	0.065	0.003	0.004	0.001	0.122	1.861	

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية، برنامج (SPSS) (N=97) وبناء على ما تقدم، سيتم تحقيق هدف المبحث لاختبار الفرضية، وكما يأتي:

الفرضية الرئيسية الثانية: (توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية العقلية الرقمية والتحول الرقمي). كما عكست النتائج الاحصائية إلى وجود علاقة تأثير موجبة العقلية الرقمية (X) التحول الرقمي (Y) إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة لأنموذج الانحدار الخطي البسيط العقلية الرقمية (0.004) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية البالغة (0.003) عند مستوى معنوية (1%) مما يدل على معنوية النموذج المقدر، وبلغت قيمة معامل الانحدار كالاتي: (B=2.365) لكل من العقلية الرقمية عند مستوى المعنوية المذكور أي إن تغير مقداره وحدة واحدة من بُعد القياس يؤثر في أداء الموارد التحول الرقمي، وهذا يعني ثبوت معنوية أنموذج الانحدار الخطي البسيط.

وأظهرت نتائج قيمة معامل التفسير (R²) والتي كانت (0.332) وهذا يعني أن العقلية الرقمية (X) يفسر نسبة من التغيرات التي تطرأ على التحول الرقمي. أما النسبة المتبقية فتعود إلى مساهمة متغيرات أخرى غير داخلية في مخطط الدراسة الحالي. كما بلغت قيمة (T) المحسوبة (1.220) وهي أكبر من قيمته الجدولية البالغة (0.065) عند مستوى دلالة (1%) وهذا يدل على ثبوت معامل الانحدار (B) لكل من التحول الرقمي عند مستوى المعنوية المذكور، ومن ثم ثبوت معنوية أنموذج الانحدار الخطي البسيط. "ومما تقدم يتضح صحة الفرضية الأولى".

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

أولاً. الاستنتاجات:

1. تساهم العقلية الرقمية في خلق بيئة رقمية تعمل على دفع عجلة التحول.
2. إن بيئة العمل السيئة تخلف عبئاً ثقيلاً على الصحة العقلية للموظفين. وعليه، لفهم تأثير الرقمنة على الصحة العقلية في مكان العمل.
3. العقلية الرقمية لها دور بارز في دفع عجلة التحول الرقمي في شركة الصحاري وذلك حيث يتم اختيار الكفاءات ذات توجه رقمي للعمل في الشركة
4. وجود علاقات ارتباط موجبة وقوية بين العقلية الرقمية والتحول الرقمي، وهذا ما دلت عليه قيمة معامل الارتباط والتي كانت 0.038 وكانت هذه العلاقات معنوية عند مستوى 1%.
5. واطهرت نتائج قيمة معامل التفسير (R²) والتي كانت 0.332 وهذا يعني أن العقلية الرقمية (X) يفسر نسبة من التغيرات التي تطرأ على التحول الرقمي.

ثانياً. التوصيات:

1. اعداد رؤية لتكامل المكونات الرقمية للمنظومة في شركة الصحاري.
2. العمل على تشجيع الأفراد العاملين في الشركة على الاستعداد والإعداد لتكبر التحول الرقمي.

3. توفير التأمين والأمن اللازم للمعلومات في البيئة الرقمية.
4. توفير ضمانات القياس والدقة في الإدارة والجودة في الأداء في منظومة الشركة.
5. اجراء دورات تطويرية للكوادر الفنية بشكل سنوي وجعلها جزء من تقييم العاملين في الشركة وحثهم على تطوير مهاراتهم واستخدام الحاسوب وشبكة الانترنت خاصة في مجال الافادة منها في العملية الادارية.

المصادر

1. Abeygunasekara, N. &. (2023, 7 28). Impact of Digital Transformation on the Performance of SMEs. August-2023 ISBN: 978-624-5553-43-3 Forum on Public Policy: A Journal of the Oxford Round Table, (2), 1–12., p. 112.
2. Abrosimova, V. (2024, 4 28). The role of digital technologies in the management of international companies in the era of digital transformation. International Journal of Conflict Management, Vol. 31 No. 3, p. 441.
3. Agarwal, S. &. (2022). Adopting Digital Mindset in Education Industry. Management Thought and Action: A Paradigm Shift, pp. 9-26.
4. Al-Ayed, S. A.-T. (2023, 7 1). The Effect of Digital Transformation on Organizational Performance by A Mediating Role of Digital Innovation. Volume: 20, No: 7, pp. 380-394. ISSN: 1741 8984 (Online). DOI: 10.47059/ml.v20i7.4313, p. 38.
5. Antonietti, C., Cattaneo, A & ،Amenduni, F .(2022، يناير، 10). Can teachers 'digital competence influence technology acceptance in vocational education? Computers in Human Behavior .International Journal of Conflict Management.441
6. Dai, W. (2023, 1 9). An empirical study on English preservice teachers' digital competence regarding ICT self-efficacy, collegial collaboration and infrastructural support. International Journal of Information Management, p. 39.
7. Janssen, J. S. (2023, 11 6). Experts' views on digital competence: Commonalities and differences. Computers and Education. International Journal of Strategic Management, p. 218.
8. Jimoh, T. A. (2024, 5 23). Exploring the Dynamics of Digital Transformation Capabilities and Adaptive Performance of Administrative Staff in Public Tertiary Institutions, South-West Nigeria. The Journal of Strategic Information Systems, 25(2), 104-126, p. 280.
9. Li, L. B. (2024, 2 8). Spillover effect of digital transformation along the supply chain: From the perspective of suppliers' audit fees. China Journal of Accounting Research, p. 256.
10. Liu, Y. Z. (2024, 2 1). The future of digitalized project practices through data-savvy talent: A digital competence formation perspective. Project Leadership and Society. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen, p. 89.
11. M. A. Christy .(2023) .Digital Mindset In Civil Case Settlement Through Electronic Court (E-Court) In The Era Of Digital Transformation .Digital Mindset In Civil Case Settlement Through Electronic Court (E-Court) In The Era Of Digital Transformation .(32-27) . U.S.A: University of Chicago.

12. Marín, V. I. (2023). Developing Digital Literacy for Teaching and Learning. Handbook of Open, Distance and Digital Education. International Journal of Strategic Management, p. 118.
13. Martin, A. &. (2024, 7 23). Concepts and Tools for Digital Literacy Development. Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences. The 1st International Conference On Social Science Humanities , p. 249.
14. Nachit, H. &. (2020, 7 1). Digital Transformation in Times of COVID-19 Pandemic: The Case of Morocco. (July 7, 2020). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3645084> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3645084>, p. 372.
15. Nasyiroh, S. S. (2023). The Effect Of Digital Transformation On Organizational Performance With Innovation As A Mediation Variable At Hermina Pekalongan Hospital. The 1st International Conference On Social Science Humanities Arts (INCOSHA) (pp. 27-41). Germany: Harvard University.
16. Neeley, T. &. (2022, 6 29). Developing a Digital Mindset. In Developing a Digital Mindset (pp. 50-56). U.S.A: Harvard Business Review.
17. Nowacka, A. (2023, 12 15). Digital transformation in creating employee learning environments. Procedia Computer Science. Journal of the Knowledge Economy <https://doi.org/10.1007/s13132>, p. 549.
18. Pierre, J. (2023, 3 1). Impact of Digital Transformation Strategies on Organizational Performance in the Retail Industry in Cameroon. International Journal of Strategic Management, 2(1), pp. 38-48.
19. Pramanik, H. K. (2024, 10 10). Essence of digital transformation— Manifestations at large financial institutions from North America. Journal of Strategic Information Systems, 28(2), 118-144, pp. 32-93.
20. Roberto Francisco da Costa .(2024 ,9 20) .Escala de Mindset Digital Clave: Desenvolvimento e evidências de validade .A Journal of the Oxford Round Table.124
21. Sari, E. A. (2023, 4 1). Innovation in Adaptive Leadership Management Model through the Development of Digital Mindset in Activator School Programs. International Journal of Social Science and Human Research, 6(12), p. 72.
22. Smolag, K. S. (2023, 8 25). The use of social media by Polish and Slovak students and their digital competences. Journal of Techniques, p. 93.
23. Steens, B. B. (2024, 11 14). Developing digital competencies of controllers: Evidence from the Netherlands. International Journal of Accounting Information Systems, p. 198.
24. T. K. F., Falloon Chiu .(2024 ,2 فبراير،) .A self-determination theory approach to teacher digital competence development. Computers and Education .The Journal of Strategic Information Systems.28
25. Vivienne Benke .(2024 ,1 10) .The Digital Mindset: A theoretical discussion .Centre for International Business Department of Business and Management.209