



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

EISSN: 3006-9149

PISSN: 1813-1719



The role of innovative work behavior of employees in promoting digital entrepreneurship: A survey study of the opinions of a sample of employees of the headquarters of Iraqi telecommunications companies (Zain Iraq, Asiacell)

Ahmed Ali Abdullah*, Amar Awad Mohamed

College of Administration and Economics/Tikrit University

Keywords:

Iraqi telecommunications companies (Zain Iraq, Asiacell), innovative business behavior, digital entrepreneurship.

Article history:

Received 16 Jan. 2025

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:

Ahmed Ali Abdullah

College of Administration and Economics/Tikrit University



Abstract: The research aimed to clarify the role of employees' innovative work behavior with its dimensions represented by (idea generation, idea support, idea implementation) in promoting digital entrepreneurship, represented by its dimensions (digital knowledge, digital business environment, digital finance, digital leadership, digital entrepreneurial culture), The Iraqi telecommunications companies (Zain Iraq, Asia cell) were chosen as a field for research, The community was represented by (70) employees, while the research sample was represented by (53) employees to correctly represent the research community, The questionnaire was adopted as the main research tool for collecting data. The questionnaire was analyzed and the research hypotheses were tested using SPSS v.25, The descriptive analytical approach was used to reach the results, and a set of results were reached, the most important of which is the possibility of influencing and enhancing digital entrepreneurship by increasing the interest of the researched organizations in innovative work behavior and its dimensions, especially after implementing the ideas, which had the greatest impact in increasing support for digital entrepreneurship.

دور سلوك العمل المبتكر للموظفين في تعزيز ريادة الأعمال الرقمية: دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي مقرات شركات الاتصالات العراقية (زين العراق، اسياسيل)

عمار عواد محمد

احمد علي عبدالله

كلية الإدارة والاقتصاد/ جامعة تكريت

المستخلص

هدف البحث إلى توضيح دور سلوك العمل المبتكر للموظفين بأبعاده متمثلاً بـ(توليد الأفكار، دعم الأفكار، تنفيذ الأفكار) في تعزيز ريادة الأعمال الرقمية متمثلاً بأبعاده (المعرفة الرقمية، بيئة الأعمال الرقمية، التمويل الرقمي، القيادة الرقمية، الثقافة الريادية الرقمية)، وتم اختيار شركات الاتصالات العراقية (زين العراق، اسياسيل) ميداناً للبحث، وتمثل المجتمع بـ (70) موظفاً، فيما تمثلت عينة البحث بـ (53) موظفاً لتمثل مجتمع البحث تمثيلاً صحيحاً، وتم اعتماد الاستبانة كأداة البحث الرئيسية لجمع البيانات، وتم تحليل الاستبانة واختبار فرضيات البحث باستخدام برنامج SPSS v.25، واستخدم المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى النتائج، وتم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها امكانية التأثير في ريادة الأعمال الرقمية وتعزيزها من خلال زيادة اهتمام الشركات المبحوثة بسلوك العمل المبتكر وأبعاده وخاصة بعد تنفيذ الأفكار الذي كان له التأثير الأكبر في زيادة دعم ريادة الأعمال الرقمية.

الكلمات المفتاحية: شركات الاتصالات العراقية (شركة زين العراق، شركة اسياسيل)، سلوك العمل المبتكر، ريادة الأعمال الرقمية.

المقدمة

في عصر التقدم التكنولوجي والتحول الرقمي المستمر أصبح موضوع ريادة الأعمال الرقمية أحد الركائز الأساسية التي تحدد قدرات الشركات للنجاح والمنافسة المستدامة، إذ تمثل ريادة الأعمال حقل جديد يوفر فرص عمل جديدة تتمثل ببوتقة العمل المستقبلي في ظل بيئة عمل سريع التغير والتطور، ذلك لا غرابة في تنافس الشركات في البحث عن كل ما من شأنه أن يعزز ويدعم ذلك التوجه من هنا برزت وسائل وأساليب عدة لتعزيز ريادة الأعمال الرقمية وتم تسخير الابتكار من أجل ذلك وظهر مفهوم اداري حديث سمي بسلوك العمل الابتكاري الذي يبحث عن كل ما هو جديد ومبتكر في أداء العمل وانشاء نماذج اعمال جديدة تتلاءم مع بيئة الاعمال الرقمية لشركات الاتصالات وهو عنصر حاسم في تطوير منتجات وخدمات رقمية مبتكرة تلبي احتياجات الاسواق المتجددة، وفي سياق ذلك جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على دور سلوك العمل الابتكاري للموظفين في تعزيز ريادة الأعمال الرقمية في شركات الاتصالات العراقية.

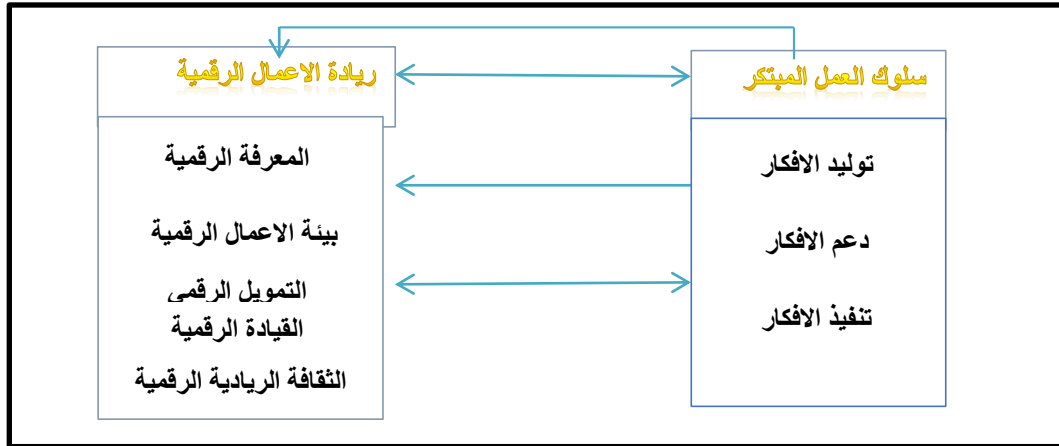
وتحقيقاً لذلك فقد تم تقسيم البحث على أربعة مباحث تناول المبحث الأول منهجية البحث متمثلة بمشكلة البحث وأهميته وأهدافه ومخططة الفرضي، وتناول المبحث الثاني الإطار النظري لسلوك العمل الابتكاري وريادة الأعمال الرقمية، أما المبحث الثالث فقد تضمن الجانب العملي لوصف وتشخيص سلوك العمل الابتكاري وريادة الأعمال الرقمية واختبار الفرضيات الخاصة بها أما المبحث الرابع فقد تضمن الاستنتاجات والمقترحات التي توصل إليها البحث.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً. مشكلة البحث: تواجه شركات الاتصالات العراقية تحديات مختلفة من تطورات تكنولوجيا خاصة بعد انتشار الوباء الأخير إذ تتطلب هذه التغيرات نماذج عمل جديدة إذ ظهر مفهوم ريادة الأعمال الرقمية كأنموذج عمل يتلاءم مع هذه التغيرات الجديدة ودأبت الشركات في تطوير هذا التوجه والبحث عن كل ما من شأنه دعم ذلك، من هنا جاءت هذه الدراسة لتصب في هذه البوتقة كمساهمة في البحث عن أدوات جديدة تدعم هذا التوجه من خلال اختبار الدور الذي يمكن أن يلعبه سلوك العمل المبتكر لموظفي شركات الاتصالات في تعزيز ريادة الأعمال الرقمية، إذ يعد تشجيع ثقافة سلوك العمل المبتكر بين الموظفين استراتيجية ذات أهمية للشركات للاتصالات التي تسعى إلى الازدهار في المشهد التنافسي وتحقيق شركات ريادة رقمية في بيئة الأعمال سريعة التطور (Ahmed, et al, 2024: 2). وقد اختزلت المشكلة بالسؤال الآتي (ما هو دور سلوك العمل المبتكر للموظفين في تعزيز ريادة الأعمال الرقمية في الشركات المبحوثة) وتتفرع منه عدد من الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما مدى توافر متغيرات وأبعاد سلوك العمل المبتكر للموظفين وريادة الأعمال الرقمية في الشركات المبحوثة؟
 2. ماهي العلاقة بين سلوك العمل المبتكر للموظفين وريادة الأعمال الرقمية في الشركات المبحوثة؟
 3. ما تأثير سلوك العمل المبتكر في تعزيز ريادة الأعمال الرقمية في الشركات المبحوثة؟
 4. هل هنالك فروق للمتغيرات الديمغرافية للعينة المبحوثة في اجاباتهم اتجاه سلوك العمل المبتكر وتعزيز ريادة الأعمال الرقمية في الشركات المبحوثة؟
- ثانياً. أهمية البحث:** يمكن ايجازها الآتي:
1. أهمية هذا البحث تنبع أهمية هذا البحث من أهمية متغير الدراسة سلوك العمل المبتكر بعده أحد المفاهيم الادارية الحديثة لإنشاء بيئة اتصالات مبتكرة وسريعة الاستجابة للتطورات الذي تستطيع من خلالها الابتكار داخل قطاع الاتصالات والذي يعمل تعزيز متغير ريادة الأعمال الرقمية والتأثير به كونه متغير المستجيب.
 2. تعتبر دراسة متغيري البحث في البيئة العراقية ضروري من أجل ديمومة الشركة قيد البحث، حيث العلاقة بين متغيري البحث له دور كبير لمواكبة التغيرات الذكاء الاصطناعي في نطاق عمل الشركة المبحوثة.
 3. محدودية الدراسات التي تناولت متغيري البحث مجتمعة في شركات الاتصالات العراقية (زين واسيايل).
 4. الاستفادة من الجانب التحليلي وما توصل إليه البحث من نتائج لتوجيه الشركة المبحوثة لمعالجة نقاط ضعفها وتعزيز نقاط قوتها من خلال استغلال الفرص السوقية والحد من التحديات البيئية لترسيخ خدماتها المقدمة في أذهان زبائنهم وتحقيق ميزة تنافسية. ويستفيد باحثون آخرون من نتائج وتوصيات الدراسة في إجراء دراسات أعمق وأشمل فيما يتعلق بمتغيرات البحث، وخاصة النبذ في مكان العمل.
- ثالثاً. أهداف البحث:** يهدف البحث الحالي إلى عرض مجموعة من الأهداف التي تسعى الشركة المبحوثة إلى تحقيقها، والتي يمكن تحديدها على النحو الآتي:
1. تشخيص أبعاد كل من (سلوك العمل المبتكر للموظفين وريادة الأعمال الرقمية) من خلال استطلاع آراء عينة الشركة المبحوثة.

2. التعرف على مدى الأثر والعلاقة بين سلوك العمل المبتكر للموظفين وريادة الأعمال الرقمية في الشركة المبحوثة.
 3. تشخيص الفروق للمتغيرات الديمغرافية للعينة المبحوثة في اجاباتهم اتجاه سلوك العمل المبتكر وتعزيز ريادة الأعمال الرقمية في الشركة المبحوثة؟
 4. تقديم مجموعة من التوصيات للشركة المبحوثة والمقترحات المستقبلية في ضوء الاستنتاجات التي تم التوصل إليها لمساعدتها في تعزيز هويتها في الأسواق الرقمية.
- رابعاً. **المخطط الفرضي للبحث:** اعتماداً على مشكلة البحث واهدافها تم تصميم المخطط الفرضي



علاقة ارتباط ↔ علاقة تأثير ←

شكل (1): مخطط الفرضي للبحث

المصدر: المخطط من اعداد الباحثان.

خامساً. فرضيات البحث: في ضوء مخطط البحث الافتراضي وسعياً لحل المشكلات وتحقيق الأهداف تم صياغة الفرضيات الآتية:

1. توجد علاقة ارتباط معنوية بين سلوك العمل المبتكر للموظفين وتعزيز ريادة الأعمال الرقمية في الشركات قيد البحث.
2. يوجد تأثير معنوي لسلوك العمل المبتكر للموظفين في تعزيز ريادة الأعمال الرقمية في الشركات قيد البحث.
3. توجد فروق ذات دلالة احصائية معنوية بين اجابات أفراد عينة الدراسة نحو متغيري البحث تبعا للمتغيرات (العمر، الجنس، المؤهل العلمي، المنصب الوظيفي).
- سادساً. **مجتمع وعينة البحث:** تمثل ميدان الدراسة بقطاع الاتصالات وبشكل خاص بكل من شركتي زين وأسياسيل للاتصالات، وقد تم اختيار هذا القطاع نظراً لملاءمته لموضوع الدراسة، في حين تم اختيار هاتين الشركتين نظراً لأهميتهن البارزة ضمن قطاع الاتصالات في البيئة المحلية، وقد تمثل مجتمع الدراسة بالإداريين العاملين في مقر تلك الشركتين والبالغ عددهم 70 فرد (30 اداري في شركة زين، و40 اداري في شركة اسياسيل)، وقد لجأ الباحثان إلى أسلوب الحصر الشامل لتحديد عينة الدراسة عبر توزيع استمارة الاستبيان الإلكتروني على مجتمع الدراسة كافة، وقد تم استرجاع 61 استمارة، ولم تسترجع 8 استمارات، ليكون عدد الممثل لعينة الدراسة 53 استمارة استبيان صالحة

للتحليل بنسبة 75.7%، من اجمالي الاستثمارات الموزعة، ويظهر الجدول رقم (1) تفاصيل توزيع استثمارة الاستبيان.

جدول (1): تفاصيل الاستثمارات عينة الدراسة

| الاستثمارات | زین | اسیاسیل | الاجمالي |
|-----------------------------|-----|---------|----------|
| الاستثمارات الموزعة | 30 | 40 | 70 |
| الاستثمارات المستردة | 29 | 32 | 61 |
| الاستثمارات الغير مستردة | 1 | 7 | 8 |
| الاستثمارات الصالحة للتحليل | 28 | 25 | 53 |

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان

المبحث الثاني: الجانب النظري

أولاً. سلوك العمل المبتكر:

1. مفهوم سلوك العمل المبتكر: تعتمد الشركات بشكل متزايد على السلوك الابتكاري لمواجهة التحديات المعقدة التي تفرضها بيئة الأعمال الحديثة (Bednall, et al., 2018: 796)، فمن الواضح أن الابتكار هو نتيجة تعتمد على الموظف ولا يمكن تحقيقه إلا إذا تم معالجة سلوك الموظف، فيجب أن يكون التركيز على سلوك الموظف وليس الابتكار فقط (Haideru, 2017: 32)، لذا يعد سلوك العمل المبتكر للموظفين بمثابة ميزة تنافسية مستدامة التي توفر للشركات البقاء والنجاح على المدى الطويل وقد يتعين على القادة إعادة التفكير في طبيعة القيادة المعاصرة وتعزيز السلوك الابتكاري المطلوب لتطوير بدائل أفضل لذلك تسعى إدارة الموارد البشرية والمديرون إلى تحفيز السلوك الابتكاري لفئات واسعة من الموظفين وبعدهم المورد الأكثر قيمة في المنظمة، فقد لعب الموظفون الدور الأكثر أهمية في المساعدة على تحقيق أهداف الابتكار التنظيمي والأداء العالي للشركة (DeSpiegelaere, et al., 2012: 4) (Afsar & Umrani, 2020: 2). وفي السياق ذاته يرى الباحثان (Akram, et al., 2020: 119) إن البيئة شديدة التنافسية تتطلب الابتكارات التي تعزز من القدرة التنافسية على جميع المستويات (الفردية والجماعية والتنظيمية)، فسلوك العمل المبتكر هو عملية يتم من خلالها استخلاص القيمة الاقتصادية والاجتماعية ويحدث ذلك من خلال إنشاء المعرفة ونشرها وتحويلها لإنتاج خدمات أو عمليات جديدة أو مطورة بشكل كبير والتي يمكن بعد ذلك استخدامها من قبل زبائن الشركة. ويبين الباحثان (Abun & Macaspac, 2023: 384) أن سلوك العمل الابتكاري بأنه السلوكيات التي تهدف إلى توليد الأفكار ودعمها من قبل أصحاب المصلحة وتطبيق هذه الأفكار المبتكرة والعمليات والخدمات والاجراءات جديدة بعد التحقق منها أنها تعود بقيمة للشركة. ولكي تكون أي شركة مبتكرة عليها بناء قوى عاملة ماهرة ومتعاونة داخل الشركة والاعتراف بجهودهم والتواصل الفعال مع جميع أصحاب المصلحة والحصول على أفكار مبتكرة من الموظفين على مختلف المستويات هي اللبنة الأساسية للابتكار، وإن بناء ثقافة الابتكار التي تدفع ممارسات الابتكار الإنتاجية والمستدامة يمكن أن ينطلق من داخل القوى العاملة مما يساعد الشركات على الحفاظ على قدرتها التنافسية والبقاء في المقدمة على المدى الطويل (Andrabi & Rainayee, 2020: 185).

ويرى الباحثان أن سلوك العمل المبتكر للموظفين بعده مكوناً أساسياً للبقاء التنظيمي والطريقة التي تتنافس بها في الأسواق العالمية ويعكس قدرتها على الاستجابة السريعة للتغيرات في المجتمع

ومواكبة المعرفة والتقنيات الجديدة فضلاً عن ذلك يعد التعاون والتنسيق مع جميع أصحاب المصلحة في شركات الاتصالات العراقية أيضاً مفتاح النجاح في تطوير الابتكار، فالسلوك العمل الابتكاري للموظفين وهو انشأ خدمات وعمليات وإجراءات وظيفية جديدة ذات قيمة مضافة نشأت من التعرف على الفرص وتوليد وتنفيذ الأفكار المبتكرة التي تعود بالنفع على شركات الاتصالات العراقية وزبائنها.

2. أهمية سلوك العمل الابتكاري للموظفين: لكي تكون أي شركة مبتكرة يجب أن تكون الشركات وموظفيها مبتكرين ومتكيفين باستمرار مع التغيرات من أجل الحفاظ على بقائهم ونجاحهم على المدى الطويل من خلال تلبية احتياجات السوق هذا ما يجعل الشركات بحاجة إلى سلوك العمل المبتكر وتحديداً شركات الخدمات التي من المرجح أن تعتمد على قدرة الموارد البشرية لتحقيق ميزتها التنافسية. لذا يتطلب من الشركات التصرف بشكل استباقي للحفاظ على ميزتها التنافسية فالابتكار هو المفتاح للحفاظ على هذا الميزة فبدون جهود مبتكرة يكون خطر فشل الأعمال مرتفعاً جداً ولذلك يجب على الشركات أن تسعى جاهدة إلى التطوير المستمر لأفكار جديدة واستراتيجيات مبتكرة لمواجهة التحديات التي تنشأ في هذا السوق الديناميكي (Suspahariati, 2024: 51). فضلاً عن ذلك يمكن لهذا السلوك المبتكر أن يحسن الأداء والتوازن بين متطلبات العمل والرضا الوظيفي وتحسين العلاقات الشخصية والنمو الشخصي، ولذلك فأن سلوك العمل الابتكاري ذو أهمية للشركات لأن يعزز من القدرة التنافسية ويحسن رفاهية الموظفين فيها (Arini, et al., 2024: 6744). والجدول رقم (2) يبين أهمية سلوك العمل المبتكر للموظفين على المستويات الآتية:

جدول (2): أهمية سلوك العمل المبتكر على مستوى الافراد والشركة

| الباحثان والسنة والصفحة | الأفراد | الشركة |
|-------------------------|--|---|
| (Martens, 2018: 45) | 1- يطورون الأفكار ويدعمونها ويتفاعلون معها ويعملونها. 2- شارك الموظفون في أنشطة تهدف إلى توليد الأفكار وتنفيذها | 1- تدريب الموظفين وتطوير قدراتهم على أدوات حل المشكلات وتمكينهم من الابتكار بطريقة بناءة وتعلم طرق جديدة لتحليل وحل المشكلات. |
| (Jong, 2017: 16-17) | 1- النمو الفردي للموظف وزيادة الرضا وتحسين التماسك والتواصل الأفضل بين الأفراد داخل عملهم. 2- تعزيز التعاون بين الأفراد يولد بيئة تشجع على تبادل المعرفة والمعلومات واستخدامها عند محاولتهم التوصل إلى حل ابتكاري في ظل التطور الرقمي | 1- زيادة الانتاجية من خلال الابتكار المنتجات والخدمات والعمليات والتقنيات الجديدة التي تعزز من قدراتها التنافسية |

| الباحثان والسنة والصفحة | الأفراد | الشركة |
|---------------------------|--|--|
| (Islam, et al., 2024: 68) | 1- قدرة الافراد على مشاركة خبراتهم العملية بطريقة ملموسة لتعزيز قدرتهم على توليد الابتكار على المستوى التنظيمي وعلى المستوى الفردي 2- اختيار وتنفيذ أفكار جديدة يعتمد على إبداع الموظفين. | 1- سلوك العمل الابتكار يمكن للشركات من تحقيق الأهداف وتحسين الأداء الذي يؤدي إلى نمو الأعمال وتقديم خدمات عالية الجودة |
| (Lisbet, 2023: 866) | 1- فإن الموظفين الذين يتمتعون بمستوى عالٍ من المرونة سيزيدون من سلوك العمل المبتكر | 1- يلبي احتياجات الاسواق حتى تتمكن الشركات من التنافس مع الشركات الأخرى لتحقيق كفاءة واستدامة الشركة |

المصدر: من اعداد الباحثان

3. **أبعاد سلوك العمل المبتكر للموظفين:** إن البيئة في تغير مستمر وتسعى الشركات إلى مواجهة هذا التغيير من خلال الاعتماد على السلوك الإيجابي للموظف لذلك يمكن عد السلوك الابتكاري أحد السلوكيات الإيجابية التي يمكن عدها أساس نجاح وبقاء الشركة لأنه يمثل بناء مجموعة واسعة من السلوكيات الفردية التي لا تشمل توليد الأفكار فحسب بل تحويل الأفكار إلى ابتكارات ملموسة لتحقيق لصالح الشركة (Zainal & Matore, 2019: 2870) واعتمد الباحثان على استخدام مقياس (Janssen, 2000: 288) و (Fadel, et al., 2024: 1863) و (Jasim, et al, 2022: 13) لقياس متغير سلوك العمل المبتكر للموظفين الذي له ثلاثة أبعاد (توليد الأفكار، دعم الأفكار، تنفيذ الأفكار).

أ. **توليد الأفكار:** ويرتكز هذا البعد على الاعتقاد بأن السلوك الابتكاري يبدأ بقدرة الفرد على توليد فكرة مبتكرة ومفيدة في أي مجال للشركة فإن توليد الأفكار ينشأ من التحديات القائمة، والفجوات الأداء، والتقدم التكنولوجي (Bawuro, et al, 2019: 1189)، ومن خلال هذه المرحلة يبدأ الموظفون العملية من خلال البحث بنشاط عن أفكار جديدة تضيف قيمة للشركة وذلك بجمع المعلومات وتحديد وفهم المشكلات في بيئة العمل وتحويل المشكلة إلى حلول مبتكرة من خلال توليد أفكار جديدة من خلال إعادة تنظيم ودمج وإعادة صياغة المفاهيم والأساليب والمنتجات الموجودة مسبقاً (vanEssen, 2024: 56)، وفي السياق نفسه يرى (Gumilang, 2021: 334) بأن توليد الأفكار تتضمن عملية الجمع بين الأفكار الموجودة والمفاهيم الجديدة لإيجاد حلول للمشاكل التي تنشأ في المنظمة. وبيبين (امين والعنزي، 2021: 249) أن توليد الأفكار هو سلوك الأفراد ويتضمن قيامهم بالبحث عن توليد الحلول مبتكرة للمشكلات من خلال أساليب وتقنيات جديدة لتنفيذ المهام، وتبدأ هذه المرحلة عندما تتبلور الفكرة حول شيء جديد سواء كان منتجاً أو سياسة لفرد أو مجموعة أفراد في الشركة وإن نجاحها في توليد الأفكار يعتمد على تحديد نوعية الفرصة الأفضل. ويرى (Girotra, 2010: 8) إن سلوك توليد الأفكار على أساس الفريق تولد أفكاراً أفضل من الأفكار التي يتم إنشاؤها بشكل مستقل لأن التفاعلات بين الأفراد في الفريق يمكن أن يبني عليها فرد آخر بطريقة تزيد جودة الأفكار في حل المشكلات التي تتطلب توليد أفكار إبداعية.

ب. دعم الفكرة: بعد أن يتم توليد الفكرة يسعى الفرد المبدع إلى دعم الفكرة ويحاول بناء تحالف دعم من خلال بث الأفكار للتعبير عنها ومشاركتها ونشرها للآخرين (Fadel, et al., 2024: 1870). حيث أن الترويج للفكرة يمثل عنصراً حيوياً في السلوك الفردي الابتكاري أي أنها مرحلة الإعلام ودعم السلوك الابتكاري حيث تبذل الجهود في هذه المرحلة لضمان الحصول على الدعم اللازم للتنفيذ من خلال مشاركة الفكرة كما يشترط في هذه المرحلة أن يكون صاحب الفكرة قد أكد على جدوى الفكرة لتحقيق نتيجة، وعلى هذا النحو يجب أن يكون واثقاً من الدفاع عن الفكرة لأن الفكرة إصرار منشئ الفكرة سيجعل الدعم سهلاً ويزيد من تأكيد القيمة المرتبطة بالفكرة (Bawuro, et al., 2019: 1190). أي أنه بمجرد أن يولد الموظف فكرة ما عليه الانخراط في الأنشطة الاجتماعية للعثور على الأصدقاء والداعمين بالفكرة ولبناء تحالف من المؤيدين الذين يوفران القوة اللازمة وراءها (Janssen, 2000: 288) من أجل تقييم مدى الأفكار المبتكرة المقترحة من قبل الأفراد الذين ينخرطون في علاقات مع الآخرين والتحقق من صحتها من قبل خبراء في مجال أبحاث الابتكار ويتم إدراج جميع الأفكار ومناقشتها من قبل كل فريق باتباع شبكة الأفكار المبتكرة التي طوروها داخل شركاتهم (RICHER & Marchionni, 2009: 950).

ج. تنفيذ الأفكار: المرحلة الأخيرة من السلوك العمل المبتكر هي تحقيق الفكرة أي تحويل الأفكار المبتكرة إلى نتائج فعلية ذات قيمة للشركة وللزبائن عندما يتم إنشاء الفكرة وتجد الدعم يجب تنفيذها ووضعها موضع التنفيذ ولذلك فإن هذه المرحلة من السلوك الابتكاري تمثل اكتمال الفكرة بتحويلها إلى تطبيق مفيد (مادي أو فكري) يمكن نقله فيما بعد إلى الآخرين (Fadel & Moalla, 2023: 10) ويعد تنفيذ الفكرة من أصعب السلوكيات في عملية الابتكار لأنه يتطلب مهارات ومعارف مختلفة والتواصل مع الزملاء الآخرين أو حتى الإدارات العليا (Pukiene, 2016: 16).

ثانياً. ريادة الأعمال الرقمية:

1. **مفهوم ريادة الأعمال الرقمية:** لقد أدت تقنيات المعلومات والاتصالات إلى إحداث تغييرات سريعة في العصر الرقمي مما يعني أنه يجب على الشركات الناجحة التكيف مع التطور السريع من خلال إنشاء نماذج أعمال جديدة وتوفير المزيد من الموارد لتوليد أفكار جديدة من الابتكارات وتحويلها إلى قيمة اقتصادية واجتماعية باستخدام التقنيات الرقمية (Marić, et al., 2023: 18)، لذا تعد ريادة الأعمال الرقمية هي مجال من مجالات ريادة الأعمال يتم فيه استخدام الأدوات التكنولوجية الجديدة مثل الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أعمالها التجارية لإنشاء فرص الأعمال وتبادل المعلومات والتعاون مع الزبائن والمساهمين (Rashidi, et al., 2013: 1)، ويرى (Bandera, et al., 2016: 2) بأن ريادة الأعمال الرقمية هي استخدام التكنولوجيا السحابية والبيانات الضخمة والهواتف المحمولة ووسائل التواصل الاجتماعي في ممارسة ريادة الأعمال. وأشار (Sahut, et al., 2021: 1160) إلى أن ريادة الأعمال الرقمية هو البحث عن فرص ريادة الأعمال الناتجة عن الابتكار التكنولوجي الرقمي وإنشاء المشاريع الجديدة وابتكار نماذج أعمال جديدة من خلال استخدام تقنيات رقمية جديدة التي تحدث في الصناعة الرقمية. ويعبر (Rahmanto & Yuliyanto, 2024: 159) عن ريادة الأعمال الرقمية بأنها نشاط ريادي ينشأ من الاستخدام المكثف للتكنولوجيا الرقمية لإنشاء وتقديم عروض الخدمات لذا تعد ريادة الأعمال الرقمية نهجاً أساسياً لتزويد الموظفين بالمعرفة والمهارات اللازمة لسلوك ريادة الأعمال في المشهد الرقمي.

يرى الباحثان بأن ريادة الأعمال الرقمية هي سعي شركات الاتصالات العراقية من التطبيق الذكي للتقنيات الرقمية القوية في مجال أعمالها الذي تولد قيمة مضافة لزبائنها باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بهدف تحقيق مكاسب تجارية ويتضمن إعادة صياغة سلسلة القيمة وإنشاء خدمات جديدة تستفيد من قوة التقنيات الرقمية.

2. أهمية ريادة الأعمال الرقمية: مع التقدم الرقمي والتغيرات التكنولوجية المستمرة في مشهد الأعمال العالمي على مدى العقود السابقة أدت هذه تطورات الرقمية في بيئات ريادة الأعمال الى ظهور تقنيات رقمية مبتكرة والتي تم استيعابها واستغلالها ثم تنفيذها من قبل رواد الأعمال على مستوى العالم إذ يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتعزيز جودة القرارات وزيادة إدراكنا للواقع ولتوسيع منظورنا الاستراتيجي. فريادة الأعمال الرقمية تحظى بأهمية كبيرة من حيث التطورات التكنولوجية والتقدم في البنية التحتية التي تخلق فرصاً متنوعة للشركات وفي الجدول رقم (3) يمكن بيان أهمية الرقمنة في ريادة الأعمال وتكون على النحو الآتي:

جدول (3): أهمية ريادة الأعمال الرقمية

| الباحثان والسنة والصفحة | الأهمية |
|----------------------------|--|
| (Kraus, et al., 2019: 355) | يمكن لمقدمي الخدمات وأصحاب المصلحة الآخرين عبر الحدود التنظيمية تنفيذ أنشطة ذات قيمة مضافة في بيئة سوق متعددة الجوانب تحكمها موارد محدودة، متابعة فرص المشاريع الجديدة التي تقدمها وسائل الإعلام الجديدة وتقنيات الإنترنت، إنشاء مشروع لإنتاج وتوليد الإيرادات من السلع الرقمية عبر الشبكات الإلكترونية، التوفيق بين ريادة الأعمال التقليدية والطريقة الجديدة لإنشاء وممارسة الأعمال التجارية في العصر الرقمي. |
| (Paul, et al., 2023: 8) | تمكن ريادة الأعمال الرقمية من خلال استخدام الأدوات الرقمية الجديدة من تطوير قدرات ومهارات الرقمية وتعزيز أداء للعاملين في شركة، تمكين الشركات الرقمية من تطبيق التقنيات الرقمية المبتكرة لتعزيز أعمالها وصياغة نماذج أعمال رقمية جديدة ومبتكرة من خلال توظيفها مع زبائنها وأصحاب المصلحة الحاليين والمحتملين باستخدام الأدوات الرقمية والمنصات الرقمية. |
| (Naudé, 2024: 7) | رقمنة الأعمال والمنتجات والخدمات التقليدية فضلاً عن الأنشطة الأساسية لريادة الأعمال وأنشطة الدعم لسلسلة قيمة الأعمال المرتبطة بها من خلال إنشاء أنظمة بيئية رقمية عن طريق تحويل الشركات التقليدية إلى أعمال رقمية، تصبح عمليات الشركات أكثر مرونة وقابلة للتوسيع والنمو بشكل متزايد، تلبية احتياجات السوق من خلال ضخ مجموعة جديدة من المنتجات والخدمات من خلال إعادة صياغة المصنوعات الرقمية الموجودة بطرق ابتكارية جديدة لإنشاء قيمة والمنفعة الاجتماعية عن طريق تقليل تكلفة. |

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على المصادر المثبتة في متن الجدول.

لذا يرى الباحثين (Amadi, et al., 2021: 65) إن الانتشار السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أدى إلى تغييرات كبيرة في كيفية إنتاج المنتجات والخدمات وطبيعة المنتج والخدمات المنتجة والوسائل التي يتم من خلالها ضخ المنتجات والخدمات إلى السوق وتوزيعها على الزبائن، لذا كانت ريادة الأعمال الرقمية المتطورة المحرك البارز للتغيير الهيكلي للشركات والنمو الاقتصادي على المستويين المحلي والدولي في الاقتصادات المتقدمة والنامية.

3. **أبعاد ريادة الأعمال الرقمية:** لقد اعتمد البحث الحالي على أبعاد (المعرفة الرقمية وبيئة الأعمال الرقمية والتمويل الرقمي والقيادة الرقمية والثقافة الريادية الالكترونية) لأنها الأكثر انسجام مع ميدان البحث وأهدافه وفرضياته وبالا اعتماد على نموذج (الجابري، 2020: 9)

أ. **المعرفة الرقمية:** تعد إدارة المعرفة الرقمية عملية حيوية لإنشاء المعرفة التنظيمية والاستفادة منها لتحقيق الميزة التنافسية والأهداف الاستراتيجية وهي الإدارة المنهجية والمتعمدة لهذه العمليات لتعزيز الأداء التنظيمي والابتكار، فالمعرفة الرقمية ليست فقط منتجاً ثابتاً للمعرفة الفردية ولكنها أيضاً عملية إنشاء ومشاركة تعاونية بين العديد من الجهات الفاعلة وأصحاب المصلحة، وتتضمن أيضاً تحديد المعرفة واستغلالها وتخزينها وتوزيعها وتطبيقها وإنشائها داخل الحدود التنظيمية وعبرها (AI- (Rubaye&Al-Ta'Ib,2023:440). ومن ثم تعزيز قدرتهم على التوصل إلى حلول إبداعية وتمكين شركاتهم من تطوير منصات جديدة لتطوير وجلب منتجات وخدمات جديدة إلى السوق، ويمكن أن يؤدي دمج الخبرات المتنوعة من مصادر رقمية متعددة، داخل المؤسسة وخارجها (أي مشاركة المعرفة الداخلية والخارجية) إلى تعزيز مستوى أعلى من الأداء الإبداعي (Abbas,2023:3). ويرى (Goyal,2023:23) أن ثورة المعرفة الرقمية أحدثت حقبة جديدة من وفرة المعلومات وسهولة الوصول إليها، وأتاح انتشار الإنترنت والأجهزة المحمولة إمكانية الوصول إلى كميات هائلة من المعلومات مما مكن العاملين من التواصل مع الآخرين والوصول إلى مصادر جديدة للمعرفة مما أدى إلى تطوير أدوات ومنصات وتطبيقات جديدة تعمل على إنشاء نماذج أعمال جديدة وخلق قوة عاملة أكثر مرونة وفعالية توفر رؤى جديدة حول سلوك الزبون واتجاهات السوق. وأشار (Kokolek,etal,2019:49) إلى أن المعرفة الرقمية تعني القدرة على العمل في الاقتصاد الرقمي على المستويين الخاص والمهني وتعد زيادة الإنتاجية وتسريع الابتكار طرقاً جديدة لإدارة العمليات مع تعزيز المرونة والقدرة على الاستجابة والتوقع، كما أن إدارة المواهب وتعزيز المعرفة في بيئة الأعمال كلها عوامل تساهم في نجاح الشركة، ولكي تتمكن الشركة من إدارة واستخدام الموارد الرقمية هناك حاجة إلى التعلم المستمر وهو الطريقة الرائدة للحفاظ على الميزة التنافسية كما أنه يشجع على إنشاء شبكات داخلية للتعلم وإبقاء الشركة محدثة وقادرة على المنافسة في السوق.

ب. **بيئة الأعمال الرقمية:** تعمل بيئة الأعمال الرقمية على تغيير توقعات الزبائن ونماذج الأعمال، وإنه يغير كيفية تعامل الشركات وسلوكها والتواصل مع الزبائن وكذلك مع الشركات الأخرى مثل الشركاء والموردين وهي تعمل على تغيير الصناعات والمشهد التنافسي من خلال نظام مراقبة الويب الاجتماعي القائم على إنترنت الأشياء والبيانات الضخمة وإطار المعلومات وتقنيات الشبكات والاستفادة من الحوسبة السحابية (Nayyar, 2020: 113). ويبين (Senyo, et al, 2019: 53) على أنها بيئة اجتماعية تقنية للعاملين والشركات والتقنيات الرقمية مع علاقات تعاونية وتنافسية للمشاركة بشكل جماعي في خلق القيمة من خلال المنصات الرقمية، وتقدم أيضاً نهجاً مبتكراً للاستفادة من الموارد مثل التكنولوجيا والخدمات المتخصصة عبر مختلف الصناعات للاستجابة لاحتياجات

الزبائن. ويرى (Tsai, et al, 2022: 4) إن البيئة الرقمية تشير إلى المنصات أو البنى التحتية التقنية حيث يمكن مشاركة مجموعة من الأدوات والخدمات الرقمية والتمثيلات الرقمية الأخرى والمعلومات واستخدامها من قبل الجهات الفاعلة في بيئة الأعمال الرقمية لإنشاء ابتكارات وتعزيز الأداء التنظيمي.

ج. **التمويل الرقمي:** يعمل التمويل الرقمي مجال قيادة الأعمال الرقمية على توسيع مصادر رأس المال وقنوات التمويل ويقلل من مشكلة صعوبة التمويل التي تواجهها الشركات الرقمية في النظام المالي التقليدي فإن الوسائل المالية وسيناريوهات الخدمة التي يضيفها التمويل الرقمي توفر للشركات قنوات وأساليب تمويل أكثر تنوعاً لأبحاث وتطوير التكنولوجيا في بيئة الأعمال الرقمية (Fan, et al, 2022: 3)، وتوفر نماذج الأعمال الجديدة والتطورات التكنولوجية صياغة مفاهيم مبتكرة جديدة في مجال التمويل الرقمي من أجل البقاء والقدرة على المنافسة وتقديم خدمات جديدة وجذابة لزبائنهم الذين يستفيدون من توفر الاتصالات في كل مكان وتحديداً عبر الإنترنت (Gomber, et al, 2017: 538)، ولذلك أصبح التمويل الرقمي قوة مهمة في تعزيز تطوير الشركات وتزويدها بخدمات مالية أكثر كفاءة ودقة وتنوعاً وهذا يشجع الشركات على استثمار المزيد من الموارد في مسارات الابتكار والتنمية المستدامة والاستثمار في البحث والتطوير لمساعدتها على فهم طلب السوق بدقة وتحسين قدرتها على الابتكار، فضلاً عن تقديم رؤى قيمة لمقدمي خدمات التمويل الرقمي لتطوير خدمات عالية الجودة بشكل أفضل والقدرة على الاستجابة بسرعة أكبر للتغيرات في السوق واحتياجات الزبائن (Wang, 2024: 407-408).

د. **القيادة الرقمية:** في العصر الرقمي يلعب رأس المال البشري دوراً حاسماً في تطوير القدرة التنظيمية هو المورد الأكثر قيمة في أي اقتصاد أو شركة ويؤثر على ازدهار الشركة ويساهم بشكل كبير في النمو الاقتصادي والتقدم التكنولوجي والتحول الاقتصادي. لذا يرى الباحثان (Intan & Tjakraatmadja, 2024: 1296) إن التحولات الرقمية تشجع الشركات على تطوير العقلية الرقمية بين القادة ودمج التقنيات الرقمية بفعالية وكفاءة في كل من مهامهم اليومية وسير عمل موظفيهم، فالقيادة الرقمية هي نهج قيادي يركز على قيادة التحول الرقمي داخل الشركة وهو ينطوي على الاستخدام الاستراتيجي للموجودات الرقمية للشركة لتحقيق أهدافها التنظيمية، ولكي تتمكن الشركات من البقاء في العصر الرقمي الجديد من خلال تكييف وتحويل استراتيجيات الأعمال إلى استراتيجيات أعمال رقمية، لذا تحتاج قياداتها الرقمية إلى مجموعة من المهارات الرقمية لمساعدتها في المضي قدماً في عملية التحول بناءً على خصائصهم ومعارفهم وخبراتهم مما يؤدون بدورهم إلى أداء أعمال عالي في بيئتها التنافسية (de Araujo, et al., 2021: 46). وبين كل من (Sagbaş & Erdoğan, 2022; 17) بأن القيادة الرقمية هي أسلوب قيادة يركز على تنفيذ التحول الرقمي داخل الشركة فهو يمكنها من رقمنة بيانات العمل وثقافات التعلم الخاصة بها، ويذكر أيضاً أن القائد الرقمي هو الذي يمتلك أفكاراً مبتكرة على المستوى الرقمي ويحفز موظفيه في بيئة رقمية وقادر على إقامة تواصل مستدام مع موظفيه في بيئة رقمية وتطوير الاستراتيجيات الرقمية.

هـ. **ثقافة الريادة الرقمية:** تمثل ثقافة القيادة الرقمية مقدار أو نسبة الشركة التي ترغب في العمل بشكل مستقل داخل المجتمع ويعتمد ذلك على قيم وعادات وتقاليد موظفيها والبيئة المحيطة بها وامتلاكها ثقافة انفتاح الحوار بين موظفيها وامتلاك المرونة في مواجهة التحديات الاجتماعية (Vineela, 2017: 21) وبين (143:2020) أن ثقافة ريادة الأعمال الرقمية أنها بيئة يتم

فيها التأثير على الموظفين وتحفيزهم على التعبير عن أفكارهم أو منتجاتهم المبتكرة وتحمل المخاطر، ويمكن أيضاً القول بأن القيادة جزء من ثقافة ريادة الأعمال حيث يمكن استخدام القيادة الإلكترونية لخلق ثقافة ريادة أعمال فعالة. ووصف الباحثين (Danish,etal,2019:5) ثقافة ريادة الأعمال الرقمية بأنها مواقف وقيم ومهارات وقوة لمجموعة من الموظفين أو موظف يعمل في شركة تعمل في بيئة كثيرة التغيير تتميز بالمخاطر يقوم فيها الموظفون بإنشاء وتنفيذ أفكار جديدة في العمل من أجل تحقيق النجاح التنظيمي وتحدد ثقافة ريادة الأعمال مدى ابتكار المنظمة.

المبحث الثالث: الجانب العملي

يتضمن هذا المبحث الفقرات الآتية:

أولاً. وصف وتشخيص متغيرات وأبعاد البحث: يظهر الجدول رقم (4) نتائج التحليل الوصفي لمتغير سلوك العمل المبتكر بأبعاده الثلاثة (أ. توليد الأفكار، ب. دعم الأفكار، ج. تنفيذ الأفكار) ومتغير ريادة الأعمال الرقمية بأبعاده الخمسة (أ. المعرفة الرقمية، ب. بيئة الأعمال الرقمية، ج. التمويل الرقمي، د. القيادة الرقمية، هـ. الثقافة الريادية الإلكترونية)، وقد تم هذا التحليل لغرض وصف مستويات توافر هذه المتغيرات والأبعاد، عبر استخدام عدد من الأساليب الإحصائية كالوسط الحسابي والانحراف المعياري وأدنى وأعلى قيمة.

جدول (4): وصف متغيرات وأبعاد الدراسة

| المتغيرات والأبعاد | الرمز | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | أدنى قيمة | أعلى قيمة | الأهمية النسبية | شدة الاتفاق |
|--------------------------------|-------|---------------|-------------------|-----------|-----------|-----------------|-------------|
| أ. توليد الأفكار | IWB1 | 4.009 | 0.829 | 2.00 | 5.00 | 80.19% | عالي |
| ب. دعم الأفكار | IWB2 | 4.057 | 0.929 | 1.67 | 5.00 | 81.13% | عالي |
| ج. تنفيذ الأفكار | IWB3 | 3.958 | 0.884 | 2.00 | 5.00 | 79.15% | عالي |
| سلوك العمل المبتكر | IWB | 4.003 | 0.775 | 2.73 | 5.00 | 80.07% | عالي |
| أ. المعرفة الرقمية | DE1 | 3.823 | 0.898 | 2.40 | 5.00 | 76.45% | عالي |
| ب. بيئة الأعمال الرقمية | DE2 | 3.921 | 0.874 | 2.40 | 5.00 | 78.42% | عالي |
| ج. التمويل الرقمي | DE3 | 3.939 | 0.855 | 2.75 | 5.00 | 78.77% | عالي |
| د. القيادة الرقمية | DE4 | 3.830 | 1.003 | 2.40 | 5.00 | 76.60% | عالي |
| هـ. ثقافة الريادية الإلكترونية | DE5 | 3.872 | 0.930 | 2.40 | 5.00 | 77.43% | عالي |
| ريادة الأعمال الرقمية | DE | 3.874 | 0.850 | 2.75 | 5.00 | 77.48% | عالي |

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج (SPSS).

يلاحظ من الجدول رقم (4) ارتفاع مستوى توافر سلوك العمل المبتكر بأبعاده الثلاثة (أ. توليد الأفكار، ب. دعم الأفكار، ج. تنفيذ الأفكار) نظراً لتجاوز قيمة الوسط الحسابي المحتسب للقيمة الفرضية للوسط الحسابي البالغة (3) لمتغير سلوك العمل المبتكر بأبعاده الثلاثة، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لمتغير سلوك العمل المبتكر (4.003)، ويعزز ذلك ارتفاع قيمة الأهمية النسبية والبالغة (80.07%)، كما إنه على مستوى الأبعاد الثلاثة يلاحظ أن بعد (ب. دعم الأفكار) حقق أعلى مستوى

توافر بدلالة الوسط الحسابي البالغ (4.057)، يليه بعد (أ. توليد الأفكار) بوسط حسابي يبلغ (4.009)، وأخيراً بعد (ج. تنفيذ الأفكار) بدلالة الوسط الحسابي البالغ (3.958)، كما تشير القيمة المنخفضة للانحراف المعياري إلى عدم تشتت إجابات أفراد العينة وهذا يدعم اعتمادية نتائج الوسط الحسابي التي تظهر توافر سلوك العمل المبتكر بأبعاده الثلاثة في شركات الاتصالات العراقية (زين العراق، اسياسيل) على مستوى اجمالي العينة. كما يلاحظ من الجدول رقم (17) أيضاً ارتفاع مستوى توافر ريادة الأعمال الرقمية بأبعاده الخمسة (أ. المعرفة الرقمية، ب. بيئة الأعمال الرقمية، ج. التمويل الرقمي، د. القيادة الرقمية، هـ. الثقافة الريادية الالكترونية) نظراً لتجاوز قيمة الوسط الحسابي المحتسب للقيمة الفرضية للوسط الحسابي البالغة (3) لمتغير ريادة الأعمال الرقمية بأبعاده الخمسة، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لمتغير ريادة الأعمال الرقمية (3.874)، ويعزز ذلك ارتفاع قيمة الأهمية النسبية والبالغة (77.48%)، كما انه على مستوى الأبعاد الخمسة يلاحظ أن بعد (ج. التمويل الرقمي) حقق أعلى مستوى توافر بدلالة الوسط الحسابي البالغ (3.939)، يليه بعد (ب. بيئة الأعمال الرقمية) بوسط حسابي يبلغ (3.921)، يليه بعد (هـ. الثقافة الريادية الالكترونية) بوسط حسابي يبلغ (3.872)، يليه بعد (د. القيادة الرقمية) بوسط حسابي يبلغ (3.830)، وأخيراً بعد (أ. المعرفة الرقمية) بدلالة الوسط الحسابي البالغ (3.823)، كما تشير القيمة المنخفضة للانحراف المعياري إلى عدم تشتت إجابات أفراد العينة وهذا يدعم اعتمادية نتائج الوسط الحسابي التي تظهر توافر ريادة الأعمال الرقمية بأبعاده الخمسة في شركات الاتصالات العراقية (زين العراق، اسياسيل) على مستوى اجمالي العينة.

ثالثاً. اختبار الفرضيات:

1. **الفرضية الرئيسية الأولى:** توجد علاقة ارتباط معنوية بين سلوك العمل المبتكر وريادة الأعمال الرقمية في الشركات قيد البحث.

لاختبار هذه الفرضية تم حساب معامل الارتباط لتحديد معنوية وقوة واتجاه العلاقة بين سلوك العمل المبتكر وريادة الأعمال الرقمية في الشركات قيد البحث، ويظهر الجدول رقم (5) نتائج الاختبار.

جدول (5): مصفوفة العلاقة بين سلوك العمل المبتكر وريادة الأعمال الرقمية

| DE | DE5 | DE4 | DE3 | DE2 | DE1 | المتغيرات والابعاد | |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------------|------|
| 0.809** | 0.770** | 0.798** | 0.774** | 0.674** | 0.743** | Pearson | IWB1 |
| 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | Sig. | |
| 0.753** | 0.754** | 0.771** | 0.614** | 0.728** | 0.601** | Pearson | IWB2 |
| 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | Sig. | |
| 0.872** | 0.781** | 0.849** | 0.781** | 0.773** | 0.856** | Pearson | IWB3 |
| 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | Sig. | |
| 0.922** | 0.870** | 0.915** | 0.826** | 0.821** | 0.841** | Pearson | IWB |
| 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | Sig. | |

(**) دال معنوياً عند مستوى دلالة 1%، (*) دال معنوياً عند مستوى دلالة 5%.

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج (SPSS).

يلاحظ من الجدول رقم (5) ما يأتي:

- أ. وجود علاقة ارتباط إيجابية (طردية) معنوية عند مستوى دلالة 5% بين بعد (أ. توليد الأفكار) ضمن متغير سلوك العمل المبتكر ومتغير ريادة الأعمال الرقمية بأبعاده الخمسة (أ. المعرفة الرقمية، ب. بيئة الأعمال الرقمية، ج. التمويل الرقمي، د. القيادة الرقمية، هـ. الثقافة الريادية الإلكترونية)، مما يعني أن ارتفاع مستوى توافر بعد (أ. توليد الأفكار) في بيئة عمال الشركات قيد البحث سيرافقه ارتفاع في مستوى تبني ريادة الأعمال الرقمية بأبعاده الخمسة في هذه الشركات.
- ب. وجود علاقة ارتباط إيجابية (طردية) معنوية عند مستوى دلالة 5% بين بعد (ب. دعم الأفكار) ضمن متغير سلوك العمل المبتكر ومتغير ريادة الأعمال الرقمية بأبعاده الخمسة (أ. المعرفة الرقمية، ب. بيئة الأعمال الرقمية، ج. التمويل الرقمي، د. القيادة الرقمية، هـ. الثقافة الريادية الإلكترونية)، مما يعني أن ارتفاع مستوى توافر بعد (ب. دعم الأفكار) في بيئة عمال الشركات قيد البحث سيرافقه ارتفاع في مستوى تبني ريادة الأعمال الرقمية بأبعاده الخمسة في هذه الشركات.
- ج. وجود علاقة ارتباط إيجابية (طردية) معنوية عند مستوى دلالة 5% بين بعد (ج. تنفيذ الأفكار) ضمن متغير سلوك العمل المبتكر ومتغير ريادة الأعمال الرقمية بأبعاده الخمسة (أ. المعرفة الرقمية، ب. بيئة الأعمال الرقمية، ج. التمويل الرقمي، د. القيادة الرقمية، هـ. الثقافة الريادية الإلكترونية)، مما يعني أن ارتفاع مستوى توافر بعد (ج. تنفيذ الأفكار) في بيئة عمال الشركات قيد البحث سيرافقه ارتفاع في مستوى تبني ريادة الأعمال الرقمية بأبعاده الخمسة في هذه الشركات.
- د. وجود علاقة ارتباط إيجابية (طردية) معنوية عند مستوى دلالة 5% بين متغير سلوك العمل المبتكر ومتغير ريادة الأعمال الرقمية بأبعاده الخمسة (أ. المعرفة الرقمية، ب. بيئة الأعمال الرقمية، ج. التمويل الرقمي، د. القيادة الرقمية، هـ. الثقافة الريادية الإلكترونية)، مما يعني أن ارتفاع مستوى توافر سلوك العمل المبتكر في بيئة عمال الشركات قيد البحث سيرافقه ارتفاع في مستوى تبني ريادة الأعمال الرقمية بأبعاده الخمسة في هذه الشركات، وبناءً على ما سبق من نتائج ضمن مصفوفة الارتباط يمكن القول بقبول الفرضية الرئيسة الأولى.

2. الفرضية الرئيسة الثانية: يمكن اختبار هذه الفرضية على المستوى الكلي والجزئي وكالاتي:

- أ. الاختبار على المستوى الكلي: لاختبار هذه الفرضية تم إعداد معادلة انحدار خطي بسيط لتقدير ريادة الأعمال الرقمية من خلال سلوك العمل المبتكر، وذلك لتحديد مدى تأثير الأخير في ريادة الأعمال الرقمية في الشركات قيد البحث، ويظهر الجدول رقم (6) نتائج الاختبار.

جدول (6): نتائج تأثير سلوك العمل المبتكر في ريادة الأعمال الرقمية

| المستقل | التابع | المعامل الثابت (β_0) | معامل الانحدار (β) | قيمة (T) (Sig.) | قيمة (F) (Sig.) | (R ²) |
|---------|--------|---------------------------------|-------------------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| IWB | DE | -0.177 | 1.012 | 17.063 (0.000) | 291.149 (0.000) | 0.851 |

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج (SPSS).

يلاحظ من الجدول رقم (6) ثبات صحة نموذج معادلة الانحدار بدلالة قيمة (F) البالغة (291.149) عند مستوى دلالة معنوية أقل من 5%، مما يعني إمكانية تقدير ريادة الأعمال الرقمية من خلال سلوك العمل المبتكر، كما تشير قيمة (T) البالغة (17.063) عند مستوى دلالة معنوية أقل من 5% إلى معنوية التأثير، في حين تشير قيمة معامل الانحدار بيتا (β) الموجبة والبالغة (1.012)

إلى أن التأثير إيجابي طردي، بمعنى أن سلوك العمل المبتكر يؤثر إيجاباً في ريادة الأعمال الرقمية عبر تعزيز وترسيخ إمكانيات تبني ريادة الأعمال الرقمية في الشركات قيد البحث، كما تدل قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.851) على أن سلوك العمل المبتكر تفسر ما نسبته (85.1%) من التغيرات الحاصلة في ريادة الأعمال الرقمية.

ب. الاختبار على مستوى أبعاد سلوك العمل المبتكر: لاختبار هذه الفرضية تم إعداد معادلة انحدار متعدد لتقدير ريادة الأعمال الرقمية من خلال الأبعاد الثلاثة (أ. توليد الأفكار، ب. دعم الأفكار، ج. تنفيذ الأفكار) لمتغير سلوك العمل المبتكر، وذلك لمعرفة مدى تأثير هذه الأبعاد الثلاثة في ريادة الأعمال الرقمية في الشركات قيد البحث، ويظهر الجدول رقم (7) نتائج الاختبار.

جدول (7): تأثير الأبعاد الثلاثة لسلوك العمل المبتكر في ريادة الأعمال الرقمية

| المستقل | التابع | المعامل الثابت (β_0) | معامل الانحدار (β) | قيمة (T) (Sig.) | قيمة (F) (Sig.) | (R^2) | Adjusted (R^2) |
|---------|--------|------------------------------|----------------------------|------------------|-------------------|-----------|--------------------|
| IWB1 | DE | - | 0.248 | 2.640 (0.011) | 97.060 (0.000) | 0.856 | 0.847 |
| IWB2 | | | 0.292 | 4.588 (0.000) | | | |
| IWB3 | | | 0.463 | 5.024 (0.000) | | | |

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج (SPSS).

يلاحظ من الجدول رقم (7) ثبات صحة نموذج معادلة الانحدار بدلالة قيمة (F) البالغة (97.060) عند مستوى دلالة معنوية أقل من 5%، مما يعني إمكانية تقدير ريادة الأعمال الرقمية من خلال الأبعاد الثلاثة لمتغير سلوك العمل المبتكر، كما تشير قيمة (T) عند مستوى دلالة معنوية أقل من 5% للأبعاد الثلاثة (أ. توليد الأفكار، ب. دعم الأفكار، ج. تنفيذ الأفكار) إلى معنوية التأثير، في حين تشير قيمة معامل الانحدار بيتا (β) الموجبة إلى أن التأثير إيجابي طردي للأبعاد الثلاثة، بمعنى أن الأبعاد الثلاثة لسلوك العمل المبتكر يؤثر إيجاباً في ريادة الأعمال الرقمية عبر تعزيز وترسيخ إمكانيات تبني ريادة الأعمال الرقمية في الشركات قيد البحث، كما يلاحظ وجود تفاوت في مستوى تأثير هذه الأبعاد الثلاثة، إذ يلاحظ أن بعد (ج. تنفيذ الأفكار) كان الأقوى تأثيراً بدلالة قيمة بيتا (β) البالغة (0.463)، يليه البعد (ب. دعم الأفكار) بدلالة قيمة بيتا (β) البالغة (0.292)، وأخيراً بعد (أ. توليد الأفكار) بدلالة قيمة بيتا (β) البالغة (0.248)، كما تدل قيمة معامل التحديد المعدل (R^2) البالغة (0.847) على أن الأبعاد الثلاثة لسلوك العمل المبتكر تفسر ما نسبته (84.7%) من التغيرات الحاصلة في ريادة الأعمال الرقمية، وبناءً على نتائج الاختبار يمكن القول بقبول الفرضية الرئيسية الثانية.

ثالثاً. اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة: يمكن اختبار هذه الفرضية والتي تنص على وجود فروق ذات دلالة احصائية معنوية بين اجابات افراد عينة الدراسة نحو متغيري البحث تبعاً لمتغيرات (العمر، الجنس، المؤهل العلمي، المنصب الوظيفي، سنوات الخدمة، مكان العمل) من خلال الفرضيات الفرعية الآتي:

1. الفرضية الفرعية الأولى: توجد فروق ذات دلالة احصائية معنوية بين اجابات أفراد عينة الدراسة نحو متغيري البحث تبعا لمتغير العمر: لاختبار هذه الفرضية تم اعتماد اختبار (One Way ANOVA)، والذي يستخدم لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسطات لأكثر من مجموعتين (ثلاث أو أكثر)، إذ من خلال هذا الاختبار يمكن بيان مدى اختلاف آراء وإدراك أفراد العينة لمتغيرات الدراسة وفقاً لفئات العمر الخمس، ويظهر الجدول رقم (8) نتائج الاختبار.

جدول (8): اختلاف مستويات متغيرات الدراسة وفقاً للعمر

| المتغيرات | الرمز | قيمة (F) | Sig. |
|-----------------------|-------|----------|-------|
| سلوك العمل المبتكر | IWB | 18.970 | 0.000 |
| ريادة الأعمال الرقمية | DE | 20.353 | 0.000 |

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج (SPSS).
 يلاحظ من الجدول رقم (8) أن قيمة (F) كانت ذات دلالة معنوية عند مستوى دلالة أقل من 5%، مما يعني وجود فروق معنوية بين متوسطات المجموعات، لذا توجد فروق ذات دلالة احصائية معنوية بين اجابات أفراد عينة الدراسة نحو متغيري البحث تبعا لمتغير العمر، عليه يمكن القول بقبول الفرضية الفرعية الأولى.

2. الفرضية الفرعية الثانية: توجد فروق ذات دلالة احصائية معنوية بين اجابات افراد عينة الدراسة نحو متغيري البحث تبعا لمتغير الجنس.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (T-Test Independent)، وهو اختبار يعتمد في المقارنة بين متوسطات اثنين من المجاميع، إذ يقوم هذا الاختبار على فكرة تحديد الفروق بين مجموعتين اثنتين، ومن ثم يتم التحقق من مدى اختلاف مستويات سلوك العمل المبتكر وريادة الأعمال الرقمية في الشركات قيد البحث تبعا لمتغير النوع الاجتماعي (الجنس)، ويظهر الجدول رقم (9) نتائج الاختبار.

جدول (9): مستوى الفروق لمتغيرات الدراسة حسب الجنس

| المتغيرات | F | Sig. | T | df | Sig. (2-tailed) |
|-------------------|-------|-------|--------|--------|-----------------|
| IWB تساوي التباين | 3.628 | 0.062 | -0.059 | 51 | 0.953 |
| عدم تساوي التباين | | | -0.052 | 15.208 | 0.959 |
| DE تساوي التباين | 1.276 | 0.264 | 0.028 | 51 | 0.978 |
| عدم تساوي التباين | | | 0.026 | 16.051 | 0.980 |

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج (SPSS).
 يلاحظ من الجدول رقم (9) أن هناك تجانس بين تباين المجموعتين بدلالة قيمة (F) عند مستوى دلالة معنوية أكبر من 5%، للمتغيرين (سلوك العمل المبتكر وريادة الأعمال الرقمية)، في حين تشير نتائج اختبار (T) التي سجلت مستوى دلالة أكبر من 5% أيضاً المقابلة لعبارة "تساوي التباين" إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية معنوية بين اجابات أفراد عينة الدراسة نحو متغيري البحث تبعا لمتغير الجنس، عليه ترفض الفرضية الفرعية الثانية.

3. الفرضية الفرعية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة احصائية معنوية بين اجابات أفراد عينة الدراسة نحو متغيري البحث تبعاً لمتغير المؤهل العلمي.

لاختبار هذه الفرضية تم اعتماد اختبار (One Way ANOVA)، والذي يستخدم لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسطات لأكثر من مجموعتين (ثلاث أو أكثر)، إذ من خلال هذا الاختبار يمكن بيان مدى اختلاف آراء وإدراك افراد العينة لمتغيرات الدراسة وفقاً لفئات المؤهل العلمي، ويظهر الجدول رقم (10) نتائج الاختبار.

جدول (10): اختلاف مستويات متغيرات الدراسة وفقاً للمؤهل العلمي

| المتغيرات | الرمز | قيمة (F) | Sig. |
|-----------------------|-------|----------|-------|
| سلوك العمل المبتكر | IWB | 7.701 | 0.000 |
| ريادة الأعمال الرقمية | DE | 5.900 | 0.002 |

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج (SPSS).

يلاحظ من الجدول رقم (10) أن قيمة (F) كانت ذات دلالة معنوية عند مستوى دلالة أقل من 5%، مما يعني وجود فروق معنوية بين متوسطات المجموعات، لذا توجد فروق ذات دلالة احصائية معنوية بين اجابات أفراد عينة الدراسة نحو متغيري البحث تبعاً لمتغير المؤهل العلمي، عليه يمكن القول بقبول الفرضية الفرعية الثالثة.

4. الفرضية الفرعية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة احصائية معنوية بين اجابات أفراد عينة الدراسة نحو متغيري البحث تبعاً لمتغير المنصب الوظيفي.

لاختبار هذه الفرضية تم اعتماد اختبار (One Way ANOVA)، والذي يستخدم لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسطات لأكثر من مجموعتين (ثلاث أو أكثر)، إذ من خلال هذا الاختبار يمكن بيان مدى اختلاف آراء وإدراك افراد العينة لمتغيرات الدراسة وفقاً لفئات المنصب الوظيفي، ويظهر الجدول رقم (11) نتائج الاختبار.

جدول (11): اختلاف مستويات متغيرات الدراسة وفقاً للمنصب الوظيفي

| المتغيرات | الرمز | قيمة (F) | Sig. |
|-----------------------|-------|----------|-------|
| سلوك العمل المبتكر | IWB | 4.687 | 0.003 |
| ريادة الأعمال الرقمية | DE | 5.108 | 0.002 |

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج (SPSS).

يلاحظ من الجدول رقم (11) أن قيمة (F) كانت ذات دلالة معنوية عند مستوى دلالة أقل من 5%، مما يعني وجود فروق معنوية بين متوسطات المجموعات، لذا توجد فروق ذات دلالة احصائية معنوية بين اجابات أفراد عينة الدراسة نحو متغيري البحث تبعاً لمتغير المنصب الوظيفي، عليه يمكن القول بقبول الفرضية الفرعية الرابعة.

5. الفرضية الفرعية الخامسة: توجد فروق ذات دلالة احصائية معنوية بين اجابات أفراد عينة الدراسة نحو متغيري البحث تبعاً لمتغير سنوات الخدمة.

لاختبار هذه الفرضية تم اعتماد اختبار (One Way ANOVA)، والذي يستخدم لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسطات لأكثر من مجموعتين (ثلاث أو أكثر)، إذ من خلال هذا الاختبار يمكن بيان مدى اختلاف آراء وإدراك افراد العينة لمتغيرات الدراسة وفقاً لفئات سنوات الخدمة، ويظهر الجدول رقم (12) نتائج الاختبار.

جدول (12): اختلاف مستويات متغيرات الدراسة وفقاً لسنوات الخدمة

| المتغيرات | الرمز | قيمة (F) | Sig. |
|-----------------------|-------|----------|-------|
| سلوك العمل المبتكر | IWB | 23.190 | 0.000 |
| ريادة الأعمال الرقمية | DE | 21.073 | 0.000 |

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج (SPSS).

يلاحظ من الجدول رقم (12) أن قيمة (F) كانت ذات دلالة معنوية عند مستوى دلالة أقل من 5%، مما يعني وجود فروق معنوية بين متوسطات المجموعات، لذا توجد فروق ذات دلالة احصائية معنوية بين اجابات أفراد عينة الدراسة نحو متغيري البحث تبعا لمتغير سنوات الخدمة، عليه يمكن القول بقبول الفرضية الفرعية الخامسة.

6. الفرضية الفرعية السادسة: توجد فروق ذات دلالة احصائية معنوية بين اجابات أفراد عينة الدراسة نحو متغيري البحث تبعا لمتغير مكان العمل.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (T-Test Independent)، وهو اختبار يعتمد في المقارنة بين متوسطات اثنين من المجاميع، إذ يقوم هذا الاختبار على فكرة تحديد الفروق بين مجموعتين اثنتين، ومن ثم يتم التحقق من مدى اختلاف مستويات سلوك العمل المبتكر وريادة الأعمال الرقمية في الشركات قيد البحث تبعا لمتغير مكان العمل، ويظهر الجدول رقم (30) نتائج الاختبار.

جدول (13): مستوى الفروق لمتغيرات الدراسة حسب مكان العمل

| المتغيرات | F | Sig. | T | df | Sig. (2-tailed) |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|-----------------|
| IWB تساوي التباين | 2.272 | 0.138 | -12.540 | 51 | 0.000 |
| عدم تساوي التباين | | | -12.719 | 50.125 | 0.000 |
| DE تساوي التباين | 1.934 | 0.170 | -19.059 | 51 | 0.000 |
| عدم تساوي التباين | | | -18.743 | 43.959 | 0.000 |

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج (SPSS)

يلاحظ من الجدول رقم (13) أن هناك تجانس بين تباين المجموعتين بدلالة قيمة (F) عند مستوى دلالة معنوية أكبر من 5%، للمتغيرين (سلوك العمل المبتكر وريادة الأعمال الرقمية)، في حين تشير نتائج اختبار (T) التي سجلت مستوى دلالة أقل من 5% المقابلة لعبارة "تساوي التباين" إلى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية معنوية بين اجابات أفراد عينة الدراسة نحو متغيري البحث تبعا لمتغير مكان العمل، عليه تقبل الفرضية الفرعية السادسة، وبناء على نتائج الفرضيات الفرعية الست يمكن القول بقبول الفرضية الرئيسة الثالثة في جميع أبعادها باستثناء بعد الجنس.

المبحث الرابع

الاستنتاجات والمقترحات

أولاً. الاستنتاجات: يمكن ايجازها بالآتي:

1. تمتع الموظفين في الشركات المبحوثة بقدرة عالية على الابتكار وممارسة سلوك العمل المبتكر في شركاتهم ومواكبة كل ما هو جديد وبما يتلاءم مع بيئة الأعمال اليوم التي تحتم على الشركات التي تسعى في البقاء في سوق العمل امتلاك مثل هذه القدرات.

2. سهام الموظفين في الشركات المبحوثة على تقديم خدمات رقمية متميزة لربائنها وذلك بامتلاكهم القدرة على ممارسة الأعمال الرقمية وعلى توليد الأفكار الجديدة في هذا المجال مما يعزز من قدرات الشركات الاتصالات العراقية على المنافسة حتى في الظروف غير المتوقعة التي يمكن ان تشهدها بيئة.
 3. قوة العلاقة الارتباط بين سلوك العمل المبتكر وريادة الأعمال الرقمية فهما وجهان لعملة واحدة وفي جميع التفاصيل سواء كان على المستوى الكلي أو حتى الجزئي وهذا ما يمكن ملاحظته من قيم معامل الارتباط على المستوى الجزئي والكلي.
 4. يمكن التأثير في ريادة الأعمال الرقمية وتعزيزها من خلال زيادة اهتمام الشركات المبحوثة بسلوك العمل المبتكر وأبعاده وخاصة بعد تنفيذ الأفكار الذي كان له اليد الطولى في زيادة دعم ريادة الأعمال الرقمية.
 5. حساسية متغيرات البحث (سلوك العمل المبتكر وريادة الأعمال الرقمية) للأبعاد الديمغرافية للموظفين في الشركات المبحوثة (باستثناء بعد الجنس) وهذا يمكن الشركات المبحوثة من التحكم في متغيرات البحث باتجاه الايجاب (بل وحتى السلب في بعض الأحيان) وبما يخدم أهداف الشركات المبحوثة وأصحاب المصالح المرتبطين بها.
 6. إن سلوك العمل المبتكر وريادة الأعمال الرقمية كالنبته الحساسة التي يمكن أن تتأثر بأبسط الأشياء كمكان العمل الذي تزرع فيه المدرة التي تتلقاها من صاحب العمل من حيث المنصب الوظيفي ومراعاة العمر مما يفرض على قادة الشركات المبحوثة مراعاة ذلك والتعامل بحذر شديد مع الموظفين المسومين بقدرات ومهارات سلوك العمل المبتكر وريادة الأعمال الرقمية.
- ثانياً. المقترحات:** يمكن ايجازها بالآتي:
1. زيادة اهتمام الشركات المبحوثة بقدرات ومهارات سلوك العمل المبتكر في شركاتهم ومواكبة كل ما هو جديد مما يمكنهم من توليد أفكار جديدة بما يتلاءم مع بيئة الأعمال اليوم من خلال تهيئة بيئة داعمة لسلوكهم المبتكر وتدريب الموظفين وزجهم في دورات تدريبية في هذا المجال.
 2. زيادة اهتمام الشركات المبحوثة بقدرات ومهارات ريادة الأعمال الرقمية في شركاتهم ومواكبة تطورات الذكاء الاصطناعي وبما يتلاءم مع بيئة أعمالها الرقمية من خلال تدريب الموظفين وزجهم في دورات تدريبية لزيادة معرفتهم الرقمية في هذا المجال.
 3. إقامة الورش والندوات والمؤتمرات حول أهمية متغيرات البحث ونشر الوعي في البيئة الداخلية والخارجية وبين أصحاب المصالح كافة.
 4. ربط الترقيات وتبوء المناصب في الشركات المبحوثة بامتلاك مهارات وقدرات سلوك العمل المبتكر لموظفيها لتمكنها من تعزيز ريادة الأعمال الرقمية في بيئته الرقمنة وجعلها متطلب أساسي لنيل منصب جديد.
 5. الاستعانة بمهارات وقدرات سلوك العمل المبتكر من أجل زيادة مشاريع الاعمال الريادية الرقمية المستقبلية وكونها تمثل مصدر تعزيز فعال للميزة التنافسية المستدامة في مجال عملها.
 6. صياغة نظام حوافز ومكافئات يشجع ويدفع باتجاه تبني قدرات ومهارات سلوك العمل المبتكر للموظفين لتوليد ودعم وتنفيذ الأفكار الجديدة لتعزيز ريادة الأعمال الرقمية في شركاتها.

المصادر

أولاً. المصادر العربية

أ. الرسائل والأطاريح الجامعية

1. الجابري، ليث شناوة حسن. (2020). الاحتواء الاستراتيجي كمتغير تفاعلي بين القيادة العاكسة وريادة الأعمال الرقمية/ دراسة تحليلية لآراء عينة من عمداء واعضاء الهيئة التدريسية في جامعة الكفيل في النجف الاشرف.

ب. المجلات والدوريات

1. امين، امنة هادي، والعنزي، قاسم محمد. (2022). دور القيادة الريادية في التأثير على السلوك المبتكر للعاملين في المنظمات الصحية: دراسة تحليلية مجلة الغاري للعلوم الاقتصادية والإدارية، 18(4)، 266-237.

أولاً. المصادر الأجنبية:

A. Theses & Dissertations

1. Pukiene, Aiste, "Innovative work Behavior – The role of Human Resource Management and Affective Commitment" Scott, (2016), Thesis for Master, University Management and Economics.
2. van Essen, H. J. (2024). Innovation Energy on Converting Employees' Innovation Properties Into Innovative Work Behaviour.

B. Journals & Periodicals

1. Ahmed, F., Naqshbandi, M. M., Waheed, M., & Ain, N. U. (2024). Digital leadership and innovative work behavior: impact of LMX, learning orientation and innovation capabilities. Management Decision.
2. Amadi, C., Zubairu, U. M., Sakariyan, O. B., & Paiko, I. I. (2021). Digital Entrepreneurship in the Last Decade: A Systematic Review. Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship, 5(2), 64-78.
3. Al-Rubaye, M. H. A., & Al-Ta'ib, A. H. K. (2023). The Impact of Digital Knowledge Management on Tax Compliance Efficiency: An Empirical Study of the General Tax Authority. Tikrit Journal of Administrative and Economic Sciences, 19(62), 434-455.
4. Abbas, F. A. (2023). The role of digital knowledge sharing to enhance the financial innovation system (Exploratory research for some private commercial banks in the province of Najaf) Al-Qadisiyah Journal for Administrative and Economic Sciences Volume 25, Issue 3.
5. Afsar, B., & Umrani, W. A. (2020). RETRACTED: Does thriving and trust in the leader explain the link between transformational leadership and innovative work behaviour? A cross-sectional survey. Journal of research in nursing, 25(1), 37-51.
6. Akram, T., Lei, S., Haider, M. J., & Hussain, S. T. (2020). The impact of organizational justice on employee innovative work behavior: Mediating role of knowledge sharing. Journal of Innovation & Knowledge, 5(2), 117-129.
7. Abun, D., & Ruadap-Macaspac, L. G. (2023). Promoting Innovative Work Behavior Through Innovative Work Environment. Divine Word International Journal of Management and Humanities, 2(3), 374-412.

8. Andrabi, N. F., & Rainayee, R. A. (2020). Emotional intelligence and innovative work behaviour: A review. *International Journal of Engineering and Management Research*, 10.
9. Arini, D. U. (2024). FACTOR ANALYSIS OF INNOVATIVE WORK BEHAVIOR IN IT EMPLOYEES WITH MILLENNIAL GENERATION CHARACTERISTICS. *Journal of Syntax Literate*, 9(11).
10. Bandera, C., Helmy, M., & Shehata, R. (2016, October). Orthogonal dimensions in digital entrepreneurship. In 7th Annual George Washington University (GWU)-International Council for Small Business (ICSB) Global Entrepreneurship Research and Policy Conference
11. Bawuro, F. A., Shamsuddin, A., Wahab, E., & Chidozie, C. C. (2019). Prosocial motivation and innovative behaviour: An empirical analysis of selected public university lecturers in Nigeria. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(9), 1187-1194.
12. Bednall, T. C., E. Rafferty, A., Shipton, H., Sanders, K., & J. Jackson, C. (2018). Innovative behaviour: how much transformational leadership do you need?. *British Journal of Management*, 29(4), 796-816.
13. Danish, R. Q., Asghar, J., Ahmad, Z., & Ali, H. F. (2019). Factors affecting "entrepreneurial culture": the mediating role of creativity. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(1), 1-12.
14. De Spiegelaere, S., Van Gyes, G., Vandekerckhove, S., & Hootegem, G. V. (2012). Job design and innovative work behavior: Enabling innovation through active or low-strain jobs?. Available at SSRN 2158618.
15. de Araujo, L. M., Priadana, S., Paramarta, V., & Sunarsi, D. (2021). Digital leadership in business organizations. *International Journal of Educational Administration, Management, and Leadership*, 45-56.
16. Fan, W., Wu, H., & Liu, Y. (2022). Does digital finance induce improved financing for green technological innovation in China?. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, 2022(1), 6138422
17. Fadel, K. A. (2023). Hela Frikha Moalla, University of Sfax Khariya Abed Fadel, University of Sfax. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 29(3).
18. Fadel, K.C., & Moalla, H.F,& Benamor,W.D. (2024). The Role of The Ethical Climate In Promoting The Innovative Behavior of Employees An Analytical Study of The Opinions of Faculty Members of Technical Institutes In The Middle Euphrates.*Journal of Sustainable Studies*. Fifth year / fifth volume / fourth issue. For the year 2023 AD - 4445 AH
19. Jong, J. P. J. (2007). Individual Innovation: The connection between leadership and employees' innovative work behavior. Amsterdam, The Netherlands:: EIM.
20. Haider, M. H. (2017). Internal marketing and employee's innovative work behaviour: The mediating role of job embeddedness and social capital. *NICE Research Journal*, 29-46.

21. Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353-375.
22. Kokolek, N., Jakovic, B., & Curlin, T. (2019). DIGITAL KNOWLEDGE AND SKILLS—KEY FACTORS FOR DIGITAL TRANSFORMATION. *Annals of DAAAM & Proceedings*, 30.
23. Islam, T., Zahra, I., Rehman, S. U., & Jamil, S. (2024). How knowledge sharing encourages innovative work behavior through occupational self-efficacy? The moderating role of entrepreneurial leadership. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 73(1/2), 67-83.
24. Intan, S. D., & Tjakraatmadja, J. (2024). ASSESSING THE HUMAN DIMENSION OF DIGITAL LEADERSHIP TO SUCCESSFUL DIGITAL TRANSFORMATION. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 1293-1312.
25. LISBET, Z. T., ARAFAH, W., & ASEANTY, D. (2023). The Influence of Employee Wellbeing and Employee Resilience on Innovation Work Behavior Mediated By Work Climate in the Insurance Industry in DKI Jakarta. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 4(3), 865-878.
26. Girotra, K., Terwiesch, C., & Ulrich, K. T. (2010). Idea generation and the quality of the best idea. *Management science*, 56(4), 591-605.
27. Gumilang, D. R. F., & Sunaryo, S. (2021). Proactive Personality And Innovative Behavior: Role Of Task Conflict And Work Autonomy (Study On State Civil Personnel In The City Government Of Surakarta). *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(07), 332-350.
28. Goyal, J. (2023). DIGITAL KNOWLEDGE REVOLUTION IN THE 21ST CENTURY: PROGRESS AND PROSPECTS.
29. Gomber, P., Koch, J. A., & Siering, M. (2017). Digital Finance and FinTech: current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 87, 537-580
30. Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational and organizational psychology*, 73(3), 287-302.
31. Martens, R. (2018). An analysis of the relationship between leadership style and lean expressed through respect, proactivity, and innovative work behavior (Doctoral dissertation, The University of New Mexico)..
32. Marić,s.,Bijekić,r., Raković,l., Vuković,v.,& Upiparipović,b.(2023). ENTREPRENEURSHIP IN THE DIGITAL ERA. 10th REDETE Conference 2023 RESEARCHING ECONOMIC DEVELOPMENT AND ENTREPRENEURSHIP IN TRANSITION ECONOMIES CONFERENCE PROCEEDINGS.
33. Naudé, W. (2024). Destructive digital entrepreneurship. In *Handbook of Research on Entrepreneurship and Conflict* (pp. 292-328). Edward Elgar Publishing..
34. Nayyar, A. N. A. N. D., Rameshwar, R. U. D. R. A., & Solanki, A. R. U. N. (2020). Internet of Things (IoT) and the digital business environment: a standpoint inclusive cyber space, cyber crimes, and cybersecurity. In *The evolution of business in the cyber age* (pp. 111-152). Apple Academic Press.

35. Paul, J., Alhassan, I., Binsaif, N., & Singh, P. (2023). Digital entrepreneurship research: A systematic review. *Journal of Business Research*, 156, 113507.
36. Rahmanto, A. A., Yuliyanto, R. (2024). Research trends in digital entrepreneurship education: A bibliometric analysis. *Global Journal of Business, Economics, and Management: Current Issues* Volume 14, Issue 3, (2024) 158-170.
37. Rashidi, R., Yousefpour, S., Sani, Y., & Rezaei, S. (2013). Presenting a butterfly ecosystem for digital entrepreneurship development in knowledge age. In 2013 7th 213 International Conference on Application of Information and Communication Technologies (pp. 1-4). IEEE
38. Senyo, P. K., Liu, K., & Effah, J. (2019). Digital business ecosystem: Literature review and a framework for future research. *International journal of information management*, 47, 52-64.
39. Tsai, C., Zdravkovic, J., & Stirna, J. (2022). Modeling digital business ecosystems: a systematic literature review. *Complex Systems Informatics and Modeling Quarterly*, (30), 1-30.
40. Sağbaş, M., & Erdoğan, F. A. (2022). Digital leadership: a systematic conceptual literature review. *İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 3(1), 17-35.
41. RICHER, M. C., Ritchie, J., & Marchionni, C. (2009). 'If we can't do more, let's do it differently!': using appreciative inquiry to promote innovative ideas for better health care work environments. *Journal of nursing management*, 17(8), 947-955
42. Sahut, J. M., Iandoli, L., & Teulon, F. (2021). The age of digital entrepreneurship. *Small Business Economics*, 56(3), 1159-1169.
43. Sumual, T., Sumual, S., Setyaningsih, S., Kalalo, D. K., Lolong, R. F., & Koessoy, H. M. (2023). INNOVATION WORK BEHAVIOR: NEW MODEL TO SUCCESSFUL ORGANIZATION. REVIEW OF MULTIDISCIPLINARY EDUCATION, CULTURE AND PEDAGOGY, 3(1), 8-28.
44. Suspahariati, S., Khairani, C., Faizah, N. M., Raule, J. H., & Faizin, F. (2024). The Influence of Perceived Organizational Culture and Transformational Leadership on Innovative Work Behavior PT. Sumber Cipta Multiniaga (DSO Jombang). *MSJ: Majority Science Journal*, 2(3), 49-60.
45. Vineela, G., S. (2017). DIGITAL ENTREPRENEURSHIP. *International Journal of Innovative Research in Engineering & Multidisciplinary Physical Sciences*, Volume 5, Issue 4, 17-24.
46. Wang, M. (2024). A Study of the Impact of Digital Finance on the High-Quality Development of Manufacturing Firms. *Journal of Modern Economics & Management Forum*, Volume 5 Issue 3, 407-410.
47. Zainal, M. A., & Matore, M. E. E. M. (2019). Factors influencing teachers' innovative behaviour: A systematic review. *Creative Education*, 10(12), 2869.