

تعزيز القدرة الإبداعية في منظمات الأعمال من خلال التحول الرقمي

دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس

Enhancing creative capacity in business organizations through digital transformation

-A field study of the Sonelgaz Distribution Directorate in Souk Ahras

أ.د. رقايقية فاطمة الزهراء *

مخبر بحوث ودراسات إقتصادية، جامعة محمد الشريف مساعديّة بسوق أهراس - الجزائر

f.reguaiguia@univ-soukahras.dz

تاريخ النشر: 2024/12/15

تاريخ القبول للنشر: 2024/11/02

تاريخ الاستلام: 2024/10/02

ملخص:

هدفت الدراسة إلى قياس وتحليل علاقات الارتباط والأثر بين الابتكار الرقمي بأبعاده الثلاثة والقدرة الإبداعية في المؤسسة بأبعاده الستة، وقد تم جمع البيانات من (34) موظفا في المديرية بالاعتماد على الإستبانة بوصفها أداة للقياس وباستخدام عدد من الأساليب الإحصائية لاختبار فرضيات الدراسة تمت المعالجة الإحصائية لتحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS، وقد توصلت نتائج اختبار الفرضيات بعد تحليلها وتفسيرها إلى وجود علاقة أثر وارتباط ذات دلالة معنوية إحصائية بين الابتكار الرقمي والقدرة الإبداعية بمختلف أبعادهم. كما قدمت الدراسة بعض المقترحات تخص المؤسسات بمختلف أنواعها ومديرية التوزيع سونلغاز على وجه التحديد والخروج بمقترحات بصدد الدراسات المستقبلية.

الكلمات المفتاحية: تحول رقمي، إبداع، قدرة إبداعية.

تصنيفات JEL: M13, M15, M21

Abstract :

The study aimed to measure and analyze the correlation and impact between digital innovation in its three dimensions and the creative ability in the institution in its six dimensions.

The data was collected from (34) employees in the directorate by relying on the questionnaire as a measurement tool, and by using a number of statistical methods to test the hypotheses of the study. The statistical processing was done to analyze the data using the SPSS program.

The results of hypothesis testing have found a statistically significant effect and correlation between digital innovation and creative ability in their various dimensions

The study also made some recommendations for institutions of all kinds and the Sonelgaz Distribution Directorate in particular.

Keywords: digital transformation , creativity, creative ability.

Jel Classification Codes: M13, M15, M21.

* المؤلف المراسل.

تعزيز القدرة الإبداعية في منظمات الأعمال من خلال التحول الرقمي

دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس

1. مقدمة:

ينطلق العالم اليوم بخطى متسارعة نحو عصر رقمي جديد، تكتب فيه التطورات التكنولوجية فصلا جديدا من فصول العلاقة بين المواطن والدولة، حيث تغلغت التكنولوجيا في حياة الأفراد والمجتمعات وأصبح المستهلك الرقمي هو ذاته مواطنا رقميا لديه توقعات مماثلة من الحكومات لتقديم تغييرات جذرية في آليات عملها، وطريقة تقديم الخدمات العامة الرقمية عالية الجودة، وهو ما يعني الدخول في عهد جديد من تقديم تلك الخدمات، يصبح فيه الابتكار ركيزة أساسية لمواكبة التطورات التكنولوجية واستخدامها في الوفاء بمتطلبات وتوقعات المواطنين.

ومن هذا المنطلق تتضح معالم إشكالية الدراسة كالتالي:

ما دور التحول الرقمي في تعزيز القدرة الإبداعية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس؟

وقد انبثق عن الإشكالية السابقة التساؤلات الفرعية التالية:

- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي الإداري والقدرة الإبداعية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي الخدمي والقدرة الإبداعية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي التسويقي والقدرة الإبداعية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس؟

وللإجابة على التساؤلات السابقة تم صياغة هذه الفرضيات:

1.1 الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي والقدرة الإبداعية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس، وتتفرع عنها الفرضيات الفرعية التالية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي الإداري والقدرة الإبداعية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس؟
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي الخدمي والقدرة الإبداعية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس؟
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي التسويقي والقدرة الإبداعية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس؟

2.1 أهمية الموضوع: يكتسب البحث أهمية علمية سواء من الناحية النظرية أو من الناحية الميدانية تمثلت في:

- الأهمية النظرية: والتي ستكشف عن إجابات التساؤلات المطروحة التي تعد مدخلا نظريا لكل من التحول الرقمي والقدرات الإبداعية للمؤسسة، بما يكفل سد ولو جزء بسيط من حاجة المتبعين لهذا النوع من الدراسات، بالإضافة إلى أهمية موضوع التحول الرقمي والقدرة الإبداعية ودورهما في تفعيل وتطوير تنافسية المؤسسة الوطنية.
- الأهمية الميدانية: تتمثل باختبار علاقتي الارتباط والأثر، القائمتين بين كل من التحول الرقمي ودرجة تفعيل القدرات الإبداعية للمؤسسة، كما أن هذا البحث يعد محاولة لإثراء من يهتم الأمر من مسيري المؤسسات لأهمية وضرورة موضوع التحول الرقمي، وما له من دور خاصة في ظل التقلبات التي يشهدها المحيط اليوم.

3.1. أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى:

❖ إظهار دور التحول الرقمي في المؤسسات الاقتصادية:

❖ معرفة مدى إدراك المؤسسات لأهمية التحول الرقمي في ظل الظروف الراهنة التي تشهدها:

❖ محاولة التوصل إلى جملة من الاقتراحات والتوصيات التي يمكن أن تساهم في إنعاش الفكر التسييري للمؤسسات.

4.1. الدراسات السابقة: حظي موضوع التحول الرقمي والقدرة الإبداعية بمكانة مرموقة في الآونة الأخيرة، فمن بين الدراسات السابقة في هذا المجال نجد:

❖ دراسة: مراد مهدي ، نصيرة يحيوي، (2020)، بعنوان: الإبداع التكنولوجي آلية لتعزيز دعائم لميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية -، هدفت الدراسة إلى معرفة محددات الإبداع التكنولوجي على مستوى المؤسسة الاقتصادية، مع محاولة الكشف عن الدور الذي يلعبه الإبداع التكنولوجي في تنمية الميزة التنافسية، من أهم ما توصلت إليه الدراسة أن هناك مصدرين للميزة التنافسية بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية وهما مصادر داخلية متمثلة أساسا في الموارد التي تمتلكها المؤسسة وأخرى خارجية متمثلة أساسا في إستراتيجية التنافس الثلاث وهي التكلفة الأقل ، تميز المنتج والتركيز .

❖ دراسة: رابح دارم ، سيد أحمد حاج عيسى، قاسمية لحشم (2020): بعنوان: معوقات الابتكار الرقمي في المؤسسات الجزائرية -دراسة حالة عينة من المؤسسات الجزائرية -هدفت الدراسة إلى تحديد طبيعة عملية تبني وتطبيق الابتكار الرقمي، وأهم معوقات تبنيه في المؤسسات الجزائرية، من خلال توضيح المفهوم العام للإبتكار وأنواعه وأهمية لجوء المؤسسات إلى الإبتكار الرقمي كمدخل للتميز والريادة في عالم الأعمال، بالإضافة إلى التعرف على المتطلبات الواجب توافرها في كل مرحلة من مراحل التبني والتطبيق لهذا الإبتكار الرقمي، وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها أن الإبتكار الرقمي في المؤسسات الحديثة ليس غاية في حد ذاته وإنما هو وسيلة تخدم الرؤية الإستراتيجية للمؤسسات ولن يتم التمكن من تمييز الإبتكار الرقمي ضمن المؤسسة الاقتصادية إلا إذا توافرت مجموعة من المقومات الضرورية وعلى رأسها ثقافة المؤسسة والإرادة الفعلية للمسيرين لإكتشاف وتثمين المواهب الموجودة ضمن طاقمها ومنح هؤلاء الإستقلالية، الوقت الوسائل والسلطة الكافية لتمكينهم من العمل على تحقيق الأفكار الإبتكارية وتجريبها .

❖ دراسة صبرينة ترغيني: بعنوان: دور التفكير الإستراتيجي في تفعيل القدرات الإبداعية للمؤسسة -دراسة حالة مجمع صيدال، (2014-2015)، هدفت الدراسة إلى إظهار دور التفكير الإستراتيجي في المؤسسات الاقتصادية، ومعرفة مدى إدراك المؤسسات لأهمية تبني تفكير إستراتيجي في ظل الظروف الراهنة التي تشهدها وعلى رأسها المنافسة، وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: أن القدرة الاستيعابية بالنسبة لمجمع صيدال تتمثل في تجسيد وتوظيف المعارف المكتسبة من موظفيه ومن علاقات الشراكة، وبنود التكوين التي يفرضها مجمع صيدال في معظم اتفاقياته، ومن خلال الاستثمار في البحث والتطوير، حيث يستغل المجمع المعرفة التي يكتسبها في منتجاته النهائية وتمثل القدرة على التكيف بالنسبة للمجمع من خلال إدخال تعديلات على منتجاته التي تتميز بالتجديد والتطوير المستمرين، ومن خلال تحديث التكنولوجيا المستعملة بناء على المستجدات التي يعرفها المحيط التكنولوجي، أما قدرة المجمع على التفكير مصدرها جهود بحثية (في مخابر متخصصة)، وتحصيل المعلومات حول الأسواق والمنافسين، وإشراك الموظفين في جلسات لتوليد الأفكار.

❖ دراسة: "يوسف عبد عطية بحر" و"توفيق عطية توفيق العجلة" (سنة 2011): بعنوان القدرات الإبداعية وعلاقتها بالأداء الوظيفي لمديري القطاع العام دراسة تطبيقية على المديرين العاملين بوزارات قطاع غزة، توصلت هذه الدراسة إلى أن

تعزيز القدرة الإبداعية في منظمات الأعمال من خلال التحول الرقمي

دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس -دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق

جميع القدرات الإبداعية تتوفر لدى المديرين العاملين بوزارات قطاع غزة بدرجة عالية، وهي مرتبة على النحو التالي (القدرة على التحليل والربط، قبول المخاطرة، الطلاقة الفكرية، المرونة الذهنية، الأصالة، الاحتفاظ بالاتجاه أو التركيز والانتباه، الحساسية للمشكلات).

وما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة:

تميزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في إظهارها لدور التحول الرقمي ما لم تتناوله العديد من الدراسات وربطها بالمتغير التابع القدرة الإبداعية، على اعتبار أن التحول الرقمي أحد أهم الآليات التي تمكن المؤسسة من تنمية الميزة التنافسية وتحقيق العوائد الإستراتيجية لأنشطة الإبداع الذي يمكنها من تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

2. التحول الرقمي في منظمات الأعمال

اغلب مؤسسات دول العالم أدركت أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والفرص التي تتيحها وسارعت في خوض غمار التحول الرقمي لغرض مواكبة التطورات المذهلة في هذا المجال.

1.2. تعريف التحول الرقمي

نتيجة لحدثة مفهوم التحول الرقمي لا يوجد إجماع في الأدبيات المتوفرة حول تعريف موحد له حيث يعتبر Westerman أن التحول الرقمي يشير "إلى استخدام التكنولوجيا لتحسين أداء المؤسسات بشكل جذري" كما أن التحول الرقمي يعكس "استخدام التقنيات الرقمية الجديدة (كوسائل التواصل الاجتماعي أو الهاتف المحمول أو التحليلات أو الأجهزة المدمجة) لتمكين تحسينات الأعمال الرئيسية (مثل تحسين تجربة العملاء أو تبسيط العمليات أو إنشاء نماذج أعمال جديدة".

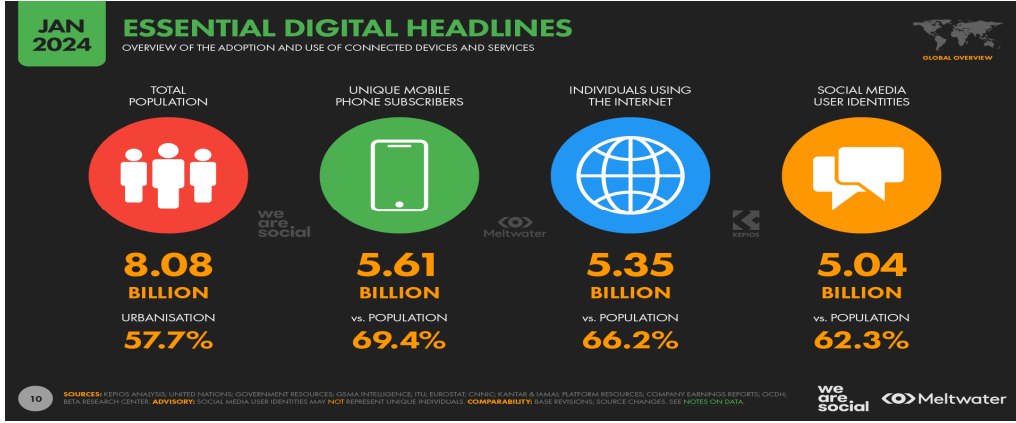
في نفس الإطار عرف Mhlungu التحول الرقمي بأنه "التدخلات الإستراتيجية التي تعزز القدرة الرقمية التنظيمية بهدف تحسين عمليات المنظمة ومنتجاتها وخدماتها ونماذج أعمالها لإرضاء عملائها. وفقا لمصطلحات Gartner Glossary "فان الرقمنة هي عملية التغيير من الشكل التماثلي إلى الرقمي المعروف أيضا باسم التمكين الرقمي، وبطريقة أخرى فان التحول الرقمي يأخذ عمليات تمثيلية ويغيرها إلى شكل رقمي دون أي تغييرات مختلفة في العملية نفسها" (معوج عبد الحكيم، 2020، ص323).

يرى كل من (Lankshear,Knobel) أن التحول الرقمي هو ثورة ذات المستوى الثالث والأقصى في مجال الرقمنة، والتي يتم بلوغها من خلال الاستخدامات الرقمية التي تتم من خلال الابتكار والإبداع ومن خلال التحفيز على التغيير في المجال المهني وخاصة المعرفي.

وعليه، فإن التحول الرقمي لا يعني فقط التحول نحو استخدام التكنولوجيا داخل حدود الشركة، بل هو برنامج شامل يشمل الشركة ككل بشكل أساسي من حيث أساليب العمل داخليا وخارجيا ومن حيث تقديم الخدمات للعملاء المستهدف لتقديم الخدمات بسهولة وسرعة، وبالتالي يدفع التحول الرقمي الشركات إلى تغيير نماذج أعمالها والتكيف مع واقع السوق الجديد.

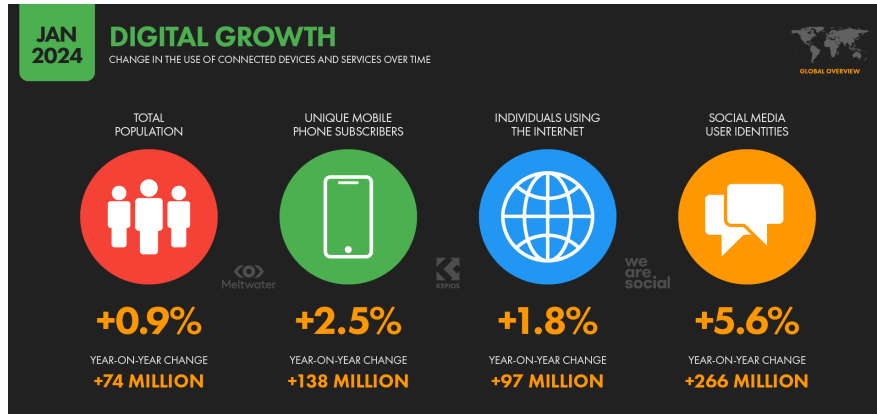
ويوضح الشكلين تطور الرقمنة في العالم لسنة 2024

الشكل رقم 01: إحصائيات حول استخدام الانترنت، مواقع التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية حول العالم في جانفي 2024



Source :Digital Around the Word 2024 , en site web : <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report> , consulté le (16/02/2024) (15.00)

الشكل رقم 02- تطور مستخدمي الانترنت .مواقع التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية حول العالم من جانفي 2023 إلى جانفي 2024



Source :Digital Around the Word 2024, op, cité .

فإلى غاية شهر جانفي 2024 بلغ عدد مستخدمي الانترنت حول العالم 5.35 بليون مستعمل بزيادة قدرت 1.8% منذ شهر جانفي 2023. هذه الزيادة رافقتها زيادة في عدد مستعملي مواقع التواصل الاجتماعي بـ 5.04 بليون شخص بزيادة نسبتها 5.6% ، أما فيما يخص عدد مستعملي الهاتف الذكي فقد زاد بنسبة ليصل العدد إلى 5.61 بليون مستعمل خلال شهر جانفي 2024.

فالتحول الرقمي في منظمات الأعمال يسير على خطى ما يمليه السوق والسلوكيات الجديدة والعادات المتجددة للزبائن وتبنيمهم لتكنولوجيا جديدة، مما يتوج على المؤسسة التحول لمقابلة توقعات وتطورات السوق والزيون وتلبية رغباته واستباقها وحتى خلق رغبات جديدة مع البحث عن إنشاء قيمة له وتحسين تجربته.

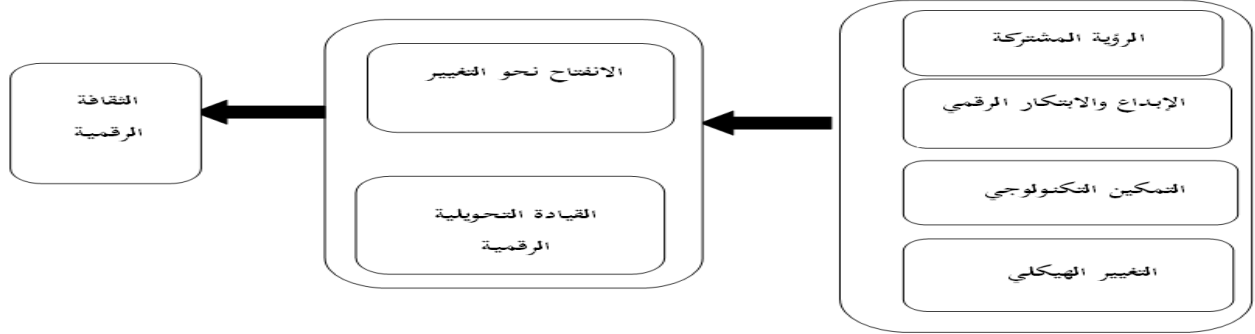
تعزيز القدرة الإبداعية في منظمات الأعمال من خلال التحول الرقمي

دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس -دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق

2.2. العوامل المساهمة في إنجاح التحول الرقمي في منظمات الأعمال

اهتمت الدراسات الحديثة بمساعدة المنظمات على نجاح التحول الرقمي، حيث أوضحت هذه الأخيرة مجبرة على تطوير وتقديم خدمات أفضل ولن تنجح في تحول عملياتها نحو رقمنة قطاعها إلا بعد البحث عن العوامل التي تساعدها في أول مرحلة وهي بناء الثقافة الرقمية، ومن بين تلك العوامل ما يبينه الشكل الموالي .

الشكل رقم 03- العوامل المساهمة في بناء الثقافة الرقمية في منظمات الأعمال



المصدر : فطيمة رابحي، صليحة كاريش ، العوامل المؤثرة في إرساء الثقافة الرقمية : دراسة تطبيقية لمديريات وزارة التجارة ، مجلة دراسات العدد الإقتصادي ، المجلد (12)، العدد(01) ، الأغواط ، 2021 ص: 20

❖ الرؤية المشتركة: تعتمد صياغة الرؤية على استشراف المستقبل الذي تتطلع إليه المؤسسات، فالرؤية مظلة الارتباط بين الرسالة والغايات والتي تسعى المؤسسات لتحقيقها، كما أنها تمثل تعتبر كمحرك أساسي لتنفيذ الأهداف الإستراتيجية، الهدف من الرؤية المشتركة هو العمل الجماعي ومشاركة الموظفين في اتخاذ القرار.

❖ الإبداع والابتكار الرقمي: بما أن المؤسسات تعمل في ظل ظروف متغيرة ومعقدة تفرض عليها تحديات متباينة وكبيرة، الأمر الذي يتطلب امتلاك قدرات عالية وتقنيات حديثة تمكنها من تطوير عملها وإيجاد حلول وابتكارات متطورة ومعالجات جديدة لتلك التحديات، يعتبر هذا العامل من أهم العوامل الذي يحتاجه المجال الرقمي لإثراء المؤسسة بأنظمة جديدة تساعدها على نشر الثقافة الرقمية في المؤسسة.

❖ التمكين التكنولوجي: تتمثل في إستراتيجية تنظيمية ومهارة جديدة تهدف إلى إعطاء الأفراد الصلاحيات والمسؤوليات والحرية في أداءهم للعمل دون تدخل مباشر من الإدارة، وتوفير الموارد وبيئة العمل المناسبة لتأهيلهم مهنيًا، الهدف أولاً تمكين العاملين من استعمال التكنولوجيات الحديثة عبر التدريب المستمر وثانياً تمكين المؤسسة من اقتناء المعدات اللازمة لرقمنه قطاعها.

❖ التغيير الهيكلي: يجب أن تكون للمؤسسات هيكل إداري مرن قابل للتغيير خاصة في عصر التكنولوجيا، وتحتاج المؤسسات إلى وحدات مختصة في المجال الرقمي فيغيابها تغييب الثقافة الرقمية.

❖ الانفتاح نحو التغيير: تعتبر الثقافة عنصرًا مهمًا يؤثر على قابلية المؤسسة للتغيير وقدرتها على مواكبة التطورات الجارية من حولها، فكلما كانت قيم المؤسسة مرنة ومتطلعة للأفضل كانت المؤسسة أقدر على التغيير وأحرص على الاستفادة منه.

❖ القيادة التحولية الرقمية: تحتاج الثقافة الرقمية لإرسائها نوعين من القيادة منها التحولية والرقمية اعتبار أن المؤسسة تحتاج في المجال الرقمي إلى القيادة الرقمية القوية بفضل إستراتيجيتها للتحول الرقمي، تقود هته الأخيرة وتطور الثقافة التنظيمية إلى رقمية بتطوير المواهب وتشجيعهم، كما يكون لها الدور في التنسيق بين تكنولوجيا المعلومات وإستراتيجية

العمل، حيث تشارك القيادة الرقمية في الارتباط الاستراتيجي بين العوامل البشرية وعوامل التكنولوجيا وتكنولوجيا المعلومات.

3. مضمون القدرة الإبداعية

أصبح الإبداع اليوم مصدرا حرجا للميزة التنافسية، ولا يتحقق لها ذلك إلا من خلال حاجتها إلى قدرات إبداعية وبموجب ذلك أصبحت المنظمات بحاجة إلى تطبيق طرق جديدة في الإدارة الإستراتيجية تستند فيها إلى إعادة تشكيل المنظمة لتعمل في إطار القدرات الإبداعية.

1.3. ماهية القدرة الإبداعية

القدرات الإبداعية هي الاستعدادات العقلية التي يلزم توافرها للأشخاص حتى يقوموا بأنواع من السلوك الإبداعي والتي تميز الشخص المبدع القادر على التفكير الإبداعي ومن أهمها ما يلي:

❖ **الإصالة:** وهي القدرة على الإتيان بأفكار جديدة نادرة ومفيدة وغير مرتبطة بتكرار أفكار سابقه، (الشريبي زكريا آخرون 2002، ص109)

❖ **أطلاقه:** الطلاقة بنك القدرة الإبداعية لذلك فمن المرجح أن يتميز الشخص المبدع بالطلاقة في التفكير (الطيبي محمد 2001، ص55).

❖ **المرونة:** وهي المقدرة على اتخاذ الطرق المختلفة والتفكير بطرق مختلفة أو بتصنيف مختلف عن التصنيف العادي وبالنظر للمشكلة من أبعاد مختلفة (إبراهيم عبد الستار، 2002، ص25).

❖ **الحساسية للمشكلات:** ويقصد بها الوعي بوجود مشكلات أو حاجات أو عناصر ضعف في البيئة. (حروان فتحي، 2002 ص157)

❖ **قبول المخاطرة:** وهي مدى شجاعة الفرد في تعريض نفسه للفشل أو النقد وتقديم تخمينات والعمل تحت ظروف غامضة والدفاع عن أفكاره الخاصة (فهد الشمري، 2002، ص196).

2.3. متطلبات تشكيل قدره الإبداعية في منظمات الأعمال

لكي تتمكن المؤسسة من امتلاك القدرات الإبداعية لابد من امتلاك هل المقومات التي تمكنها من تشكيل هذه القدرات والتي تشمل ما يلي:

❖ **التعلم التنظيمي:** وهو الذي يسمح بتشكيل الكفاءات المحورية انطلاقا من تجارب المؤسسات أو التجارب الفردية باعتبارها أساس القدرات الديناميكية (طارق حسن محمد الأمين، 2006، ص89)، كما انه اكتساب معرفة جديدة من الفاعلين القادرين والراغبين في تطبيق معرفتهم في اتخاذ القرارات أو التأثير في المنظمة.

❖ **مصادر الإبداع:** وتشمل رأس المال الفكري والموارد المادية باعتبارها عامل أساسي لتشكيل القدرات الإبداعية وتحول المعرفة والمهارات والأفكار والموارد إلى منتجات وعمليات ونظم جديدة لفائدة المؤسسة ومختلف الأطراف ذات المصلحة (بلبلولة إيمان، 2010، ص05).

4. الدراسة الميدانية

بعد عرض الإطار النظري للدراسة والذي يهني الأرضية لمشكلة الدراسة يأتي الجانب الميداني، وذلك من خلال الإجراءات التي سوف يتم إتباعها بناء من الدراسة الاستطلاعية وتحديد المجتمع وعينة الدراسة وكيفية اختيارها، والأدوات المستعملة في

تعزيز القدرة الإبداعية في منظمات الأعمال من خلال التحول الرقمي

دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس -دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق

البحث والإجراءات العلمية المستخدمة في التأكد من صدق وثبات الأداة وأساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات، ومن ثم اختبار الفرضيات، وقد تم الاستعانة ببرنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS للقيام بهذا التحليل.

1.4- توطئة عن مجمع سونلغاز

سونلغاز هي المتعامل التاريخي في ميدان الإمداد بالطاقة الكهربائية والغازية بالجزائر، ومهامها الرئيسية هي إنتاج الكهرباء ونقلها وتوزيعها وكذلك نقل الغاز وتوزيعه عبر قنوات، وقانونها الأساسي الجديد يسمح لها بإمكانية التدخل في قطاعات أخرى من قطاعات الأنشطة ذات الأهمية بالنسبة إلى المؤسسة ولاسيما في ميدان تسويق الكهرباء والغاز نحو الخارج.

منذ صدور القانون حول الكهرباء وتوزيع الغاز عن طريق قنوات، قامت سونلغاز بإعادة هيكلة مصالحها لكي تتكيف مع السياق الجديد إذ أضحت اليوم مجمعا صناعيا يتألف من 40 شركة فرعية، وتشغل حوالي 60 000 عامل.

لقد لعبت سونلغاز على الدوام دورا راجحا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد. ومساهمتها في تجسيد السياسة الطاقوية الوطنية ترقى إلى مستوى برامج الإنجاز الهامة في مجال الإنارة الريفية والتوزيع العمومي للغاز التي سمحت برفع نسبة التغطية من حيث إيصال الكهرباء إلى أكثر من 97% ونسبة توغل الغاز إلى ما يفوق 43%.

طموح سونلغاز هو أن تغدو مؤسسة تنافسية لكي تقوى على مواجهة المنافسة التي تلوح ملامحها في الأفق، وأن تكون في الأمد المنظور من بين أفضل المتعاملين الخمسة التابعين للقطاع في حوض البحر الأبيض المتوسط.

وفي ظل تحولها لمجمع أو شركة قابضة، بإعادة هيكلة نفسها في شكل شركات متفرعة، ومن وراء هذا التطور يبقى ضمان الخدمة العمومية هي المهمة الجوهرية لسونلغاز، ذلك أن توسيع مجال أنشطتها وتحسين نمط تسييرها للاقتصاد يفيدان في المقام الأول هذه المهمة التي تشكل الأساس الراسخ لثقافتها كمؤسسة، إلا أن دراستنا ركزت على أحد فروعها وهي مديرية التوزيع بسوق أهراس.

2.4. التحول الرقمي في مديرية التوزيع بسوق أهراس

حيث تم تصميم برامج تطبيقية لتوفير الوقت، الجهد ولتسهيل العمل والبحث إما عن البريد الوارد أو الصادر وبطريقة سريعة، أيضا متابعة مختلف الأعمال، وتسجيل النقاط المهمة لعدم نسيانها. مع سرية البيانات، وإلزامية إدخال اسم المستخدم وكلمة المرور، وبما أننا في عصر التكنولوجيا والسرعة، يتم الاعتماد على الإعلام الآلي وبما فيه من برامج، التي تتيح السرعة وربح الوقت، ولهذا حديثا تم تطبيق هذه البرامج لتسهيل وتيسير عملية البحث بسرعة فائقة، وبالتالي تجعل عمل الموظف منظم وغير متعب، كما أن هذه البرامج لها قدرة للبحث عن البريد المطلوب وإيجاده إما بمجرد إعطائه معلومة واحدة أو أكثر من معلومة، هذا إن توفرت كل المعلومات عن البريد المطلوب، ومن بين الأهداف التي تسعى إليها تلك البرامج:

- توفير الوقت والجهد في البحث عن البيانات؛
- توفير أداة لتسجيل البريد بأحسن الطرق، وبالتالي تنظيم تدفق البريد اليومي؛
- تنمية مهارات وقدرات الموظفين، من خلال التحول من مجتمع ورقي إلى مجتمع الكتروني- رقمي؛
- تطوير أسلوب أداء الأعمال، وتغيير ثقافة الموظفين إلى الأحسن؛
- توفير المعلومات الدقيقة في أقل وقت ممكن لتسهيل اتخاذ القرار؛
- تحسين التتبع الإلكتروني إما للبريد الصادر والوارد أو للمكالمات الهاتفية بالنسبة للموظفين؛
- متابعة تنفيذ الأعمال اليومية؛

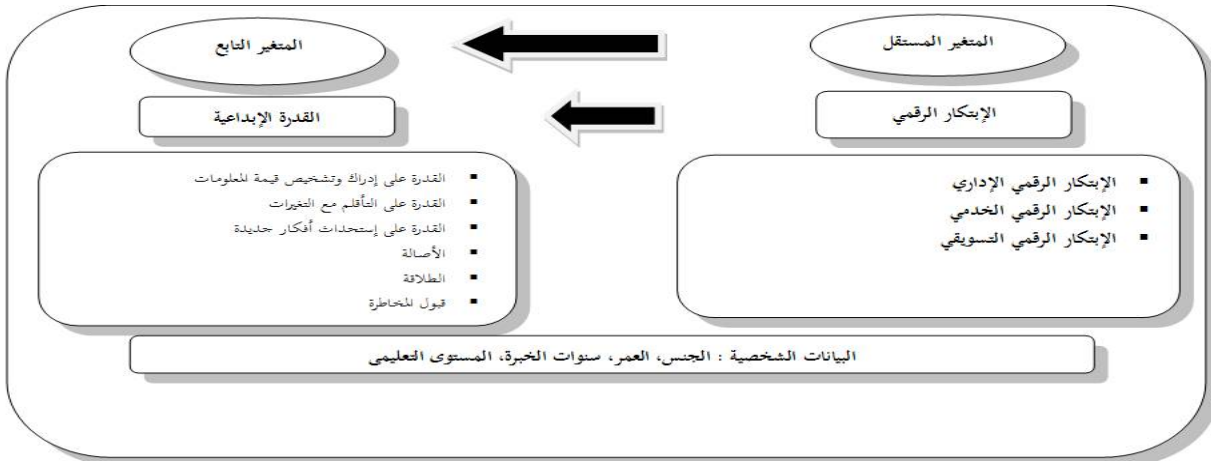
- تعزيز العمل التعاوني في دائرة معالجة البريد؛
 - التحكم في تسيير الأرشيف ينعكس ايجابيا على حسن تسيير المؤسسة؛
 - تمكين خاصية البحث المتقدم الالكتروني السريع؛
 - تسهيل البحث عند تضخم الوثائق والمعطيات.
- بالإضافة إل ذلك هناك تطبيق في مديريةية التوزيع بسوق أهراس اسمه (contrôle commande numérique) وهدفه التحكم في شبكة الكهرباء عن بعد، من خلال قطع الكهرباء عن بعد ومعرفة إن كانت هناك إنقطاعات فجائية للكهرباء بالإضافة إلى ربح الوقت والجهد بالنسبة للعمال التقنيين وتدنية الخطر المتعلق بقطع الكهرباء وإعادة تشغيلها، وبالتالي يهدف هذا التطبيق إلى التحكم في الشبكة الكهربائية للضغط المتوسط.
- وهناك تطبيق آخر هو (CRMS) وهو نظام تسيير الزبائن، حيث يتم تصنيف الزبائن في المديرية إلى ثلاثة أصناف: الزبائن العاديين، زبائن (FSM) وهو خاص بالمؤسسات الوطنية، زبائن الضغط المتوسط، ويهدف التطبيق إلى معالجة كل طلبات وشكاوي الزبائن، تطبيق أو نظام آخر وهو نظام الرصد عن بعد (Relève à distance) وتخص حاليا بعض زبائن الضغط المتوسط حيث يتم رصد إستهلاك الزبون أو أي مشكل طارئ على شبكة الكهرباء عن بعد وذلك بالإستعانة بشبكة (Mobilis).

3.4. الإطار المفهومي للدراسة الميدانية

1.3.4. نموذج ومتغيرات الدراسة

- 1.1.3.4. نموذج الدراسة: انطلاقا من مشكلة الدراسة وأهدافها، ومن خلال التعرض للدراسات السابقة يمكن تلخيص النموذج التالي للدراسة:

الشكل رقم-06:- نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثة

2.1.3.4. متغيرات الدراسة

- يعتبر تحديد الإطار المفاهيمي للمتغير قيد الدراسة أمرا ضروريا لتوضيح معالم وأبعاد هذا المتغير من خلال توضيح العناصر المكونة للمتغير حتى يتسنى قياسه.

- متغير الدراسة المستقل: ويشمل عناصر التحول الرقمي.
- متغير الدراسة التابع: ويشمل مكونات القدرة الإبداعية.

تعزيز القدرة الإبداعية في منظمات الأعمال من خلال التحول الرقمي

دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس -دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق

2.3.4. هيكـل الإستبيان

تتكون العينة الإحصائية من موظفي مديرية التوزيع سونلغاز بولاية سوق أهراس ، حيث تم توزيع 40 استمارة ، منها 34 صالحة للتحليل وبذلك تشكلت عينة الدراسة من 34 فردا ممثلين في موظفي المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة أي بنسبة 85 % أما باقي الإستمارات فقد أُلغيت بسبب نقص وتناقض بعض الإجابات، ولقد احتوت الاستمارة على مقدمة تم شرح فيها كل الجوانب المتعلقة بالموضوع ، من خلال ذكر عنوان البحث، العينة المختارة. كما تضمنت استمارة الدراسة 53 عبارة بوبت في جزئين، ويمكن توضيحها كالتالي:

- الجزء الأول: تضمن هذا الجزء 4 عبارات خاصة بالمعلومات الشخصية التي تخص المستجوب وتشمل الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة.
- الجزء الثاني: والذي يخص متغيرات الدراسة، حيث قسم بدوره إلى محورين من 53 عبارة مقسمة كما يلي:
 - المحور الأول: تضمن 22 عبارة حول التحول الرقمي بثلاثة أبعاد للمحور .
 - المحور الثاني: تضمن 31 عبارة حول القدرة الإبداعية بستة أبعاد للمحور .

3.3.4. اختبار الثبات:

للتحقق من درجة ثبات المقياس، وان الاستبانة قادرة على إعطاء إجابات ثابتة نسبيا قمنا بتوزيع 34 استبانة على مديرية التوزيع سونلغاز سوق أهراس، وبعد استرجاعها قمنا بإدخال البيانات في SPSS وباستعمال معامل ألفا- كرونباخ تبين أن ثبات التحول الرقمي يساوي 66.5%، وان ثبات مقياس القدرات الإبداعية في المؤسسة يساوي 92% وان ثبات الاستبانة ككل يساوي 91.7% (كما يوضحه الجدول الموالي)، وهي نسب أعلى من النسبة المقبولة إحصائيا 60%، وبذلك يكمن الاستعانة بالاستبانة للحصول على بيانات صحيحة.

الجدول رقم -01- : قيمة معامل الثبات لمتغيرات الدراسة

اسم المتغير	التحول الرقمي	القدرات الإبداعية	الاستمارة ككل
معامل الثبات (الفا-كرونباخ)	0.665	0.920	0.917

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إجابات أفراد مجتمع الدراسة ونظام SPSS

4.3.4. عرض وتحليل إجابات مجتمع الدراسة حول الفقرات الخاصة بالبعد الأول (التحول الرقمي الإداري):

تم استخدام اختبار العينة الواحدة والنتائج مبينة في الجدول أدناه .

جدول رقم-02- : تحليل فقرات البعد الأول (التحول الرقمي الإداري)

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاستجابة	الرتبة
1	تلتزم مؤسستكم بتوظيف الإطارات المختصة من الموارد البشرية، باعتماد اساليب جديدة في مجال التعيين .	3.09	1.083	قوية	8
2	تتابع مؤسستكم سير العمل، من خلال تفعيل دور الرقابة الداخلية .	3.62	0.779	متوسطة	4
3	تعلم مؤسستكم على تطوير أساليب جديدة لأداء الأعمال الإدارية	3.76	0.890	قوية	2
4	تضع مؤسستكم الإجراءات والآليات اللازمة لضمان سيره بشكل مناسب ، مع التحسين المستمر لمختلف الأنشطة والعمليات .	3.56	0.927	قوية	5
5	يمكن للمؤسسة بناء ثقافة ابتكار رقمي ناجح	3.47	0.992	قوية	6
6	تقوم المؤسسة باستحداث تغييرات جذرية في هيكلها التنظيمي .حسب التغيرات التي تحدث في البيئة	3.68	0.878	قوية	3

7	تحرص المؤسسة على وضع برامج كفوّة لمساعدة العاملين على فهم آليات عمل الإدارة .	3.82	0.576	قوية	1
8	تسهّر مؤسستكم على تفعيل الإتصال وتبادل المعارف والآراء بين العاملين	3.40	0.861	قوية	7
9	تعتمد مؤسستكم على برامج تدريبية حديثة لتعزيز أداء العمل الإداري	3.68	0.878	قوية	3
10	تمنح الموظفين مكافئات لموظفيها المتميزين بقدرات إبداعية في مجال عملهم	2.94	1.071	متوسطة	9
-	الوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري العام وشدة الاستجابة	3.51	45151	قوية جدا	-

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إجابات أفراد مجتمع الدراسة ونظام SPSS

تشير النتائج الموضحة في الجدول أعلاه أن المستوى العام لشدة الاستجابة قوية بمتوسط حسابي مرجح (3.51) وانحراف معياري عام قدره (0.451)، وهذا يعني وجود اتفاق قوي بين إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات التحول الرقمي الإداري.

كما نلاحظ أن من أهم عبارات التحول الرقمي الإداري هي العبارة رقم (07) «تحرص المؤسسة على وضع برامج كفوّة لمساعدة العاملين على فهم آليات عمل الإدارة» بمتوسط حسابي بلغ (3.82) وانحراف معياري قدره (0.576)، من خلال تبني وسائل وأساليب تسيير حديثة، ونمط ثقافة تنظيمية جديدة قائمة على إدخال التكنولوجيا وتحويل المعرفة إلى خدمات لمجاراة التطور الحاصل في البيئتين الداخلية والخارجية، لتحقيق رضا الموظف والمواطن وبلوغ جودة الخدمة والمنتوج.

5.3.4- عرض وتحليل إجابات عينة الدراسة حول الفقرات الخاصة بالبعد الثاني (التحول الرقمي الخدمي) تم استخدام اختبار العينة الواحدة والنتائج مبينة في الجدول أدناه .

جدول رقم-03 :- تحليل فقرات البعد الثاني (التحول الرقمي الخدمي)

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الرتبة
11	توفر مؤسستكم الموارد والإمكانيات الضرورية بالاعتماد على إستراتيجيات مناسبة لتصميم خدمات جديدة ومبتكرة لتقديمها لعملائها ..	3.38	0.779	قوية	7
12	تركز مؤسستكم على استغلال نقاط قوتها لتطوير خدماتها الجديدة .	3.50	0.821	قوية	6
13	تسعى المؤسسة إلى استحداث خدمات إلكترونية جديدة تتناسب ومتطلبات جميع عملائها .	4.03	0.797	قوية	1
14	تقدم المؤسسة قاعدة بيانات تساعد العملاء في الحصول على المعلومات اللازمة	3.88	0.808	قوية	2
15	توفر المؤسسة قنوات اتصال جديدة ومتطورة للتفاعل مع العملاء .	3.82	0.904	قوية	3
16	تحرص المؤسسة على متابعة شكاوي وآراء العملاء كقاعدة لتطوير خدماتها .	3.59	1.131	قوية	5
17	تطلق مؤسستكم خدمات رقمية جديدة كلما تطلب الأمر ذلك	3.80	0.844	قوية	4
	الوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري العام وشدة الاستجابة	3.7395	0.51264	قوية	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إجابات أفراد مجتمع الدراسة ونظام SPSS

تشير النتائج الموضحة في الجدول أعلاه أن المستوى العام لمستوى الاستجابة قوية بمتوسط حسابي مرجح (3.73) وانحراف معياري عام قدره (0.512) وهذا يعني وجود اتفاق قوي بين إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات الابتكار الرقمي الخدمي، كما نلاحظ أن من أهم عبارات التحول الرقمي الخدمي هي العبارة رقم (13) «تسعى المؤسسة إلى استحداث خدمات إلكترونية جديدة تتناسب ومتطلبات جميع عملائها» بمتوسط حسابي بلغ (4.03) وانحراف معياري قدره (0.797) على اعتبار أنه أصبح إرضاء الزبائن مرهون بجودة الخدمة الإلكترونية المقدمة له، حيث كلما كانت الخدمة المقدمة للزبون تتميز بالسرعة والدقة كلما ساهم ذلك في زيادة تحسين الرضا.

تعزيز القدرة الإبداعية في منظمات الأعمال من خلال التحول الرقمي

دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس -دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق

6.3.4. عرض وتحليل إجابات مجتمع الدراسة حول الفقرات الخاصة بالبعد الثالث(التحول الرقمي التسويقي)

تم استخدام اختبار العينة الواحدة والنتائج مبينة في الجدول أدناه .

جدول رقم-04- تحليل فقرات البعد الثالث(التحول الرقمي التسويقي)

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الرتبة
18	تعمل المؤسسة على تسويق خدماتها بطرق حديثة وبما يتناسب واهتمامات عملائها .	3.62	0.817	قوية	1
19	تعتمد المؤسسة على آليات التسويق الإلكتروني لعرض الخدمات الجديدة على العملاء.	3.59	0.892	قوية	2
20	تعرف المؤسسة بخدماتها الجديدة بإرسال النشرات التسويقية للعملاء إلكترونيا .	3.35	0.884	متوسطة	4
21	تعمل المؤسسة على توليد أفكار استثنائية مبتكرة لتسويق خدماتها	3.32	1.007	متوسطة	5
22	تحرص المؤسسة على تسويق خدماتها والتواصل مع العملاء من خلال الوسائل الإلكترونية	3.44	1.021	قوية	3
الوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري العام وشدة الاستجابة		3.4647	0.73480	قوية جدا	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إجابات أفراد مجتمع الدراسة ونظام SPSS

تشير النتائج الموضحة في الجدول أعلاه أن المستوى العام لشدة الاستجابة قوية بمتوسط حسابي مرجح (3.46) وانحراف معياري عام قدره (0.734) وهذا يعني وجود اتفاق قوي بين إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات التحول الرقمي التسويقي، كما نلاحظ أن من أكثر العبارات المتفق عليها فيما يخص التحول الرقمي التسويقي هي العبارة رقم «(18)تعمل المؤسسة على تسويق خدماتها بطرق حديثة وبما يتناسب واهتمامات عملائها» بمتوسط حسابي بلغ (4.18) وانحراف معياري قدره(0.748)

7.3.4-عرض وتحليل إجابات مجتمع الدراسة حول الفقرات الخاصة بالمحور الثاني(القدرات الإبداعية في المؤسسة)

تم تحليل بيانات إجابة الباحثين المتعلقة بالمحور الثاني من الاستبانة الخاصة بالقدرات الإبداعية في المؤسسة، والنتائج مبينة في الجدول أدناه .

جدول رقم-05- :تحليل فقرات المحور الثاني(القدرات الإبداعية في المؤسسة)

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	رتبة
23	تولي مؤسستكم أهمية كبيرة للمعارف والأفكار التكنولوجية الجديدة المقدمة من طرف الموارد البشرية	3.53	0.896	قوية	16
24	تستغل المؤسسة المعرفة المكتسبة في تطوير خدماتها الرقمية المقدمة .	3.71	0.836	قوية	13
25	تسعى المؤسسة لإكتساب معارف تكنولوجية ورقمية جديدة وتشجع عمالها على ذلك..	3.76	0.855	قوية	12
26	تعتمد المؤسسة على الإستثمار بشكل كبير في المعارف الرقمية	3.59	0.925	قوية	15
27	تحرص المؤسسة على القيام بالتكوين في المجال التكنولوجي لصالح الموظفين وبشكل مستمر .	3.62	0.954	قوية	14
28	تأخذ المؤسسة بعين الاعتبار المستجدات والتغيرات في مجال الرقمنة التي تطرأ على بيئتها التنافسية	3.71	0.760	قوية	13
29	تسعى المؤسسة إلى تغيير وتجديد تشكيلة خدماتها الرقمية المقدمة.	3.88	0.640	قوية	8
30	تسعى المؤسسة إلى استحداث وتجديد منتجاتها وخدماتها الرقمية حسب متطلبات العملاء الحاليين والمستقبليين .	3.79	0.729	قوية	11
31	تسعى المؤسسة إلى استحداث الجانب التكنولوجي المعتمد تبعا للمستجدات في البيئة التكنولوجية .	3.82	0.797	قوية	10

7	قوية	0.621	3.91	تتسم منتجات والخدمات الرقمية للمؤسسة بالتجديد والتطور المستمر.	32
8	قوية	0.686	3.88	تسعى المؤسسة إلى إيجاد حلول تكنولوجية ورقمية جديدة للمشاكل التي تواجهها	33
17	قوية	1.048	3.41	يشارك موظفي المؤسسة في اقتراح وخلق أفكار جديدة لإدارتها .	34
14	قوية	0.985	3.62	يسعى موظفي المؤسسة إلى إنجاز ما يسند لهم من مهام بأسلوب متجدد .	35
13	قوية	0.898	3.74	معظم موظفي المؤسسة لديهم القدرة على رؤية الأشياء من زوايا مختلفة .	36
15	قوية	0.957	3.59	لدى الموظفين القدرة على التنبؤ بالمشكلات قبل حدوثها	37
14	قوية	1.015	3.62	تشجع مؤسستكم الموظفين أصحاب الأفكار الجديدة	38
10	قوية	0.904	3.82	تقوم بإنجاز ما يسند إليك من أعمال بأسلوب متجدد	39
12	قوية	0.923	3.76	تبتعد عن تكرار ما يفعله الآخرون في حل مشكلات العمل	40
16	قوية	1.051	3.53	تشعر بالملل من تكرار الإجراءات المتبعة في إنجاز العمل	41
7	قوية	0.866	3.91	تمتع بالمهارة في النقاش والحوار وتمتلك الحجج والقدرة على الإقناع.	42
12	قوية	0.819	3.76	تشعر بأن لك مساهمة خاصة بإنتاج أفكار جديدة تقدمها في مجال العمل	43
9	قوية	0.892	3.85	لديك القدرة على اقتراح الحلول السريعة لمواجهة مشاكل العمل	44
12	قوية	0.987	3.76	تستطيع تقديم أكثر من فكرة خلال فترة زمنية قصيرة .	45
6	قوية	0.649	3.92	لديك القدرة على التفكير السريع في الظروف المختلفة	46
10	قوية	0.673	3.82	لديك القدر على إنتاج أكبر عدد ممكن من الأفكار ذات المعنى الواحد للدلالة على فكرة معينة .	47
8	قوية	0.729	3.88	لديك القدرة على التعبير عن أفكارك بطلاقة أو صياغتها في كلمات مفيدة	48
2	قوية	0.778	4.00	تتقبل انتقادات الآخرين بصدر رحب	49
5	قوية	0.983	3.94	تتقبل الفشل باعتباره التجربة التي تسبق النجاح .	50
3	قوية	1.058	3.97	لديك القدرة على الدفاع عن أفكارك بالحجة والبرهان	51
4	قوية	1.179	3.95	تبادر بتبني الأفكار والأساليب الجديدة والبحث عن حلول للمشكلات	52
1	قوية	1.087	4.03	نتحمل مسؤولية ما تقوم به من أعمال ولديك الاستعداد لمواجهة النتائج	53
	قوية	0.44583	3.7780	الوسط الحسابي المرجح والانحراف المعياري العام وشدة الاستجابة	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إجابات أفراد مجتمع الدراسة ونظام SPSS

تشير النتائج الموضحة في الجدول أعلاه أن المستوى العام لشدة الاستجابة قوية بمتوسط حسابي مرجح (3.77) وانحراف معياري عام قدره (0.445)، وهذا يعني وجود اتفاق قوي بين إجابات أفراد عينة الدراسة حول القدرات الإبداعية في المؤسسة محل الدراسة، كما نلاحظ أن أبرز العبارات التي ساهمت في القدرات الإبداعية في المؤسسة محل الدراسة هي العبارة: 51,49,53 (نتحمل مسؤولية ما تقوم به من أعمال ولديك الاستعداد لمواجهة النتائج) (تتقبل انتقادات الآخرين بصدر رحب) (لديك القدرة على الدفاع عن أفكارك بالحجة والبرهان) بمتوسط حسابي بلغ (4.03)، (4)، (3.97) وانحراف معياري قدره (0.403)، (1.058)، (0.778) على التوالي.

8.3.4. اختبار فرضيات الدراسة

قبل التطرق لاختبار الفرضيات لابد من إجراء بعض الاختبارات للتأكد من ملائمة البيانات لافتراضات تحليل الانحدار وذلك كما يلي:

❖ اختبار التوزيع الطبيعي (اختبار كولمغوروف-سمرنوف): اختبار كولمغوروف-سمرنوف لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً .

تعزيز القدرة الإبداعية في منظمات الأعمال من خلال التحول الرقمي

دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس -دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق

• الفروض الإحصائية:

– الفرض العدمي H_0 : تتبع البيانات توزيع طبيعي.

– الفرض البديل H_1 : تتبع البيانات توزيع غير طبيعي.

تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى:

الجدول رقم-06- اختبار التوزيع الطبيعي

عنوان الدراسة	قيمة Z	القيمة الاحتمالية
تعزيز القدرة الإبداعية من خلال التحول الرقمي	0.098	0.200

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إجابات أفراد مجتمع الدراسة ونظام SPSS.

ويوضح الجدول رقم-06- نتائج اختبار التوزيع الطبيعي، حيث أن القيمة الاحتمالية للدراسة أكبر من ($\text{sig} > 0.05$) فهذا

يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويجب استخدام الاختبارات المعلمية.

❖ نموذج الانحدار البسيط: قبل القيام بتطبيق نموذج الانحدار، يجب التأكد من توفر الشروط التي تسمح لنا بتطبيقه على نموذج دراستنا.

❖ المعنوية الكلية للنموذج: (F-test): وتظهر نتائجه في الجدول أدناه

جدول رقم -07- نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار فرضيات الدراسة

المتغير التابع	المتغير المستقل	المصدر	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسطة المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
القدرات الإبداعية في المؤسسة	التحول الرقمي	الانحدار	1.816	1	1.816	12.247	*0.001
		البواقي	4.744	32	0.148		
		المجموع	6.559	33			

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إجابات أفراد مجتمع الدراسة ونظام SPSS

يقدم الجدول اختباراً لمدى صلاحية النموذج لاختبار فرضيات الدراسة، حيث بينت النتائج أن القيمة الاحتمالية أقل من

مستوى دلالة 0.05، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 وهذا يظهر خطية العلاقة بين المتغيرات وهذا فرض تحليل الانحدار والخاص بخطية العلاقة قد تحقق، وهذا ما يمكننا من الانتقال إلى اختبار الفرضيات.

وعليه نقوم باختبار الفرضيات باستعمال اختبار للعينة الواحدة (T-test)، وبهذا بالاعتماد على قاعدة القرار التالية:

– إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية نقبل الفرضية (H_1) وبالتالي الفرضية البديلة (H_0) مرفوضة.

– إذا كانت قيمة t المحسوبة أصغر من قيمة t الجدولية نرفض الفرضية (H_1) وبالتالي الفرضية البديلة (H_0) مقبولة.

– او بالاعتماد على قيمة (sig):

– إذا كانت القيمة الاحتمالية (sig) الناتجة عن اختبار T للعينة الواحدة أصغر من مستوى الدلالة (sig) المعتمد (0.05) نقبل الفرضية (H_1).

– إذا كانت القيمة الاحتمالية (sig) الناتجة عن اختبار T للعينة الواحدة أكبر من مستوى الدلالة (sig) المعتمد (0.05) نرفض الفرضية (H_1).

وبعد التأكد من إمكانية تطبيق الاختبارات المعلمية وأسلوب الانحدار، سيتم اختبار الفرضيات الفرعية أولاً، ثم بعد

ذلك الإجابة على الفرضية الرئيسية.

- اختبار الفرضية الفرعية الأولى: تنص الفرضية الفرعية الأولى على انه: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي الإداري والقدرات الإبداعية وسيتم اختبار هذه الفرضية باستخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط ويمكن صياغة الفرضية على الشكل التالي:
- Ho: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي الإداري والقدرات الإبداعية في مديرية التوزيع سونلغاز- سوق أهراس - عند مستوى دلالة 0.05
- H1: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الرقمي الإداري والقدرات الإبداعية في مديرية لتوزيع سونلغاز-سوق أهراس - عند مستوى دلالة 0.05 .

الجدول رقم 08:- نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الأولى

معامل التحديد R ²		معامل الارتباط		
0.099		0.315		
القيمة الاحتمالية=0.030 عند 0.05		قيمة (f)=5.513		
معنوية (t)	قيمة (t)	معاملات موحدة		المتغير
		B	Seb	
0.000	4.587		0.586	القدرات الإبداعية
0.030	5.874	0.315	0.166	التحول الرقمي الإداري

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إجابات أفراد مجتمع الدراسة ونظام SPS

من الجدول السابق نلاحظ وجود علاقة معنوية طردية موجبة للتحول الرقمي الإداري على القدرات الإبداعية، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (5.513) عند مستوى دلالة قيمة (sig) 0.030، وهي أقل من مستوى المعنوية 0.005، وجاءت قيمة (T) المحسوبة البالغة (5.874) وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05، إضافة إلى القدرة التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد R²، قد بلغت قيمتها 0.099 وهو يشير إلى مساهمة المتغير المستقل (التحول الرقمي الإداري) في سلوك المتغير التابع (القدرات الإبداعية) بنسبة 9.9%، وان باقي النسبة والمقدرة ب 90.1% من التأثير في المتغير التابع ترجع إلى عوامل أخرى، وهو ما يؤدي بنا إلى قبول الفرضية الفرعية H1.

❖ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي الإداري والقدرات الإبداعية في شركة سونلغاز-سوق أهراس- عند مستوى دلالة 0.05 وبذلك نموذج الانحدار البسيط يكون وفق الشكل التالي: $Y = 2.688 + 0.311X$

تبين المعادلة ان كل تغير في التحول الرقمي الإداري بوحدة واحدة يقابله تغير في القدرات الإبداعية ب 0.311

❖ اختبار الفرضية الفرعية الثانية: تنص الفرضية الفرعية الثانية على انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي الخدمي والقدرات الإبداعية، وسيتم اختبار هذه الفرضية باستخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط ويمكن صياغة الفرضية على الشكل التالي:

- Ho: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي الخدمي والقدرات الإبداعية في مديرية التوزيع سونلغاز-سوق أهراس - عند مستوى دلالة 0.05

- H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الرقمي الخدمي والقدرات الإبداعية في مديرية التوزيع سونلغاز- سوق أهراس - عند مستوى دلالة 0.05

تعزيز القدرة الإبداعية في منظمات الأعمال من خلال التحول الرقمي

دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس -دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق

جدول رقم 09- نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الثانية

معامل التحديد R ²		معامل الارتباط		
0.258		0.508		
القيمة الاحتمالية=0.002 عند $\alpha=0.05$		قيمة (f)=11.126		
معنوية (t)	قيمة (t)	معاملات موحدة		المتغير
		B	Seb	
0.000	4.255		0.500	القدرات الإبداعية
0.002	3.336	0.508	0.131	الابتكار الرقمي الخدمي

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إجابات أفراد مجتمع الدراسة ونظام SPS

من الجدول السابق نلاحظ وجود علاقة معنوية طردية ضعيفة موجبة للتحول الرقمي الخدمي على القدرات الإبداعية إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (11.126) عند مستوى دلالة قيمة 0.002 (sig)، وهي أقل من مستوى المعنوية 0.005 وجاءت قيمة (T) المحسوبة البالغة (3.336) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05 إضافة إلى القدرة التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد R² قد بلغت قيمتها 0.258 وهو يشير إلى مساهمة المتغير المستقل (التحول الرقمي الخدمي) في سلوك المتغير التابع (القدرات الإبداعية) بنسبة 25.8%، وان باقي النسبة والمقدرة بـ 74.2% من التأثير في المتغير التابع ترجع إلى عوامل أخرى، وبالتالي مما سبق في تحليل نتائج الاختبار التي يفرضها الجدول يؤدي بنا إلى قبول الفرضية الفرعية H1:

❖ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي الخدمي والقدرات الإبداعية في مديرية التوزيع سونلغاز-سوق

أهراس - عند مستوى دلالة 0.05

وبذلك نموذج الانحدار البسيط يكون وفق الشكل التالي: $Y = 2.126 + 0.442X$

تبين المعادلة ان كل تغير في التحول الرقمي الخدمي بوحدة واحدة يقابله تغير في القدرات الإبداعية بـ 0.442

❖ اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: تنص الفرضية الفرعية الثالثة على انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي التسويقي والقدرات الإبداعية، وسيتم اختبار هذه الفرضية باستخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط ويمكن صياغة الفرضية على الشكل التالي:

— Ho: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي التسويقي والقدرات الإبداعية في مديرية التوزيع سونلغاز-سوق أهراس - عند مستوى دلالة 0.05 .

— H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي التسويقي والقدرات الإبداعية في مديرية التوزيع سونلغاز-سوق أهراس - عند مستوى دلالة 0.05 .

الجدول رقم 10- نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة

معامل التحديد R ²		معامل الارتباط		
0.245		0.495		
القيمة الاحتمالية=0.003 عند $\alpha=0.05$		قيمة (f)=10.361		
معنوية (t)	قيمة (t)	معاملات موحدة		المتغير
		B	Seb	
0.000	8.299		0.330	القدرات الإبداعية
0.003	3.219	0.495	0.093	التحول الرقمي التسويقي

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إجابات أفراد مجتمع الدراسة ونظام SPS

من الجدول السابق نلاحظ وجود علاقة معنوية طردية ضعيفة موجبة للتحويل الرقمي التسويقي على القدرات الإبداعية، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (10.361) عند مستوى دلالة قيمة 0.002 (sig) وهي اقل من مستوى المعنوية 0.005 وجاءت قيمة (T) المحسوبة البالغة (3.219) وهي دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05 إضافة إلى القدرة التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد R^2 قد بلغت قيمتها 0.245 وهو يشير إلى مساهمة المتغير المستقل (التحول الرقمي التسويقي) في سلوك المتغير التابع (القدرات الإبداعية) بنسبة 25.5، وان باقي النسبة والمقدرة بـ 74.5% من التأثير في المتغير التابع ترجع إلى عوامل أخرى، وبالتالي يؤدي بنا إلى قبول الفرضية الفرعية H1: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحويل الرقمي التسويقي والقدرات الإبداعية للمؤسسة في شركة سونلغاز-سوق أهراس - عند مستوى دلالة 0.05

وبذلك نموذج الانحدار البسيط يكون وفق الشكل التالي: $Y = 2.738 + 0.300X$

تبين المعادلة ان كل تغير في الابتكار الرقمي التسويقي بوحدة واحدة يقابله تغير في القدرات الإبداعية ب 0.300

❖ اختبار الفرضية الرئيسية: تنص الفرضية الرئيسية الأولى على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحويل الرقمي والقدرات الإبداعية في مديرية التوزيع سونلغاز-سوق أهراس - وسيتم اختبار هذه الفرضية باستخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط ويمكن صياغة الفرضية على الشكل التالي:

- H_0 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحويل الرقمي والقدرات الإبداعية في مديرية التوزيع سونلغاز-سوق أهراس - عند مستوى دلالة 0.05

- H_1 : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحويل الرقمي والقدرات الإبداعية في مديرية التوزيع سونلغاز-سوق أهراس - عند مستوى دلالة 0.05

جدول رقم-11-: نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الرئيسية

معامل التحديد r^2		معامل الارتباط		
0.227		0.526		
القيمة الاحتمالية = 0.001 عند $\alpha = 0.05$				
قيمة (f) = 12.247				
معنوية (t)	قيمة (t)	معاملات غير موحدة		المتغير
		B	SeB	
0.002	3.374	0.526	0.552	القدرات الإبداعية
0.001	3.500		0.153	التحول الرقمي

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إجابات أفراد مجتمع الدراسة ونظام SPS

من الجدول السابق نلاحظ وجود تأثير معنوي طردي ضعيف موجب للتحويل الرقمي، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (12.247) عند مستوى دلالة قيمة 0.000 (sig)، وهي اقل من مستوى المعنوية 0.005 وجاءت قيمة (T) المحسوبة البالغة (3.500) وهي دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05 إضافة إلى القدرة التفسيرية لنموذج الانحدار والمتمثلة في معامل التحديد R^2 قد بلغت قيمتها 0.227 وهو يشير إلى مساهمة المتغير المستقل (التحول الرقمي) في سلوك المتغير التابع (القدرات الإبداعية) بنسبة 22.7%، وان باقي النسبة والمقدرة بـ 77.3% من التأثير في المتغير التابع ترجع إلى عوامل أخرى، وبالتالي مما سبق في التحليل النتائج الاختبار التي يفرضها الجدول يؤدي بنا إلى قبول الفرضية الفرعية H1: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحويل الرقمي والقدرات الإبداعية للمؤسسة في مديرية التوزيع سونلغاز-سوق أهراس - عند مستوى دلالة 0.05

وبذلك نموذج الانحدار البسيط يكون وفق الشكل التالي:

$$Y = 1.861 + 0.537X$$

تبين المعادلة ان كل تغير في الابتكار الرقمي بوحدة واحدة يقابله تغير في القدرات الإبداعية ب 0.537.

تعزيز القدرة الإبداعية في منظمات الأعمال من خلال التحول الرقمي

دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق أهراس -دراسة ميدانية لمديرية التوزيع سونلغاز بسوق

5. خاتمة:

بعد التطرق إلى مفهوم التحول الرقمي والقدرة الإبداعية لم يكن ممكناً إلا من خلال التعرف على جميع المفاهيم الأساسية المرتبطة بهما، مما مكّننا في التعمق أكثر في دراستنا، كما حاولنا اختبار مدى صحة فرضيات الدراسة حيث نم تأكيد صحتها والتي تشير إلى مساهمة التحول الرقمي بأبعاده الثلاثة في تعزيز القدرة الإبداعية للمؤسسة، كما تم من خلال الدراسة الوقوف على جملة من النتائج الميدانية من أهمها:

- يظهر التحول الرقمي بمديرية التوزيع من خلال البرامج التطبيقية الخاصة بالتحكم في شبكة الكهرباء وتسيير الزبائن؛
- هناك برامج كفؤة بالمديرية لمساعدة العاملين على فهم آليات عمل الإدارة وبالتالي متابعة تنفيذ الأعمال اليومية، والذي يساهم في ربح الجهد والوقت في البحث عن البيانات، كما يساهم في تنمية مهارات وقدرات الموظفين الإبداعية؛
- وجود برامج (CCN) (CRMS) (Relève à distance) بالمديرية هدفها التحكم في شبكة الكهرباء عن بعد ومعالجة كل طلبات وشكاوي الزبائن، وبالتالي فالمديرية تعمل على تسويق خدماتها بطرق حديثة وبما يتناسب واهتمامات عملائها والذي بدوره يساهم في دعم القدرات الإبداعية للموظفين؛
- تعطي المديرية أهمية كبيرة للمعارف والأفكار التكنولوجية الجديدة المقدمة من طرف الموارد البشرية، وتسعى لاكتساب معارف تكنولوجية ورقمية جديدة وتشجع العمال على ذلك؛
- تأخذ المديرية بعين الاعتبار المستجدات والتغيرات في مجال الرقمنة التي تطرأ على بيئتها، كما تسعى إلى استحداث الجانب التكنولوجي المعتمد تبعاً للمستجدات في البيئة التكنولوجية؛
- تسعى المؤسسة إلى إيجاد حلول تكنولوجية ورقمية جديدة للمشاكل التي تواجهها.
- بناء على ما تقدم ذكره في النتائج توصلنا إلى وضع بعض المقترحات والحلول التي من الممكن أن تساعد المديرية، وتتمثل:
- إنشاء قسم خاص بالتحول الرقمي داخل المديرية يأخذ على عاتقه مسؤولية تطوير وابتكار رقمي، ويعمل به أفراد من ذوي التخصصات العالية في مجالات الإعلام الآلي، التسويق، الإدارة وتتوفر لديهم سمات الأفراد المبدعين؛
- إنشاء نظام للحوافز والمكافآت خاص بالأفراد الذين يساهمون في العملية الابتكارية من أجل تحفيز العاملين لديها بالابتكار؛
- زيادة الاهتمام من قبل المديرية بالاستماع إلى مقترحات العاملين لإحداث التغيير، بوضع سياسات تشجيعية إزاء مقترحاتهم مع تقديم الدعم التشجيعي لهم عند تقديمهم مقترحات إيجابية.

6. قائمة المراجع:

1. إبراهيم عبد الستار. (2002). الإبداع - قضايا وتطبيقاته. القاهرة: مكتب الأجلو المصرية، القاهرة، ص 25.
2. الشربيني زكريا، صادق يسريه (2002). التفوق العقلي - الإبداع. دار الفكر العربي، القاهرة، ص 109.
3. الشمري فهد. (2002). المناخ التنظيمي في المنافذ الجمركية وعلاقته بالإبداع الإداري. الرياض (السعودية): أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ص 196.
4. الطيطي محمد. (2001). تنمية قدرات الفكر الإبداعي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص 55.
5. بلولة إيمان. (2010). الإبداع التنظيمي ودوره في تحسين أداء المؤسسات الصحية، الملتقى الدولي حول: الإبداع والتغيير في المنظمات الحديثة. جامعة البليدة، 12-13 ماي، ص 89.
6. جروان فتحي. (2002). الإبداع، مفهومه، معايير، نظرياته، قياسه، تدريبه ومراحله - العملية الإبداعية: دار الفكر للطباعة والنشر عمان، ص 157.
7. طارق حسن محمد الأمين. (2006). التعلم التنظيمي وتقويم الأداء في مراكز خدمة مراجعي المؤسسات العامة الخدمية (نموذج مقترح). مجلة الإدارة العامة، المجلد 46 (العدد2)، المملكة العربية السعودية، صفحة ص 89.
8. معوج عبد الحكيم. (2020). أثر التوجه نحو تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على القدرات الابتكارية للموارد البشرية - حالة الدول العربية خلال الفترة (2007-2015). مجلة الباحث، العدد(20)(01)، ورقة، صفحة ص 323.