



The Impact of Digital Leadership Practices in Enhancing Entrepreneurial Success: An Analytical Study of the Opinions of a Sample of Senior Management in Private Universities in Dhi Qar Governorate

Abstract

The research aims to diagnose the impact of digital leadership practices in its dimensions (digital competence, digital insight, digital culture, and digital strategy) in enhancing entrepreneurial success as a dependent variable in its dimensions (financial dimension, entrepreneurial satisfaction, sense of gratitude, and entrepreneurial readiness) by analyzing the opinions of a sample of senior management in private universities in Dhi Qar Governorate, represented by (Al-Ain University, National University of Science and Technology, Mazaya University College, Imam Jaafar Al-Sadiq University (peace be upon him)) and knowing the level of application of the research variables by the private universities studied. The research problem was embodied in the lack of sufficient interest by the private universities studied in entrepreneurial success and how to contribute to achieving and enhancing it. The importance of the research was embodied in the importance of its variables in developing the university work environment by keeping pace with the digital work environment and how to choose the appropriate leadership style. The questionnaire form was adopted as the main tool for collecting the information and data required for the research by relying on solid measures related to the research variables. The research sample included senior management in private universities in Dhi Qar Governorate, where their number reached (65). Between (Dean, Assistant Dean, Head of Department) (62) questionnaires were retrieved and upon unloading (4) questionnaires were excluded as they were not valid for statistical analysis, so the final number of questionnaires valid for statistical analysis was (58). For the purpose of describing and analyzing the research variables and testing the relationship of influence between them, a number of statistical methods and means were used, including (normal distribution test, confirmatory factor analysis, validity and reliability test, arithmetic mean, standard deviation, relative coefficient of variation, relative importance, Pearson correlation coefficient, and regression analysis using structural equation modeling) to test the research hypotheses arising from the main questions. The statistical programs (AMOS v24) and (SPSS v26) and the data processor ((Excel) were used, as the results showed a major role for digital leadership in achieving and enhancing entrepreneurial success and the existence of an influence relationship between the research variables.

Information

Received: 1/3/2024
Revised: 20/3/2024
Accepted: 1/4/ 2024
Published: 6/7/2024

Keywords:

Keywords: Digital entrepreneurial Alertness, sustainable banking performance

تأثير ممارسات القيادة الرقمية في تعزيز النجاح الريادي

بحث تحليلي لآراء عينة من الإدارات العليا في الجامعات الاهلية في محافظة ذي قار

ميثم عدنان داود، أ.م. د طارق كاظم شلاكة

جامعة سومر /كلية الإدارة والاقتصاد

الملخص

يهدف البحث الى تشخيص تأثير ممارسات القيادة الرقمية بأبعاده (الكفاءة الرقمية والبصيرة الرقمية والثقافة الرقمية والاستراتيجية الرقمية) في تعزيز النجاح الريادي كمتغير تابع بأبعاده (البعد المالي والرضا الريادي والشعور بالامتتان و التأهب الريادي) عبر تحليل آراء عينة من الادارات العليا في الجامعات الاهلية في محافظة ذي قار والمتمثلة ب (جامعة العين، الجامعة الوطنية للعلوم والتكنولوجيا ، كلية مزايا الجامعة ، جامعة الامام جعفر الصادق (ع)) ومعرفة مستوى تطبيق الجامعات الاهلية المبحوثة لمتغيرات البحث ، وتجدت مشكلة البحث بعدم الاهتمام الكافي من قبل الجامعات الاهلية المبحوثة بالنجاح الريادي وكيفية اسهامها بتحقيقه وتعزيزه ، وتجدت أهمية البحث من أهمية متغيراته في تنمية بيئة العمل الجامعية من خلال مواكبتها لبيئة العمل الرقمية ، وكيفية اختيار نمط القيادة المناسب ، تم اعتماد استمارة الاستبانة كأداة رئيسية لجمع المعلومات والبيانات المطلوبة للبحث من خلال الاعتماد على مقاييس رصينة تخص متغيرات البحث ، وشملت عينة البحث الادارات العليا في الجامعات الاهلية في محافظة ذي قار حيث بلغ عددهم (65) بين (عميد، معاون عميد، رئيس قسم) تم استرداد (62) استبانة وعند التفريغ تم استبعاد (4) استبانات كونها غير صالحة للتحليل الأحصائي ليكون العدد النهائي للأستبانات الصالحة للتحليل الأحصائي (58) ولغرض وصف متغيرات البحث وتحليلها واختبار علاقة التأثير بينهما حيث تم استخدام عدد من الأساليب والوسائل الإحصائية ومنها(اختبار التوزيع الطبيعي ، التحليل العامل التوكيدي، اختبار الصدق والثبات ، الوسط الحسابي ، الانحراف المعياري، معامل الاختلاف النسبي ، الأهمية النسبية ، معامل الارتباط pearson ، وتحليل الانحدار باستخدام نمذجة المعادلة الهيكلية) لاختبار فرضيات البحث المنبثقة من التساؤلات الرئيسية ، وتم استخدام البرامج الإحصائية (AMOS v24) و (SPSS v26) ومعالج البيانات (Excel) حيث أظهرت النتائج وجود دور رئيسي للقيادة الرقمية في تحقيق وتعزيز النجاح الريادي ووجود علاقة تأثير بين متغيرات البحث .

الكلمات المفتاحية: القيادة الرقمية ، النجاح الريادي، الجامعات الاهلية

المقدمة

الريادي من قبل الادارات العليا . مما سبب تراجع واضح في المستوى العلمي والإداري وانخفاض التصنيف العلمي لبعض الجامعات بسبب ظهور جامعات منافسة على مستوى عالي علمياً وتقنياً ومالياً مكنها من حجز حصة سوقية كبيرة. وبعد الزيارة وطرح موضوع البحث على الادارات العليا في الجامعات الاهلية تبين وجود حاجة ملحة لتدريب وتطوير الكوادر والتركيز على النجاح الريادي في العمل والاستعداد المستمر لمواجهة التحديات واستغلال الفرص من خلال تطبيق ممارسات القيادة الرقمية ومن هنا شخص الباحث تحديد مشكلة البحث التي يمكن تلخيصها بالتساؤل الرئيسي وهو مدى ادراك عينة البحث لأهمية تطبيق ممارسات القيادة الرقمية في تعزيز النجاح الريادي وماهي طبيعة العلاقة التي تجمع بينهما ويتفرع عن ذلك مجموعة من الأسئلة:

- 1- ما مستوى توافر ابعاد القيادة الرقمية في الجامعات الاهلية في محافظة ذي قار ؟
- 3- ما طبيعة العلاقة بين ممارسات القيادة الرقمية والنجاح الريادي ؟
- 4- ما مدى تأثير ممارسات القيادة الرقمية في النجاح الريادي؟

ثانياً: أهمية البحث

يمكن تجسيد أهمية هذا البحث بما يلي:

- 1- تكمن أهمية هذه البحث بانها تتناول موضوعاً ادارياً حديثاً أصبح يمس جوهر أعمال مؤسسات التعليم العالي ، كونها بيئة تتسم بالتطور والتغيير

يعد التعليم الأساس والرافد الحقيقي لعملية تقدم المجتمعات لما له من تأثير مباشر لجميع مفاصل الحياة حيث تعتبر الجامعات الاهلية من المؤسسات الأكثر تطوراً وانتشاراً في الوقت الحالي ولذلك أصبحت معرضة للكثير من التحديات التي تهدد مستقبلها مما يتطلب منها بذل المزيد من الجهود على المستوى العلمي والإداري والمعرفي وتغيير أسلوب القيادة والبحث عن النجاح الريادي المستمر لمواجهة هكذا تحديات من خلال تطبيق أنظمة حديثة في القيادة تكون الرقمنة أساس فيها من خلال وضع الخطط وتحقيق الأهداف وعمل البرامج لتكون الجامعات الاهلية على مستوى عال من النجاح الريادي

تأسيساً على ما ذكر ، تضمن البحث أربعة مباحث ، خصص المبحث الأول لمنهجية البحث في حين تناول المبحث الثاني الجانب النظري والمعرفي لمتغيرات البحث والمبحث الثالث تضمن الجانب العملي والمبحث الرابع تضمن ابرز الاستنتاجات والتوصيات التي توصل اليها البحث .

المبحث الأول / منهجية البحث

اولاً:مشكلة البحث

تواجه الجامعات الاهلية كغيرها من المنظمات تهديدات كبيرة داخلية وخارجية تحتم عليها مواجهة هذه التهديدات من خلال الاستعداد والتهيؤ المستمر وبعد الزيارات الميدانية المتكررة للاطلاع على واقع الجامعات الاهلية تبين عدم اهتمام كافي بالنجاح

1- التعرف على مستوى تبني القيادة الرقمية بأبعادها والتجديد، وتعتبر القيادة الرقمية احدى الوسائل الاساسية التي تمكنها من الوصول الى مرحلة التميز في تحقيق أهدافها .

2- الكشف عن طبيعة العلاقة بين القيادة الرقمية والنجاح الريادي في الجامعات والكليات الاهلية .

3- اختبار مدى تأثير القيادة الرقمية في النجاح الريادي في الجامعات والكليات الاهلية .

سادساً: منهج البحث

يعد اختيار الأسلوب المناسب لمنهج البحث امراً مهماً لنجاح البحث العلمي وللإجابة عن التساؤلات النابعة من مشكلة البحث وتحقيقاً للأهداف الموضوعية تم الاعتماد على منهج التحليل الوصفي ، واستعمال الأسلوب التحليلي في تحليل البيانات التي تم جمعها بهدف كشف طبيعة العلاقة بين ابعادها بهدف تفسير نتائجها ومن ثم تقديم استنتاجات وتوصيات لتطوير وتحسين الواقع في الجامعات المبحوثة

2- طرح واغناء موضوع القيادة الرقمية والنجاح الريادي تعد مساهمة حديثة وجديدة نسبياً في مجال الإدارة الحديثة، وهي مساهمة بسيطة تردم الفجوة المعرفية على المستوى المحلي والإقليمي وخصوصاً في ظل قلة الدراسات التي تناولت متغيرات البحث على حد المراجعة المتواضعة حول الأدبيات ذات الصلة.

3- يمكن الاستفادة من النتائج والتوصيات التي توصل اليها البحث للادارات العليا في المؤسسات التعليمية الخاصة في تكوين اطار عمل لفهم ممارسات القيادة الرقمية للوصول الى النجاح الريادي.

ثالثاً: اهداف البحث

الجدول (1) الأبعاد الرئيسية والفرعية لمتغيرات البحث وقراراتها مع المقاييس المعتمدة

المتغير	الأبعاد	عدد الفقرات	ارقام الفقرات	مصدر المقياس
القيادة الرقمية Digital Leadership	الكفاءة الرقمية	5	5-1	(Stijn 2018)
	البصيرة الرقمية	5	10-6	(Ries 2011)
	الثقافة الرقمية	5	15-11	
	الإستراتيجية الرقمية	5	20-16	
النجاح الريادي	البعد المالي	4	24-21	(Juhdi et al 2015: 36)
			30-25	

	6	رضا الريادي	
35-31	5	الشعور بالامتنان	
39-36	4	التأهب الريادي	

المصدر: من اعداد الباحث

الرقمنة ، اذ إنها تسمح بتطبيق الحوسبة على الأنشطة والتي كانت فقط مقتصرة على الافراد ، ونتيجة لذلك زاد التركيز على الرقمنة واصبحت مجالاً حيويًا ومهماً للباحثين ، اذ يتم تمكين طرق حديثة للتعامل مع الزبون بواسطة الخلط بين منتجات تتالف من أجهزة وبرامجيات مع الخدمة التي تقدم عبر السحابة ، اذ تشير البحوث إلى أن الزبائن المختلفين سوف يستخدمون مثل هذه الأجهزة لحالات استخدام مختلفة مما يتيح طرقا جديدة لبدء العمليات التجارية والتفاعل معها (Zimmermann et al.2021:185).

ولأجل تحقيق فهم اشمل للقيادة الرقمية يستعرض

المبحث الثاني / الاطار النظري للبحث

اولاً : مفهوم القيادة الرقمية

الرقمية (الرقمنة)

كانت النظرة الاولى الى الرقمنة كمصطلح من الناحية التقنية من الدرجة الأولى ولذلك غالباً ما يتصل عدد كبير من التقنيات مع الرقمنة ، الحوسبة السحابية ، والبيانات الواسعة ، وعلى الأغلب يتم دمجها مع التحليلات المتقدمة والبرامج الاجتماعية والإنترنت ، والتقنيات الحديثة كالتعلم العميق ، وهي عوامل تمكين استراتيجية وذات قوة وتكون متصلة بالتطور في

الجدول رقم (2) يوضح بعض اسهامات الباحثين عن مفهوم القيادة الرقمية.

ت	الباحث	المفهوم
1	(Oberer& Erkollar 2018:6)	القيادة الرقمية هي نهج سريع متعدد الهرمية موجه نحو الفريق التعاوني مع تركيز قوي على الابتكار تعد الكفاءة الشخصية للقائد وعقليته فضلاً عن قدرته على تطبيق أساليب وأدوات جديدة مثل التفكير التصميمي ، أبعاداً حاسمة للقيادة الرقميون التفكير التصميمي هو منهجية يستخدمها المصممون لحل المشكلات المعقدة وإيجاد الحلول المرغوبة عقلية التصميم هي حل يركز على العمل وموجه نحو خلق مستقبل مفضل في إدارة الأعمال ، يمكن استخدامه كعملية خطوة بخطوة لإيجاد وتنفيذ الحلول التي تعمل على تحسين الأرباح والكفاءة ورضا الزبون ، ولإبقاء الأعمال في صدارة منحى الابتكار
2	(Al- Faris&Khaled 2022:134)	كما تمثل القيادة الرقمية هي أسلوب قيادة لمنظمة تتطلب كفاءة أساسية في الاتصالات والحوسبة والمحتوى والاتصالات من أجل المساهمة في تطوير معرفة المجتمع والذي يتم من خلال الاستخدام الأفضل للتكنولوجيا الرقمية وهو أيضاً جزء أساسي لقيادة التحول نحو قدرات رقمية أفضل للشركات اذ يتشكل تطوير

القيادة الرقمية من خلال دمج الثقافة الرقمية والكفاءة لاستخدام التكنولوجيا الرقمية كجزء من أسلوب القيادة لتوليد القيمة		
القيادة الرقمية هي القيادة البارعة في استخدام التكنولوجيا والاعتماد على البيانات الشبكية والقدرة على الهام فرق العمل للمشاركة في العمل الالكتروني الذي يقود الى تحقيق الأهداف	(الراجحي ، 2021 : 99).	3
وعبر عنها بانها عملية تأثر القائد بالمتابعة باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، كما تُعرف القيادة الرقمية بأنها تطبيق القائد لتقنية المعلومات والتكنولوجيا الحديثة في العملية الإدارية لتحسين العمل الإداري وتحقيق أهداف المؤسسة	2022:5 (Hassan&Hamed،	4

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على المصادر الواردة

ثانياً : اهمية القيادة الرقمية

الرقمية في تنفيذ نظم المعلومات الكبيرة ، مثل برمجيات تخطيط موارد المؤسسات ، ونظم المعلومات المتمركزة حول المواطن وتعد القيادة أمراً بالغ الأهمية للوصول الى التركيز الإستراتيجي للمؤسسة الحكومية والمحافظة عليه ، كما أن تطوير فهم مشترك لرسالة منظمات القطاع العام وأهدافها يتطلب قدراً كبيراً من القيادة ، وكل وحدة فرعية تابعة للحكومة تميل إلى أن تتأثر أولوياتها الخاصة برسالتها ، وبتفضيلات صانعي القرار الرئيسيين وأصحاب المصلحة ، ويمكن أن تؤدي هذه الأولويات المختلفة إلى قضايا قاسية ، والتي تمّ تحديدها في أدبيات الحكومة الإلكترونية كإحدى العوائق التي تحول دون المشاركة البيئية للمعلومات ، وتستطيع القيادة أن تضع الأهداف التنظيمية فوق مصالح الأفراد أو الإدارات (تشن ، 2020 : 44).

ثالثاً : خصائص وسمات القيادة الرقمية

يتطلب التفكير الرقمي معرفة أساسية بالتكنولوجيا الرقمية ووعياً بالحاجة إلى تطبيقها بشكل استباقي في العمل ————— إنها الفرضية والأساس

تواجه المنظمات تحديات كبيرة بسبب تعقيدات التكنولوجيا السريعة التغيير والتنوع الجغرافي والثقافي لفريق العمل لذي يعمل على الشبكة الافتراضية ، وصعوبات اتخاذ القرارات عند تواجد كم هائل من المعلومات ، الامر الذي يفرض اهمية القيادة الرقمية ودورها الكبير في تسيير وتنظيم الاعمال لإنجاز الاهداف المرسومة في العصر الرقمي (الراجحي ، 2021 : 101).

القيادة الرقمية لها دور حاسم في جلب أسس التخطيط الإستراتيجي وإدارة الحوكمة الرقمية كما تُعدُّ الإرادة السياسية إحدى العوامل الأساسية المحرّكة لاستخدام تقنيات المعلومات والاتصالات في الحكومة ويمكن أن ترتكز على مطالب الافراد أو كجزء من برنامج الإصلاح السياسي ويمكن للسياسيين المعيّنين في الوكالات الحكومية أو مجالس المدينة أو الهيئات التشريعية أن يساعدوا في غرس الدعم السياسي المطلوب للحكومة الرقمية مع التركيز على القيم العامة الأساسية ، ويتضح الدور الحاسم لدعم القيادة

، بدون التفكير الرقمي ، لا يمكن أن تكون هناك قيادة رقمية. حدد : (Peng 2022) (220-216 سمات للقيادة الرقمية وتشير هذه السمات الأربع إلى كيفية ممارسة القيادة عند استخدام التكنولوجيا الرقمية ويجب أن تكون محور الجهود لتعزيز القيادة والأداء المرتبط بالعمل ، إذ تتشابه السمات الأربع وتدار من خلال عملية القيادة بأكملها والسمات الاربع هي كالاتي :

1. البصيرة الرقمية : هي القدرة على التعرف على المشكلة بصورة صحيحة .

2. اتخاذ القرارات الرقمية : هو استجابة لكيفية حل المشاكل وكذلك دليل للإجراءات لحلها.

3. التنفيذ الرقمي : التنفيذ هو ترجمة الصياغة الى واقع .

4. التوجيه الرقمي : لان البيئة تقيد قرارات الجهات الفاعلة وأفعالها ، وتشكلها ، فالتوجيه الرقمي جوهره هو تشكيل .

نظراً للطبيعة الرقمية حيث يسهل الوصول إلى المعلومات عالمياً وفي الوقت الفعلي والشفافية ، طورت أساليب القيادة في العصر الرقمي الخصائص التالية (Al- Faris&Khaled 2022:135):

1. الإبداع .

2. المعرفة العميقة .

3. التواصل والتعاون القوي.

4. المشاركة الصادقة من خلال الرؤية.

5. تتمتع بأسلوب ابداعي اسلوب مدروس .

6. ذات رؤية عالمية واستعداد للتعاون.

7. قادتها فضوليون وعميقون.

رابعاً : ابعاد القيادة الرقمية
أطلع الباحث على العديد من الدراسات السابقة والتي من خلالها استطاع تحديد الأبعاد الفرعية للقيادة الرقمية وفقاً للمقاييس التي تم اعتمادها من الباحثين وذلك باختيار الابعاد التي تتلائم مع البيئة العراقية ، إذ ان (Sunu 2022) و (Zhong 2016) حددا أبعاد القيادة الرقمية وهي : (المواطنة الرقمية ، التحسين الشامل الرقمي ، ثقافة التعلم الرقمي ، التطوير الاحترافي ، القيادة الرؤيوية) ، أما (Wasono & Furinto 2018) فكانت ابعاد القيادة الرقمية لديه هي (المعرفة العميقة ، القائد المبدع ، القائد المفكر ، قائد الاستطلاع) ، ونلاحظ ان الباحث (Lander 2020) قد حدد أبعاداً اخرى في بحثه إذ كانت كالاتي التواصل ، علاقات عامة ، العلامة التجارية ، المشاركة ، الفرص) ، في حين حدد البحث الحالي نفس الأبعاد التي استخدمها الباحث (Kieser 2017) وهي : (الثقافة الرقمية ، البصيرة الرقمية ، الكفاءة الرقمية ، الاستراتيجية الرقمية) كابعاد للقيادة الرقمية شأنه شأن (Suhail 2019) و (Sultan & Hamed 2022) و (الفهداوي ، 2022) و (Hassan 2022) ، وذلك لكون تلك الابعاد تنسجم مع البيئة العراقية ونستطيع قياسها بدقة أكثر من الابعاد الأخرى وفيما يلي عرض لهذه الابعاد :

1-الكفاءة الرقمية : اضحى الإنترنت والرقمنة جزءاً لا يتجزأ من الحياة ، يعد مفهوم الكفاءة الرقمية مفهوماً حديثاً نسبياً يتم تمثيله بالعديد من المرادفات المستخدمة ، وأصبح مصطلح الكفاءة أكثر استخداماً لأن الكفاءة

اليوم تحول الى عالم رقمي بشكل عام ، ، وزيادة الاهتمام واعطاء الأولويات للمؤسسات والمنظمات في جميع المجتمعات من أجل نشر الثقافة الرقمية (Knox 2014:165).

4. الإستراتيجية الرقمية

لقد أصبح من الضروري للمؤسسات أن تتفوق في المجال الرقمي وأن يكون لديها استراتيجيات رقمية تمكنها من مواجهة البيئة الحالية وتطوير استراتيجيات تجمع بين المعلومات الرقمية والموارد الملموسة ، وغالبًا ما تتم دراسة التصميم الرقمي كجزء من استراتيجيات الأعمال الشاملة ، تعتمد الشركات التي تنتقل إلى الرقمنة على استراتيجيات أكثر من اعتمادها على التكنولوجيا ، مما يعني أن التحول الرقمي مرتبط بالاستراتيجيات الرقمية أكثر من ارتباطه بالرقمنة ، بالنسبة للنشاط التجاري الحالي أو التركيز على تمكين القدرات الرقمية الجديدة في أعمالها ، يمكن صياغة الاستراتيجيات الرقمية وتنفيذها من خلال طرق مختلفة ، بما في ذلك غالبًا الشكل والصياغة حول كيفية تحديد العملية والمنظمة لرؤيتها وأهدافها (Hassan &Hamed 2022 : 6).

اولاً: مفهوم النجاح الريادي

فيما يتعلق بتعريفات النجاح الريادي ، تشير الأدبيات المستندة إلى نظرية اقتصادية عقلانية إلى أنه في المقام الأول ، فإن المكاسب المالية لها أهمية قصوى ومن ثم ، فإن رواد الأعمال يقيمون النجاح في الغالب من الناحية المالية ، ومع ذلك فإن التركيز فقط على المكافآت النقدية والمؤشرات الاقتصادية ذات الصلة لأداء الشركة لا يعكس بشكل كامل مفاهيم النجاح ، على سبيل المثال تشير الدلائل إلى أن رواد الأعمال

أوسمق وأعمق من المفاهيم الأخرى ، تشمل المهتمات

الرقمية أيضًا جوانب أخرى ، بما في ذلك الاستخدام الاجتماعي والعاطفي للأجهزة الرقمية (Hassan &Hamed 2022 : 5)

2-البصيرة الرقمية: تحديد المشكلة بشكل صحيح هو شرط أساسي لحلها ، فنحن نتعرض الى الفشل اغلب الاحيان لأننا نحل المشكلة الخاطئة وليس لأننا حصلنا على حل خاطئ للمشكلة الصحيحة ، هذا الفشل ليس فقط فشلاً في حل المشكلة الحقيقية ، ولكنه أيضاً انحراف عن جوهر المشكلة لأننا نعتقد أننا قد حللناها، لذلك ، يمكن فهم البصيرة على أنها القدرة على إيجاد المشكلة الصحيحة أو ، بعبارة بالعامية ، القدرة على رؤية ألف ميل ، وسماع الأصوات البعيدة ، وتحديد الارتباطات بين المتغيرات المختلفة مثل الرادار فائق الدقة ، والتنبؤ بالاتجاهات والعواقب المحتملة (Peng 2022 : 217) .

3. الثقافة الرقمية

ساهم الانتشار الواسع للتكنولوجيا في إيجاد طرق جديدة وأنماط مختلفة في التعامل بعيداً عن الأساليب التقليدية وأصبح يمكنها التواصل مع الزبائن والمجهزين والمنافسين ، وكذلك توزيع منتجاتهم والأفكار والخدمات إلكترونيا والذي لا بد أن يؤثر على المشهد الاجتماعي والتنظيمي والفردى ، يطلق عليها الثقافة الرقمية ، بالإضافة إلى ذلك ، ظهر نوع جديد من المنظمات يسمى المنظمات الرقمية أو الإلكترونية التي لا ترتبط بأي موقع جغرافي ، فالعالم

يمكن أن يتوقعوا أن يكسبوا أقل مما لو كانوا في العمل الرسمي بالإضافة إلى ذلك ، قد يستمر رواد الأعمال في التعامل مع الشركات ذات الأداء الضعيف طالما أن الأهداف الفردية غير النقدية تعتبر مرضية ، ومع ذلك من المفارقات أنه في بعض الظروف قد يتم حل الشركات المربحة لأنها لا تحقق أهدافها الشخصية فإذا كان التقييم الذاتي لرائد الأعمال للنجاح يتضمن الجدول رقم (3) يوضح بعض اسهامات الباحثين عن مفهوم الريادي.

ت	الباحث	المفهوم
1	(Schneider 2017:57)	ينظر الريادي النجـاح الريـادي كظاهرة معقدة تسهم في تحديدها عدة عوامل ، كالعوامل الاجتماعية ، العوامل الثقافية والعوامل الاقتصادية وايضاً يسهم في تحديدها التعليم المستمر فضلاً عن التدريب.
	(Laurent& Sorato 2014:9) .	النجاح الريادي يتمثل من جانب عندما تعم الفائدة للآخرين ، فضلاً عن ذلك القدرة على تلبية احتياجاتهم ، ومن جانب اخر الاستمرارية في نمو المنظمة من خلال بقائها في السوق ونجاح مزاوله عملها فيه مستقبلاً النجاح الريادي يعرف على انه تحقيق قيم المنظمة
	(kalp 2023 : 8) .	كما يعبر عن النجاح الريادي بان الإدراك الذاتي لقدرة الفرد على تحقيق النتائج المرجوة من عمله المهني كرائد أعمال أو قائد أعمال
	(Dempwolf & Shneiderman 2017:403).	النجاح الريادي هو النتيجة الايجابية التي تحاول المنظمة الوصول اليها وتحقيقها فضلاً عن انه يعد تسويق ناجح لمنتج من خلال إطلاقه كمنتج جديد في السوق

التجارية ويمكن اعتبار النجاح الريادي كأحد المؤشرات الرئيسية التي تحدد نتيجة عمل المنظمة خصوصاً المنظمات التي تتعرض لعقبات في أنشطتها ،وتشمل عوامل النجاح الريادي العمليات ،المعايير ، مكونات الاعمال التي تعتبر ضرورية لأنشطة المنظمات لكي تتمكن من البقاء والنمو والربح واكتساب ميزة تنافسية (Ismail et al 2016:122)

ثالثاً:خصائص النجاح الريادي

ثانياً:اهمية النجاح الريادي

اكتسب موضوع النجاح الريادي في الوقت الراهن أهمية الباحثين وقد تم الاعتراف بأنشطة النجاح الريادي في العصور الوسطى وقد ساهم ذلك بشكل كبير في رفاهية البشر وبقائه ، كما يحدد النجاح الريادي أنماط سلوكيات ريادة الاعمال بما في ذلك المواقف التي تدفع الافراد للانخراط في الاعمال

المتصور ، في حين استكشف الآخرون مجموعة متنوعة من معايير النجاح ، بما في ذلك أداء الشركة ، والعلاقات في مكان العمل ، والإنجاز الشخصي ، والتأثير المجتمعي ، والمكافآت المالية الشخصية (Kalp 2023 : 21 - 22).

ابعاد النجاح الريادي

1-البعد المالي : البعد المالي يشمل كافة أنواع

الموارد النقدية المختلفة التي من خلالها تستطيع

المنظمات إنشاء وتنفيذ الاستراتيجيات وكذلك الحصول

على الموارد الملموسة وغير الملموسة أو (Elsafy

et al 2020 :61)

2- الرضا الريادي : يمكن تعريف الرضا الريادي

على أنه عامل ودافع تحفيزي يكون غير مالي ويتم

بموجبه تولد شعور داخلي لدى العاملين بالحماس

لإنجاز واداء وظائفهم بكفاءة وفعالية والذي ينعكس

ايجابا على نجاح وتميز منظمته (الجنابي ، 2021

:69).

3-الشعور بالامتنان : الشعور بالامتنان هو حالة

وعاطفة عميقة وحتى فعل ومهارة وموقف ينتج عنه

مزيد من المشاعر الإيجابية والاستمتاع بالتجارب

الجيدة وبناء علاقات قوية وهو يرتبط ارتباطاً وثيقاً

بالسعادة والنجاح (الجنابي ، 2021 : 79) .

4-التأهب الريادي : الاستعداد لريادة الأعمال (

التأهب الريادي) هو مفهوم يلخص التعقيد الهائل للتعلم

المتراكم الذي يجلبه الأفراد إلى عملية إنشاء المشروع

الجديد (Muñoz et al 2018 :4) . وهو قدرة

رواد الاعمال المنظمات الريادية على تقييم واكتشاف

واغتنام الفرص التي تعد من الامور بالغة الاهمية في

بعد ان بلغ موضوع النجاح الريادي من الاهمية الكبيرة للمنظمات اخذ الاكاديميون في تحديد خصائص وسمات النجاح التنظيمي .

يرى (موسى ، 2021 : 21) ان خصائص الريادية هي صفات ملاصقة بشخصية الريادي والتي تؤهله

لإطلاق مشروعه الريادي ، اذ حدد ستة خصائص

هي كالآتي :

1-الإبداع

2-الابتكار

3-الاستقلالية

4-تحمل المسؤولية

5- الميل نحو المخاطرة

6-الحاجة إلى الإنجاز

7-التحكم الذاتي

8- الثقة بالنفس

رابعاً:ابعاد النجاح الريادي

النجاح الريادي تم تحديد له ابعاد مختلفة باختلاف

الباحثين ، فالأداء المالي يعد نتيجة مهمة لرواد

الأعمال وأصحاب الأعمال ، الا ان العديد من هؤلاء

المهنيين يصنفون الرضا الوظيفي أو الوفاء الشخصي

كمعايير نجاح أكثر أهمية ، وهذا يجعل قياس النجاح

الريادي أمراً صعباً ، فبعض الباحثين حدد النجاح

الريادي على بعدين هما (الدخل السنوي للشركة وعدد

السنوات التي كانت الشركة تعمل فيها) ، في حين أن

هذا النهج قد يكون فعالاً في التنبؤ بطول عمر الأعمال

وبقاءها ، إلا أنه يمكن القول إنه يقيس النجاح التنظيمي

أكثر من النجاح الريادي ، استخدم البعض الآخر

مقياساً شخصياً للنجاح شمل الرضا الوظيفي ،

والإنجاز الوظيفي المتصور ، والإنجاز المالي

تحقيق النجاح الريادي (خيري وغالي ، 2021 : للاتساق الداخلي للعناصر في المقياس، اذ يقاس مدى ارتباط إجابات أداة المقياس مع بعضها البعض وتتراوح مدى الإحصائيات من (0.00 إلى 1.00)، في حين تكون القيمة مقبولةً عنكما تكون أكبر من (0.65) (Vaske et.al 2017; 165)، وكما هو موضح في جدول (4).

المبحث الثالث /الاطار الميداني للبحث

1. ثبات المقياس:

تم اختبار ثبات المقياس عن طريق معرفة مدى الاتساق الداخلي لفقراته باستعمال معامل كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) هو التقدير الأكثر شيوعاً

جدول (4) قيم الفا كرونباخ لأبعاد المتغيرات الرئيسية

Cronbach Alpha		الابعاد	المتغيرات الرئيسية
0.715	0.674	الكفاءة الرقمية	القيادة الرقمية
	0.742	البصيرة الرقمية	
	0.821	الثقافة الرقمية	
	0.691	الاستراتيجية الرقمية	
0.711	0.661	البعد المالي	التأهب الريادي
	0.723	الرضا الريادي	
	0.754	الشعور بالامتنان	
	0.766	التأهب الريادي	

(SPSS v.26)المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج

(Pearson) كونه أحد ادوات التحليل المعلمي التي

يمكن من خلالها تحقيق هذا الغرض اختبار الاتساق الداخلي بين المتغيرات والابعاد وفقراتها التي تقيسها:

أ- اختبار الاتساق الداخلي لمتغير القيادة الرقمية

معاملات الارتباط البسيط بين متغير القيادة الرقمية

وابعاده الفرعية وفقراته والتي تتراوح بين (0.321،

0.797) عند مستوى معنوية (0.000). وهذا يدل الى

وجود اتساق داخلي قوي بين المتغير وابعاده الفرعية

والفقرات التي تنتمي اليه.

ويتضح من النتائج الظاهرة في جدول إن معامل (كرونباخ ألفا) لجميع ابعاد المقياس هي أكبر من (0.65)، وهذا يدل على ثبات المقياس لفقراته وكذلك صلاحيته لإجراء التحليلات الإحصائية الأخرى.

2. قياس الاتساق الداخلي

لغرض اختبار الاتساق الداخلي بين فقرات المقياس من جهة والمتغيرات الرئيسية وأبعادها الفرعية من جهة اخرى اعتمد الباحث معامل ارتباط بيرسون

جدول (5) قيم الارتباطات بين فقرات القيادة الرقمية وابعادها

مستوى المعنوية	اتساق الفقرة مع المتغير	اتساق الفقرة مع البعد	الفقرات	الابعاد الفرعية	المتغيرات الرئيسية
0.000	.450**	.463**	Q1	الكفاءة الرقمية	القيادة الرقمية
0.000	.425**	.599**	Q2		
0.000	.359**	.321**	Q3		
0.000	.488**	.367**	Q4		
0.000	.457**	.388**	Q5		
0.000	.566**	.463**	Q1	البصيرة الرقمية	
0.000	.519**	.324**	Q2		
0.000	.686**	.366**	Q3		
0.000	.463**	.476**	Q4		
0.000	.761**	.479**	Q5		
0.000	.797**	.418**	Q1	الثقافة الرقمية	
0.000	.712**	.599**	Q2		
0.000	.478**	.514**	Q3		
0.000	.413**	.656**	Q4		
0.000	.549**	.581**	Q5		
0.000	.506**	.462**	Q1	الاستراتيجية الرقمية	
0.000	.490**	.574**	Q2		
0.000	.342**	.574**	Q3		
0.000	.490**	.448**	Q4		
0.000	.342**	.418**	Q5		

(SPSS v.26) المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات ببرنامج

وهذا يدل الى وجود اتساق داخلي قوي بين المتغير

وابعاده الفرعية والفقرات التي تنتمي اليه.

أ- اختبار الاتساق الداخلي النجاح الريادي

يوضح الجدول (6) معاملات الارتباط البسيط بين متغير النجاح الريادي وأبعاده وفقراته والتي تتراوح بين (0.320 ، 0.548) عند مستوى معنوية (0.000).

جدول (6) قيم الارتباطات بين فقرات النجاح الريادي وابعادها

0.000	.425**	.402**	Q1	البعد المالي	النجاح الريادي
0.000	.359**	.320**	Q2		
0.000	.474**	.381**	Q3		
0.000	.382**	.548**	Q4		
0.000	.511**	.361**	Q1	الرضا الريادي	
0.000	.313**	.454**	Q2		
0.000	.376**	.314**	Q3		
0.000	.409**	.378**	Q4		
0.000	.366**	.367**	Q5		
0.000	.483**	.377**	Q6		
0.000	.500**	.401**	Q1	الشعور بالامتنان	
0.000	.435**	.432**	Q2		
0.000	.412**	.379**	Q3		
0.000	.446**	.407**	Q4		
0.000	.346**	.343**	Q5		
0.000	.388**	.464**	Q1	التأهب الريادي	
0.000	.479**	.482**	Q2		
0.000	.542**	.394**	Q3		
0.000	.464**	.457**	Q4		

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS v.26).

الجدول (7) قيم اختبار (Kolmogorov-Smirnov) لفقرات القيادة الرقمية

Kolmogorov-Smirnov ^a	
.200	المعنوية
58	حجم العينة
.063	إحصائية الاختبار

يظهر في الجدول (10) بأن البيانات تتوزع توزيعاً طبيعياً وذلك من خلال نتائج اختبار التوزيع

2-النجاح الريادي Entrepreneurial success

المدرسة التي تدخل في نماذج اختبار الفرضيات بصفتها متغيرات مستقلة ومتغيرات تابعة.

على أربعة ابعاد تمثل ب(الكفاءة الرقمية، البصيرة الرقمية، الثقافة الرقمية، الاستراتيجية الرقمية).

اذ حقق متغير القيادة الرقمية وسط حسابي بلغ (3.84) وهو اعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) ويقع ضمن فئة الاتفاق المرتفع، بينما بلغ الانحراف المعياري (0.29) ومعامل اختلاف بمقدار (0.075) وتشير هذه النتائج الى ان القيادات في الكليات مجتمع البحث تتمتع بمستوى مرتفع من تطبيق القيادة الرقمية، اذ كانت الإجابات متسقة وبتوافق بشكل كبير وهذا ما اشارت اليه معمل الانحراف المعياري المنخفضة نوعا فضلا عن معامل الاختلاف .

الجدول (9) الاحصائيات الوصفية لأبعاد القيادة الرقمية

ت	القيادة الرقمية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الاهمية النسبية
1	الكفاءة الرقمية	3.84	0.52	0.135	86.5%
2	البصيرة الرقمية	3.78	0.55	0.142	85.8%
3	الثقافة الرقمية	3.89	0.49	0.126	87.4%
4	الاستراتيجية الرقمية	3.86	0.59	0.153	84.7%
	القيم الاجمالية	3.86	0.29	0.075	

المصدر: مخرجات برنامج (Excel 2021)

Smirnov) لان العينة أكبر من 50 المعروف في هذا المجال على مستوى كل متغير من المتغيرات المدروسة التي تدخل في نماذج اختبار الفرضيات بصفتها متغيرات مستقلة ومتغيرات التابعة.

الطبيعي للبيانات باستخدام اختبار (Kolmogorov-Smirnov) لان العينة أكبر من 50 المعروف في هذا المجال على مستوى كل متغير من المتغيرات لفقرات (Kolmogorov-Smirnov)الجدول (8) قيم اختبار

Kolmogorov-Smirnov ^a	
المعنوية	.200
حجم العينة	58
إحصائية الاختبار	.109

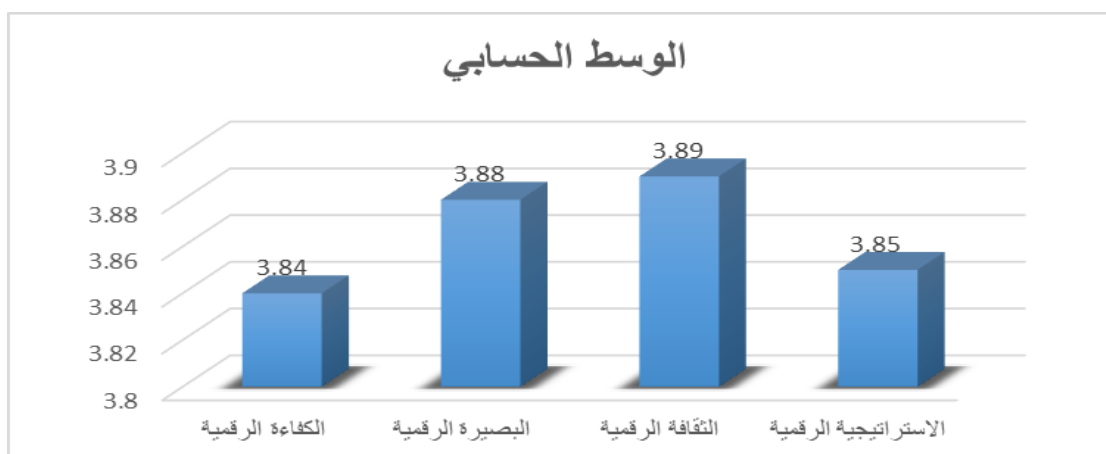
المصدر: مخرجات برنامج (SPSS V26)

أولاً: الوصف الاحصائي لمتغير القيادة الرقمية يوضح الجدول (7) (قيمة الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف وكذلك الاهمية النسبية لأبعاد محور القيادة الرقمية الذ اعتمد

1- القيادة الرقمية Digital Leadership

يتضح من الجدول (7) أن البيانات تتوزع توزيعاً طبيعياً وذلك من خلال قيم نتائج التوزيع الطبيعي للبيانات باستعمال اختبار (Kolmogorov-Smirnov)

شكل (1) الأوساط الحسابية لأبعاد القيادة الرقمية



المصدر: مخرجات برنامج (Excel 2021)

ثانياً: الوصف الاحصائي لمتغير النجاح الريادي:

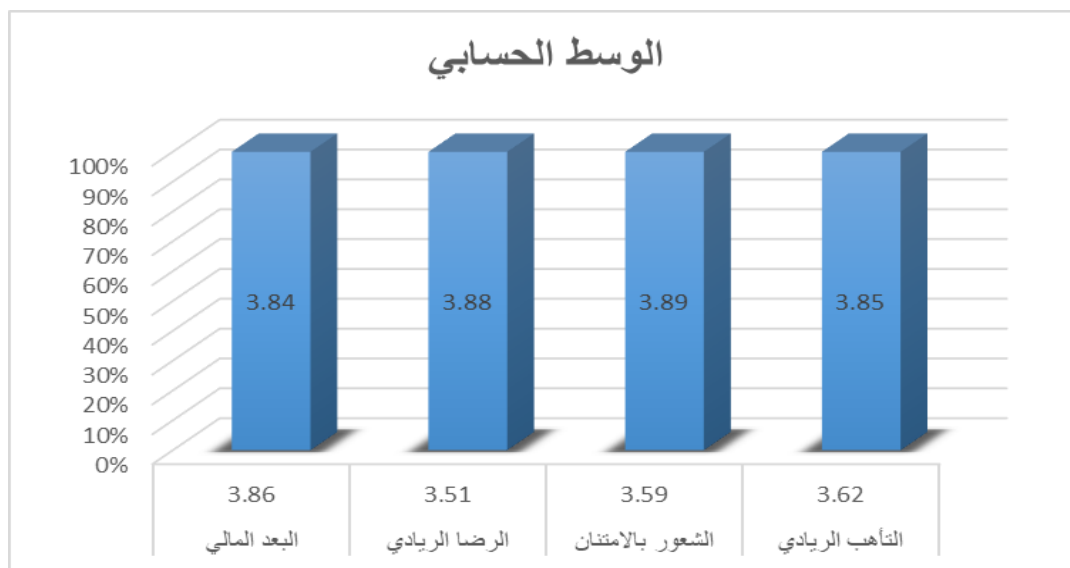
الاتفاق المرتفع، وبانحراف معياري (0.48) وبمعامل اختلاف قدره (0.13) والأهمية النسبية بمقدار (0.87)، وهذا يدل على ان عينة البحث لا تعتقد بشكل كبير بان الكليات عينة البحث لا تمتلك ميزات تنافسية بمستوى جيد بحيث يمكنها من مجابهة المنافسة والتحديات التي تفرضها البيئة التي تعيشها مما يتطلب منها بذل الجهود المتزايدة والبحث عن الوسائل والأدوات التي من شأنها تعزيز من مستوى النجاح الريادي.

اعتمد هذا المحور على أربعة ابعاد هي (البعد المالي، الرضا الريادي، الشعور بالامتنان، التأهب الريادي) ويوضح الجدول (8) الاحصائيات الوصفية المتمثلة بالوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف والأهمية النسبية للأبعاد والفقرات التابعة لها.

اذ حقق هذا المحور وسط حسابي قدره (3.64) وهو اكبر من الوسط الفرضي البالغ 3 ويقع ضمن فئة

الجدول (10) الاحصائيات الوصفية لأبعاد النجاح الريادي

ت	ابعاد النجاح الريادي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية
1	البعد المالي	3.86	0.58	0.150	85%
2	الرضا الريادي	3.51	0.57	0.162	84%
3	الشعور بالامتنان	3.59	0.51	0.142	86%
4	التأهب الريادي	3.62	0.46	0.127	87%
	القيم الاجمالية لمتغير النجاح الريادي	3.64	0.48	0.48	



(2) الأوساط الحسابية لأبعاد النجاح الريادي

(SEM) اذ تعد من الأدوات الإحصائية التي لها القابلية على التعامل مع اعداد كبيرة من المتغيرات المستقلة والمعتمدة، باستخدام برنامج Amos v24، حيث

ولزيادة التأكد من النتائج أعلاه فقد قام الباحث باختبار علاقة التأثير باستخدام معادلة النمذجة الهيكلية

يعرض الجدول (11) النتائج التي تم الحصول عليها والتي تمثل قوة تأثير تلك الابعاد.

جدول (11) مسارات وقيم تأثير القيادة الرقمية في النجاح الريادي

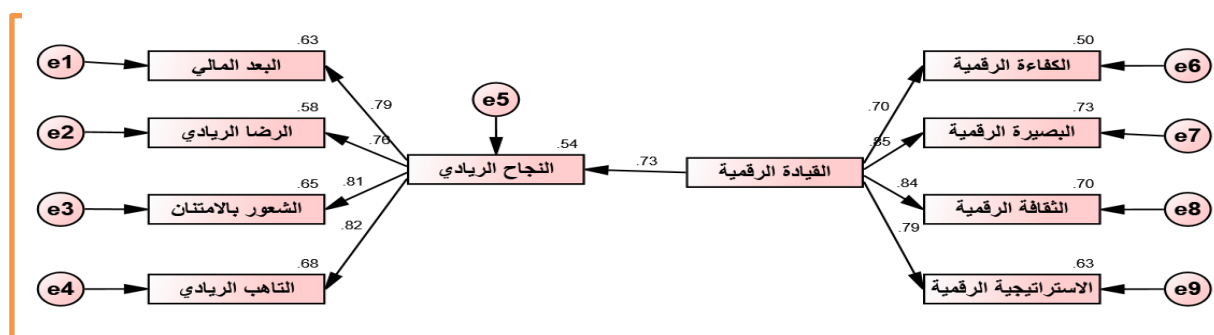
المتغيرات التابعة	اتجاه التأثير	المتغيرات المستقلة	التأثير المعياري	التأثير غير المعياري	S.E.	القيمة الحرجة	المعنوية
النجاح الريادي	-->	القيادة الرقمية	0.733	0.828	0.072	11.47	***

***	17.293	0.057	0.991	0.852	القيادة الرقمية	-->	البصيرة الرقمية
***	10.564	0.091	0.959	0.705	القيادة الرقمية	-->	الكفاءة الرقمية
***	16.413	0.062	1.013	0.839	القيادة الرقمية	-->	الثقافة الرقمية
***	13.825	0.071	0.981	0.793	القيادة الرقمية	-->	الاستراتيجية الرقمية
***	12.554	0.061	0.767	0.763	النجاح الريادي	-->	الرضا الريادي
***	13.846	0.071	0.981	0.793	النجاح الريادي	-->	البُعد المالي
***	14.61	0.065	0.952	0.809	النجاح الريادي	-->	الشعور بالامتنان
***	15.436	0.081	1.254	0.824	النجاح الريادي	-->	التأهب الريادي

المصدر: مخرجات برنامج (Amos V24)

يظهر في الجدول أعلاه بان جميع القيم تتطابق مع النتائج التي تم الحصول عليها من خلال الاختبار في برنامج SPSS V24. وكما يظهر شكل (32) قيم تلك التأثيرات واتجاهاتها.

شكل (3) انموذج تأثير القيادة الرقمية في النجاح الريادي



المصدر: مخرجات برنامج (Amos V24)

المبحث الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

1- أظهرت النتائج الإحصائية ان الادارت العليا في الجامعات والكليات الاهلية عينة البحث تتمتع بمستوى مرتفع من تطبيق الممارسات الرقمية حيث كانت

مفاصل الجامعات الاهلية والعمل على توسيع الاهتمام بالمرتكزات المفاهيمية والفلسفية التي ينطلق منها موضوع الرقمية من خلال مواكبة اخر الأبحاث والدراسات العلمية المنشورة .

2- ضرورة الاهتمام بموضوع البحث والتطوير من خلال كوادر مختصة مهام عملهم مواكبة التطور الحاصل في الجامعات المحلية والعالمية وماهي الوسائل والطرق التي تتبعها تلك المؤسسات لتقليل الفجوة المعرفية والعلمية والإدارية .

3- تعزيز علاقة الارتباط بين القيادة الرقمية والنجاح الريادي من خلال اتمته جميع التعاملات الإدارية واليات التواصل والتقليل من الروتين والبيروقراطية الموجودة في اغلب دوائر المحافظة للوصول الى حالة من التميز والتفرد والريادة في القيادة الحديثة .

4- تنمية علاقة التأثير الموجودة بين القيادة الرقمية والنجاح الريادي من خلال العمل والتركيز على مكامن القوة الموجودة واستغلالها كميزة تنافسية ممكن من خلالها منافسة باقي الجامعات .

5- استقطاب كفاءات إدارية على مستوى عال من خارج البلد في مفاصل معينة من الهرم الإداري في الجامعات الاهلية لتبادل الثقافات الرقمية والإدارية والعلمية وعمل طفرة نوعية في الانضباط الوظيفي ووضع الخطط واستغلال النمو وزيادة الربحية وخلق جو من المنافسة بين جميع الكوادر الإدارية .

المصادر

1- الهام نايف الراجحي. (2021). اسهام القيادة الرقمية في تحقيق الميزة التنافسية في ضوء مبادئ الجامعة المنتجة-تصور مقترح. مجلة الغاري للعلوم الاقتصادية والإدارية، 17(3)، 94-117.

الإجابات متسقة وبتوافق كبير لما لهذه النمط من القيادة أهمية كبيرة في الوقت الراهن .

2- تبين من خلال النتائج الإحصائية اهتمام من قبل الإدارات العليا عينة البحث بالرؤية المستقبلية وما يتوقعوه بخصوص المستقبل لوضع استراتيجيات قائمة على الممارسات الرقمية عبر التقليل من الغموض البيئي من خلال وجود رؤية مستقبلية واضحة ودراسة واقعية للتغيرات المستقبلية المحتملة.

3- أوضحت النتائج الإحصائية هناك علاقة ارتباط بين ممارسات القيادة الرقمية والنجاح الريادي حيث كانت قيم الارتباط قوية ومعنوية بين ابعاد القيادة الرقمية والنجاح الريادي مما يدل ان هناك دور فاعل ومؤثر لأبعاد القيادة الرقمية مجتمعة بالنجاح الريادي.

4- بينت النتائج الى وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية معنوية بين القيادة الرقمية كمتغير مستقل والنجاح الريادي كمتغير تابع على مستوى الجامعات والكليات الاهلية المبحوثة حيث كانت قيم التأثير قوية ومعنوية بين ابعاد القيادة الرقمية والنجاح الريادي .

5- تعتقد الإدارات العليا في الجامعات والكليات الاهلية ان مؤسساتهم لا تمتلك ميزات تنافسية جيدة تمكنهم من مجابهة الجامعات المحلية والعالمية والتحديات التي تفرضها البيئة التعليمية مما يتطلب منها بذل المزيد من الجهود والبحث عن الوسائل والأدوات المناسبة للارتقاء بمستوى الجامعات الاهلية.

ثانياً التوصيات

1- الاهتمام بشكل اكبر بتطبيق القيادة الرقمية بشكل اكبر كونها اهم أنماط القيادة الحديثة في الوقت الراهن وضرورة الانتقال الى الرقمنة في جميع

- 1-al-Shammari, A. A., Al-Tarfy, A. H. F., Auj, N. K. A., & Kandil, A. M. R. (2019). The role of smart organization characteristics in promoting entrepreneurial alertness by adopting proactive work behaviors. *The Iraqi Magazine for Managerial Sciences*, 15(61).
- 2-Bounfour, A. (2016). Digital Futures, Digital Transformation, Progress in IS. Springer International Publishing, Cham, p134- 137.
- 3-Hassan, N. K., & Hamed, S. A. (2022). The impact of digital leadership in the effectiveness of organizational crisis management by mediating strategic vigilance. *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 28(133), 1-20.
- 4-Hu, W., Xu, Y., Zhao, F., & Chen, Y. (2022). Entrepreneurial passion and entrepreneurial success—the role of psychological capital and entrepreneurial policy support. *Frontiers in Psychology*, 13, 792066
- 5-Knox, J. (2014). Digital culture clash: "massive" education in the E-learning and Digital Cultures MOOC. *Distance Education*, 35(2), 164-177.
- 6-Masrur, M. (2021). Digital Leadership to Improve the Pedagogical Competence of University English Lecturers in Samarinda. *Journal of Social Studies Education Research*, 12(4), 424-446.
- 7-Muñoz, P., Kimmitt, J., Kibler, E., & Farny, S. (2019). Living on the slopes: Entrepreneurial preparedness in a context under continuous threat. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(5-6), 413-434.
- 2-الجنابي ، رنا زاهر سلمان (2021)، تأثير الذكاء الاستراتيجي في النجاح الريادي من خلال الدور الوسيط للريادة الاستراتيجية دراسة ميدانية لآراء عينة من القيادات العلمية والإدارية في الكليات الأهلية الجامعة في محافظتي بابل وكربلاء المقدسة ، رسالة ماجستير ، قسم ادارة الاعمال ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة كربلاء ، كربلاء، العراق.
- 3-خيرى ، حسين علاء و غالى ، حسين حريجة (2021)، ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء وتأثيرها في تعزيز النجاح الريادي (بحث استطلاعي لعينة من شركات الصناعات الغذائية)، مجلة الإدارة والاقتصاد جامعة كربلاء ، المجلد 10 العدد 4 ، كانون الأول (2021).
- 4-الراجحي، أن (2021). اهتم بالقيادة الرقمية في مواصلة السعي نحو الضوء مبادئ الجامعة المنتجة- تصور. مجلة الغاري للعلوم الاقتصادية والإدارية، 17(3)، 94-117
- 5-سهيل ، كرار صالح جبر (2019) ، استراتيجية الامواج المتداخلة كمتغير وسيط بين القيادة الرقمية وتسويق (Gamification) دراسة استطلاعية في عينة من المنظمات التسويقية الرقمية ، اطروحة دكتوراه، قسم ادارة الاعمال ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة الكوفة ، النجف ، العراق .
- 6-محمد عادل محمد الفهداوي. (2022). دور القيادة الرقمية في تحقيق التميز التنظيمي) دراسة تحليلية لآراء فنية من القادة الإداريين في شركات الاتصالات المتنقلة العراقية. مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والإدارية 14(2)
- 8-نور كريم حسن كلية الادارة الكون-جامعة بغداد، & أ. م. د. سهير عادل حامد كلية الادارة والاقتصاد-جامعة بغداد. (2022). دور المراقبة الرقمية في التركيز. مجلة الاقتصاد والدراسات الإدارية (EASJ) (مجلة الدنانير سابقاً)، ج1(4).
- 9-تشن ، يو تشي (2020)، ادارة الحوكمة الرقمية : القضايا، والتحديات، الحلول، (ترجمة د جعفر بن احمد عبد الكريم العلوان)، السعودية: ردمك: 9- 25 - 8276 - 603 - 978، (العمل الاصلي نشر في عام 2017).

References

- 15-Juhdi, H. N., Hong, T. S., & Juhdi, N. (2015). Market Orientation and Entrepreneurial Success: Mediating Role of Entrepreneurial Learning Intensity. *Jurnal Pengurusan*, 43.
- 16-Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Currency.
- 17-Zimmermann, A., Schmidt, R., Sandkuhl, K., Jugel, D., Schweda, C., & Bogner, J. (2021). Architecting digital products and services. In *Architecting the Digital Transformation* (pp 181-197). Springer, Cham.
- 18-Zhong, L. (2016). The effectiveness of digital leadership at K-12 schools in Mississippi regarding communication and collaboration during CCRS implementation. The University of Southern Mississippi
- 8-Peng, B. (2022). Digital leadership: State governance in the era of digital technology. *Cultures of Science*, 5(4), 210-225
- 9-Rahimi Y. Mat, I. Mohd Yusri, and A. Zahari, "Kepimpinan digital pemimpin sekolah," in Seminar Nasional Pengurusan dan Kepimpinan Pendidikan ke - 23, 2016.
- 10-Ruiz, Jesus & Soriano, Domingo Ribeiro & Coduras, Alicia(2016), "Challenges In Measuring Readiness For Entrepreneurship", *Management Decision*, Vol. 54 Iss 5 ,.
- 11-Schillo, R. Sandra & Persaud, Ajax & Jin, Meng(2016), *Entrepreneurial Readiness In The Context Of National Systems Of Entrepreneurship*, *Small Business Economics*, Vol. 46, No.4, 2016, P:679-637
- 12-Stijn, N., & Groen, M. (2018). Start-EU-up! Lessons from international incubation practices to address the challenges faced by Western European start-ups. *The Journal of Technology Transfer*, 43, 1161-1189.
- 13-Tang, J., Baron, R. A., & Yu, A. (2021), "Entrepreneurial alertness: Exploring its psychological antecedents and effects on firm outcomes", *Journal of Small Business Management*, 1-30
- 14-Yong Kyu Lew , Nadia Zahoor , Francis Donbesuur and Huda Khan , 2022 , *Entrepreneurial alertness and business model innovation in dynamic markets : international performance implications for SMEs* , R & D Management published by RADMA and John Wiley & Sons ,USA.