

أثر التحول الرقمي علي تحقيق الأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران: الدور الوسيط لليقظة الإستراتيجية والابتكار التنظيمي

بسام سمير الرميدي، رضا محمود أبو زيد

قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات

الملخص

تهدف الدراسة إلي استكشاف الدور الوسيط لكل من اليقظة الإستراتيجية والابتكار التنظيمي في العلاقة بين التحول الرقمي والأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وكذلك استمارة الاستبيان لتحقيق هدف الدراسة. تم توزيع ٤٢٧ استمارة علي عينة عشوائية من العاملين في شركة مصر للطيران وفروعها المنتشرة بمحافظة القاهرة والجيزة، بينما تم تحليل ٣٤٤ استمارة صالحة. أبرزت نتائج الدراسة وجود تأثير معنوي وإيجابي للتحول الرقمي علي كل من اليقظة الإستراتيجية، والابتكار التنظيمي والأهداف الإستراتيجية. كما أوضحت نتائج الدراسة وجود تأثير معنوي وإيجابي لكل من اليقظة الإستراتيجية والابتكار التنظيمي علي الأهداف الإستراتيجية. توصلت الدراسة أيضاً أن اليقظة الإستراتيجية والابتكار التنظيمي يلعبان دوراً وسيطاً في العلاقة بين التحول الرقمي وتحقيق الأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران.

الكلمات الدالة: التحول الرقمي، اليقظة الإستراتيجية، الابتكار التنظيمي، الأهداف الإستراتيجية، مصر للطيران.

المقدمة

أدت التطورات التكنولوجية السريعة التي شهدتها بيئة العمل خلال السنوات القليلة الماضية، وكذلك ظهور الاقتصاد الرقمي، والتوجه الواسع نحو التحول الرقمي إلي ظهور بعض نماذج الأعمال المبتكرة في الكثير من المنظمات سعياً منها لمواكبة تلك التطورات. كما ظهر اهتمام تلك المنظمات بتوظيف تلك التطورات التكنولوجية في كافة أعمالها، وابتكار العديد من الأنشطة والعمليات الجديدة، وتطوير وتحديث ما تقدمه من خدمات ومنتجات، بجانب تقديم منتجات وخدمات مبتكرة، وهو ما ينعكس علي تحقيق الأهداف الإستراتيجية لتلك المنظمات، وضمان بقائها واستمرارها في بيئة العمل (شحادة، ٢٠٢١). كما أن هذه التطورات ساهمت بشكل كبير في زيادة قدرة المنظمات علي الوصول للمعلومات والبيانات التي تدعم أدائها وقراراتها، وزيادة الكفاءة والفاعلية التنظيمية، ودعم الإنتاجية، وتطوير مهارات وقدرات العاملين بشكل كبير (فرج، ٢٠٢٢). علاوة علي ذلك؛ تستهدف المنظمات دعم وتعزيز الابتكار والإبداع في الأداء، وتحسين مستوى جودة خدماتها من خلال سعيها للتحول الرقمي (منصور، ٢٠٢١). كذلك فرضت التحديات الكثيرة التي تواجه المنظمات البحث عن أساليب غير تقليدية في العمل لمواجهة تلك التحديات، وهو ما عزز من أهمية الابتكار التنظيمي سواء فيما يتعلق بعمليات المنظمات الداخلية أو الخارجية. اتجهت المنظمات إلي تبني الابتكار التنظيمي في عملياتها الداخلية المتمثلة في العمليات الإدارية، وتصميم العمل، وطرق تنفيذ المهام، والابتكار في المنتجات والخدمات، وكذلك عملياتها الخارجية المتمثلة في الابتكار في تقديم الخدمات والمنتجات، والابتكار في التسويق وجذب العملاء، وكذلك الابتكار في المنافسة (هلال وأرباب، ٢٠٢٠). وقد أصبحت المنظمات في حاجة كبيرة إلي تتبع وتحليل كافة إستراتيجيات وعمليات المنافسين، وما يقدمونه من منتجات وخدمات في بيئة العمل، وكذلك رصد متطلبات بيئة العمل باستمرار، ورصد وتحليل لاحتياجات العملاء المتغيرة، ووضع إستراتيجيات مستقبلية للتعامل مع المعلومات التي تم تجميعها في عمليات التتبع والتحليل والرصد، أي أن المنظمات في حاجة لتعزيز يقظتها الإستراتيجية في بيئة العمل، وخاصة إذا كانت تسعى للتطور والنمو والنجاح المستقبلي (المشهداني، ٢٠٢٠؛ Karima & Zohra, 2021). وتعتبر اليقظة الإستراتيجية عن قدرة المنظمة علي تقييم وتحليل بيئتها الداخلية والخارجية، وتوفير معلومات يمكن استخدامها في اتخاذ القرارات الإستراتيجية، نظراً لأن هذه المعلومات تكون استباقية وتنبؤية بما قد يحدث في المستقبل في بيئة العمل (رحماني، ٢٠٢١؛ الجردانية، ٢٠٢٠). كما يتوقف استمرار ونمو المنظمات علي توظيفها للتكنولوجيا في كافة ما تقوم به من أعمال، وتحسين خدماتها، ودعم قدراتها التنافسية الحالية والمستقبلية. وفي هذا الإطار تحتاج المنظمات إلي الاستفادة من المعلومات بشكل أكبر، واتخاذ القرارات الإستراتيجية المناسبة، وهو ما أدي زيادة قيمة المعلومات الإستراتيجية التي أصبحت قناة الاتصال بين المنظمة وبيئتها عملها. لذا تحتاج المنظمات إلي نظام لليقظة

الإستراتيجية، يقوم برصد كافة المعلومات ذات العلاقة بنشاطها في بيئة العمل (بتغة و فراحيتية، ٢٠٢١). وتدعم اليقظة الإستراتيجية قدرة المنظمة علي تحقيق التميز المؤسسي في كافة أعمالها الداخلية والخارجية (عيسي، ٢٠٢٢؛ Jaz & Jamal, 2021)، بجانب زيادة قدرة المنظمات علي إدارة أزماتها، وتقليل التأثيرات السلبية لها، وحمايتها من المخاطر المتوقعة في المستقبل (محمد والحجي، ٢٠٢٢)، ودعم الابتكار التنظيمي (طوير وعمر، ٢٠٢١).

مشكلة الدراسة

أصبح نجاح المنظمات في تطوير خدماتها ومنتجاتها وتحسين أدائها، وكذلك نموها في بيئة العمل مرتبطاً بقدرات تلك المنظمات علي التحول الرقمي، حيث أصبح التوجه نحو التحول الرقمي ضرورة حتمية للمنظمات التي تسعى للإبداع والابتكار في خدماتها وعملياتها، وتحقيق أهدافها، وتحقيق الميزة التنافسية في بيئة العمل (زيدان، ٢٠٢١). كما أن التحول الرقمي يساعد في توفير كم كبير من المعلومات للمنظمات لاستخدامها في تطوير عملياتها وأنشطتها، وكذلك استخدامها في عمليات اتخاذ القرار والتخطيط الإستراتيجي داخل المنظمة (البوشية وآخرون، ٢٠٢٠). علاوة علي ذلك؛ تسعى مختلف المنظمات إلي ضمان الاستمرار والنمو في بيئة العمل التي تتسم بالتغيرات والتطورات السريعة. لذا فهذه المنظمات في حاجة إلي متابعة ورصد ومراقبة تلك التغيرات والتطورات بهدف التنبؤ بالتحديات التي قد تواجهها، والتي يمكن أن تؤثر علي تنافسيتها وقدرتها علي النمو. كما أن هذه المنظمات في حاجة لتحليل كافة أعمال المنافسين وإستراتيجياتهم، ووضع مجموعة من الإجراءات المبتكرة التي تمكن المنظمة من مواجهة المنافسين، والاستمرار في تحقيق أهدافها الإستراتيجية بفاعلية، وهذا يعني أن هذه المنظمات في حاجة لتعزيز يقظتها الإستراتيجية في بيئة العمل (الطحان، ٢٠٢١). كما أن تلك المنظمات تنفذ مهامها وأنشطتها في بيئة عمل متغيرة وديناميكية، ومن ثم فهي في حاجة إلي استغلال كافة مواردها وإمكاناتها بكفاءة وفاعلية، وبشكل مبتكر غير تقليدي، مما يزيد من فرص استمرار ونمو المنظمة في بيئة العمل (ديب والبهلول، ٢٠١٨). وفي ضوء ذلك؛ تتلخص مشكلة الدراسة في الإجابة علي التساؤل التالي: هل يؤثر التحول الرقمي علي قدرة شركة مصر للطيران علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية في وجود اليقظة التنظيمية والابتكار التنظيمي كمتغيرين وسيطين؟

أهداف الدراسة:

- ١- تقييم مستوي كل من التحول الرقمي، واليقظة الإستراتيجية، والابتكار التنظيمي، وتحقيق الأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران.
- ٢- قياس العلاقة المتبادلة بين التحول الرقمي، واليقظة الإستراتيجية، والابتكار التنظيمي، وتحقيق الأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران.
- ٣- استكشاف الدور الوسيط لكل من اليقظة الإستراتيجية والابتكار التنظيمي في العلاقة بين التحول الرقمي والأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران.

فروض الدراسة:

- ف١/ يؤثر التحول الرقمي معنوياً وإيجابياً في زيادة مستوي اليقظة الإستراتيجية في شركة مصر للطيران.
- ف٢/ يؤثر التحول الرقمي معنوياً وإيجابياً في زيادة مستوي الابتكار التنظيمي في شركة مصر للطيران.
- ف٣/ يؤثر التحول الرقمي معنوياً وإيجابياً في زيادة قدرة شركة مصر للطيران علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية.
- ف٤/ تؤثر اليقظة الإستراتيجية معنوياً وإيجابياً في زيادة قدرة شركة مصر للطيران علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية.
- ف٥/ يؤثر الابتكار التنظيمي معنوياً وإيجابياً في زيادة قدرة شركة مصر للطيران علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية.
- ف٦/ تؤثر اليقظة الإستراتيجية معنوياً وإيجابياً في زيادة مستوي الابتكار التنظيمي في شركة مصر للطيران.
- ف٧/ تلعب اليقظة الإستراتيجية دوراً وسيطاً في العلاقة بين التحول الرقمي وتحقيق الأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران.
- ف٨/ يلعب الابتكار التنظيمي دوراً وسيطاً في العلاقة بين التحول الرقمي وتحقيق الأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران.

الإطار النظري

التحول الرقمي

فرضت مواكبة التطورات التكنولوجية والتحول الرقمي ضغوطاً وتحديات أمام المنظمات، مما دفع تلك المنظمات إلى التوجه للتحويل الرقمي عن طريق التوسع في استخدام التكنولوجيا المتطورة في كل ما تقوم به من أعمال (شحادة، ٢٠٢١). كذلك أصبح التحول الرقمي يمثل مصدراً لضمان بقاء ونمو تلك المنظمات في بيئة العمل، وتعزيز قدراتهم التنافسية في ظل الانفتاح والمنافسة العالمية في بيئة العمل (مسعودي وعامر، ٢٠٢١؛ نصير، ٢٠٢١). أشار الشريف (٢٠٢١) إلى أن اتجاه المنظمات للتحويل الرقمي يتجاوز مجرد استخدام التكنولوجيا المختلفة ليشمل تطوير وتعزيز الثقافة التنظيمية، وتعزيز الوعي والثقافة الرقمية لضمان تحقيق الأهداف. ويرتبط التحول الرقمي بقدرة المنظمة علي التحول من نظام العمل التقليدي إلى نظام العمل الرقمي أو الإلكتروني الذي يستند علي الاستخدام المكثف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كافة أنشطتها وعملياتها، وذلك بهدف التحول الرقمي الكامل في طرق أداء العمل للاستفادة من التطورات التكنولوجية، وهو ما يعكس في النهاية علي تحسين الأداء، وزيادة القدرات التنافسية للمنظمة (عثمان، ٢٠٢٢).

تستهدف المنظمات التي تسعى للتحويل الرقمي تحسين كفاءة وفعالية الأداء، وتوفير الوقت والجهد اللازم لتنفيذ المهام والأنشطة، وتطوير الخدمات والمنتجات المقدمة حالياً، وابتكار خدمات ومنتجات جديدة تزيد من المبيعات والأرباح، وكذلك دعم الثقافة الرقمية لدي كافة العاملين (الخطيب والخطيب، ٢٠٢١). كما تستهدف المنظمات إكساب العاملين بها المزيد من المهارات والمعارف الرقمية التي تمكنهم من مواكبة التطورات التكنولوجية، وزيادة التكامل والتنسيق بين عملياتها وأنشطتها وإدارتها لتطوير وتحسين الأداء، وكذلك تعزيز عمليات اتخاذ القرارات، وتحسين وتطوير الممارسات والعمليات الإدارية التي سيتم تحويلها من الشكل التقليدي للإدارة إلى الإدارة الإلكترونية (عبد الحميد، ٢٠٢١).

يحقق التحول الرقمي العديد من الفوائد للمنظمات باختلاف مجال عملها، حيث يساهم في تغيير طرق وآليات العمل من خلال التغيير الكبير في طرق تنفيذ الأنشطة والعمليات، وذلك من خلال تطوير وتحديث هذه العمليات والأنشطة، وإدخال واستخدام عمليات وأنشطة مبتكرة جديدة بالاعتماد علي التكنولوجيا المتطورة (Lobejko, 2020). كذلك يساعد التحول الرقمي علي زيادة فاعلية وكفاءة وإنتاجية المنظمات، وذلك من خلال توفير طرق مبتكرة لأداء وتنفيذ العمليات، مما يزيد من الاستدامة التنظيمية بتلك المنظمات (نصير، ٢٠٢١). من خلال التقنيات والتطبيقات التي يوفرها التحول الرقمي، فإن المنظمات يمكنها زيادة مستوي السلامة المهنية في أماكن العمل من خلال المزايا التي توفرها تلك التطبيقات والمرتبطة بإخطار العاملين بالمخاطر والتحديات المحتملة في أماكن العمل.

علاوة علي ذلك؛ يساعد التحول الرقمي في زيادة قدرة المنظمات علي تنفيذ التغيير بنجاح، والاستجابة السريعة والمبتكرة لتلبية احتياجات ورغبات العملاء في الوقت المناسب، وكذلك تعزيز المرونة الإستراتيجية، والدخول لأسواق جديدة، وتحقيق التفوق والتميز علي المنافسين (Kő et al., 2019). كما يدعم التحول الرقمي عملية اتخاذ القرار من خلال توفير كم هائل من البيانات والمعلومات من المصادر المختلفة، واستخدامها في اتخاذ القرارات (Albukhitan, 2020).

وتكمن الفوائد المتعددة التي يحققها التحول الرقمي في تحديث وتطوير الممارسات والإستراتيجية التسويقية، ودعم التواصل وإدارة العلاقات مع العملاء إلكترونياً، وتحسين العمليات الإدارية، وتقليل التكاليف، وزيادة مستوي جودة الخدمات والمنتجات، وتقليل وقت التسليم (زابي وبعيطيش، ٢٠٢١)، وتحسين الأداء الوظيفي (عثمان، ٢٠٢٢؛ خميس، ٢٠٢٢)، وكذلك تحسين أداء الشركات السياحية (مصطفي وآخرون، ٢٠٢١)، وتنمية رأس المال البشري (منصور، ٢٠٢١). بالإضافة إلي ذلك يعزز التحول الرقمي من سرعة إنجاز العمل، والاستجابة المرنة للتغيرات ومتطلبات بيئة العمل، والحد من الروتين والبيروقراطية في العمل، وتقليل الأخطاء في أداء العمل، وتطوير عمليات إدارة المعرفة (زيدان، ٢٠٢١).

لكن الجدير بالذكر أن المنظمات تواجه بعض التحديات التي قد تعوق قدراتها للتحويل الرقمي الناجح. تشمل تلك التحديات انخفاض مستوي البنية التكنولوجية بالمنظمات، وارتفاع تكلفة شراء الأجهزة والتطبيقات الرقمية وصيانتها، وجمود الهياكل التنظيمية وعدم قدرتها علي مواكبة التطورات التكنولوجية، بجانب ضعف الوعي والثقافة الرقمية للعاملين، وانخفاض مهارات وقدرات العاملين علي التعامل مع التطبيقات الرقمية الحديثة، وكذلك عدم اقتناع الإدارة بجدوى التحول الرقمي، والتحديات الإلكترونية ومخاطر اختراق التطبيقات وقواعد البيانات (عبد الحميد، ٢٠٢١). كما تتضمن تلك التحديات انخفاض عدد العاملين القادرين علي استخدام التقنيات المختلفة بنجاح، ورفض التغيير ومقاومته من العاملين أصحاب الأداء والمهارات الضعيفة، وضعف الثقة في التحول

الرقمي، وانخفاض الدعم المادي لعمليات التحول الرقمي، وعدم كفاءة وسرعة الانترنت، وغياب الرؤية الواضحة للتحول الرقمي (شحادة، ٢٠٢١).

اليقظة الإستراتيجية

تشير اليقظة الإستراتيجية إلى مجموعة من العمليات الخاصة بجمع وحفظ وتحليل المعلومات من بيئتي العمل الداخلية والخارجية، واستخدامها بالتنبؤ بالتغيرات والتطورات المستقبلية، والاعتماد عليها في اتخاذ القرارات الإستراتيجية لضمان استغلال الفرص التي تتيحها تلك التغيرات، ومواجهة التحديات والتهديدات المتوقعة (محمدين، ٢٠٢١). تحتاج المنظمات لتعزيز مستوى اليقظة الإستراتيجية بها إلى دعم والتزام الإدارة العليا، ووجود هياكل تنظيمية مرنة وحديثة، وتنمية مهارات وقدرات العاملين وخبراتهم، بجانب توفير نظم فعالة للاتصالات والمعلومات، وتطوير الثقافة التنظيمية للمنظمة بأن تكون أكثر دعماً وتشجيعاً للابتكار والإبداع (الجرادانية، ٢٠٢٠).

تعد اليقظة الإستراتيجية إحدى العمليات الحيوية التي ينبغي علي كافة المنظمات القيام بها، لأن خطتها وإستراتيجياتها سبني علي المعلومات التي توفرها اليقظة الإستراتيجية سواء فيما يتعلق ببيئتها الداخلية أو الخارجية (Jarallah, 2021). تهدف اليقظة الإستراتيجية إلى تحليل البيئة التسويقية، والتكنولوجية، والتنافسية لتقليل حالات عدم التأكد، ومواكبة التغيرات في تلك البيئات. كما تهدف اليقظة إلى توفير معلومات للمنظمة تستطيع من خلالها تخفيض التكاليف، وزيادة الأرباح من خلال تقديم خدمات ومنتجات تتوافق مع احتياجات العملاء، ومن ثم تقوية وضعها التنافسي في السوق (المشهداني، ٢٠٢٠).

وتهدف اليقظة الإستراتيجية أيضاً إلى زيادة القدرات التنظيمية في التعامل مع التغيرات في بيئة العمل من خلال إتاحة كافة المعلومات المطلوبة لاتخاذ القرارات بشكل سريع ودقيق، وتخفيض الوقت والجهد المبذول في إنجاز العمل، وتحقيق التكامل بين مختلف الأقسام، وتقليل المركزية، وتعزيز استجابة المنظمة لمتطلبات العمل. كما أنها تهدف إلى أخذ خطوات استباقية في بيئة العمل في ضوء معلومات دقيقة، وتحقيق التميز علي المنافسين (الجرادانية، ٢٠٢٠).

علاوة علي ذلك؛ تهدف اليقظة الإستراتيجية إلى تطوير الأداء التنظيمي، وخلق المزيد من الفرص في بيئة العمل، وحل المشكلات التي تواجه المنظمة بطرق إبداعية، وتمكن المنظمة من اكتشاف المزيد من الأفكار الجديدة التي تدعم نجاحها ونموها في بيئة العمل (الطحان، ٢٠٢١). وتساهم اليقظة التكنولوجية في دعم الإبداع والابتكار التنظيمي بشكل واضح (طوير وعمر، ٢٠٢١)، وتعزيز الأداء الريادي للمنظمة (حميد وإبراهيم، ٢٠١٩؛ Jalod *et al.*, 2021; Al-Sadoon & Al-Taha, 2021; Alawi, 2021).

كذلك تساعد اليقظة التكنولوجية في زيادة قوة المنظمة في بيئة العمل، وتجعلها أكثر قدرة علي توقع التغيرات والظروف المستقبلية في بيئة العمل، بجانب دعم قدراتها علي ابتكار العديد من الأنشطة التي من شأنها زيادة تنافسيتها وتحقيقها لأهدافها الإستراتيجية (عبد الله، ٢٠٢١). كما تعد اليقظة الإستراتيجية إحدى مصادر المعلومات التي يتم الاعتماد عليها في اتخاذ القرارات التي تتعلق بمستقبل المنظمة ودورها في بيئة العمل (قواسمية ومباركي، ٢٠٢١). وتعد أيضاً مصدراً لجوانب التغيير الواجب تنفيذها في المنظمة لمواكبة التغيرات في بيئة العمل. كذلك تدعم اليقظة الإستراتيجية الابتكار التنظيمي من خلال الأفكار التي توفرها لابتكار طرق عمل جديدة أو تقديم خدمات ومنتجات مبتكرة ومميزة عن المنافسين (بن بطو وشنوف، ٢٠٢١)، وتحقيق البراعة التنظيمية (Alshaer, 2020)، ودعم الاستدامة التنظيمية، وزيادة الحصة السوقية (آدم وآخرون، ٢٠٢١؛ مسراتي وبن نذير، ٢٠٢٠)، مما يعكس علي استدامة ميزتها التنافسية (عثمان، ٢٠٢١).

وتشمل اليقظة الإستراتيجية أربعة أنواع رئيسية هم اليقظة التسويقية، واليقظة التنافسية، واليقظة التكنولوجية، واليقظة البيئية (أنساعد وقمري، ٢٠٢١). اليقظة التسويقية تهتم بتتبع وتجميع وتحليل المعلومات المرتبطة بالأسواق التي تعمل فيها المنظمة. تتضمن تلك المعلومات معرفة احتياجات ورغبات العملاء المتغيرة باستمرار، العلاقة مع المنظمة، الأنشطة التسويقية، المنتجات والخدمات (محمدين، ٢٠٢١). كما أن تهتم بجمع المعلومات عن المنتجات والخدمات المتشابهة المتاحة في بيئة العمل، وأسعارها، والسياسات التسويقية، وقنوات التوزيع المختلفة (بتغة وفراحتية، ٢٠٢١). أما اليقظة التنافسية فتهتم بتجميع وتحليل المعلومات المرتبطة بالمنافسين (إستراتيجياتهم، أهدافهم، قراراتهم، تحالفاتهم)، بهدف تحديد أهم التغيرات والتطورات التي يقوم بها المنافسين، ووضع الإستراتيجيات المناسبة لمواجهة ذلك والتفوق عليهم (طوير وعمر، ٢٠٢١). كما تشمل تحليل القدرة التنافسية للمنافسين في بيئة العمل، ورصد مصادر تميزهم، وسياساتهم السعرية (بتغة وفراحتية، ٢٠٢١). بينما تهتم اليقظة التكنولوجية بتجميع وتحليل المعلومات المرتبطة بالتطورات التكنولوجية لتحقيق المزيد من الإبداع

التكنولوجي في العمل، وخاصة الإبداع في الخدمات والمنتجات، والإبداع في التنفيذ، والإبداع في تقديم تلك الخدمات والمنتجات (المراكزة والزعيبي، ٢٠٢١؛ بوذن وسلطاني، ٢٠٢١؛ محمد، ٢٠٢١). وأخيراً تهتم اليقظة البيئية بتجميع وتحليل المعلومات الخاصة بالبيئة التي تعمل فيها المنظمة، مثل التغيرات الاقتصادية، والقانونية والاجتماعية والسياسية، وكذلك التغيرات في سلوك العمل، ومتطلبات الأسواق، ومخاطرها (محمد، ٢٠٢١).

الابتكار التنظيمي

يعد الابتكار التنظيمي أحد الآليات التي تستخدمها المنظمات لزيادة قدراتها التنافسية، وتقديم خدمات ومنتجات تنافس ما يقدمه المنافسين، والوصول السريع للعملاء وإشباع رغباتهم واحتياجاتهم (عبد الله، ٢٠٢٠). يشير الابتكار التنظيمي إلى الممارسة التي تركز على خلق أفكار جديدة غير تقليدية وتحويلها إلى أنشطة ومخرجات في صورة منتجات وخدمات تخلق قيمة للعملاء أكبر من المنافسين (عبيد، ٢٠١٦). كما أن الابتكار التنظيمي يرتبط بقدرة المنظمة على تبني الهدم الخلاق، واستبدال الهياكل والأنظمة والعمليات القديمة بأخرى حديثة، وذلك لمواكبة التغيرات والتطورات التكنولوجية، بهدف خلق قيمة للعملاء (العربي وآخرون، ٢٠١٩). ويتسم الابتكار التنظيمي بأنه ممارسة مقصودة تقوم بها المنظمة من خلال العاملين فيها، كما أنه ينطوي على تقديم أشياء جديدة لم تكن موجودة من قبل، أو تحديث وتطوير أشياء موجودة بالفعل. ويدخل الابتكار التنظيمي في الكثير من جوانب المنظمة سواء فيما يتعلق بالعمليات الإدارية، أو إدارة التغيير أو الإدارة الإلكترونية. علاوة على ذلك؛ يتميز الابتكار التنظيمي بأنه تأثيراته تشمل مختلف أقسام المنظمة، وتنعكس على نجاح واستمرار المنظمة ككل. يرتبط الابتكار التنظيمي بالأفكار والعمليات والأنشطة المبتكرة التي تنفذها المنظمة في كل ما تقوم من أعمال سواء في الإدارة، أو تصميم المنتجات والخدمات، أو تقديم وتسويق تلك المنتجات والخدمات، أو استخدام التكنولوجيا في إنجاز وتحقيق أهدافها (عبد الله، ٢٠٢٠).

كما يقوم الابتكار التنظيمي على إحداث التغيرات في الهياكل التنظيمية، والعمليات الإدارية، وتصميم العمل، وسياسات المنظمة وخططها بهدف مواكبة متطلبات بيئة العمل المتغيرة، واستغلال الأفكار الجديدة في التنافس، وهيكلة المهام، وإعادة توزيع الصلاحيات والسلطات، ونظم المكافآت والحوافز وهو ما يُعرف بالابتكار الإداري (أحمد، ٢٠١٩؛ الفيومي، ٢٠٢١). وقد يقوم الابتكار التنظيمي بإحداث التغيرات في طرق تنفيذ العمل، وإدخال التكنولوجيا في كافة الأنشطة التي تنفذها، أو إحداث التغيرات فيما تقدمه المنظمة من خدمات ومنتجات، وهو ما يُعرف بالابتكار التقني (الرواشدة، ٢٠١٥). وأخيراً قد ينطوي الابتكار التنظيمي على تقديم خدمات ومنتجات إضافية للعملاء لتلبية احتياجاتهم بما يفوق المتوقع منهم، مما يعكس على رضاهم وولائهم للمنظمة، أو القيام بأنشطة إضافية تخلق نوعاً من الرضا لدى العملاء، وهو ما يُعرف بالابتكار الإضافي (عبيد، ٢٠١٦).

ويساهم الابتكار التنظيمي في زيادة قدرة المنظمات على مواجهة الأزمات والتعامل معها بكفاءة، والحد من تأثيراتها السلبية (هلال وأرباب، ٢٠٢٠). كما أن الابتكار التنظيمي يزيد من قدرة المنظمة على التكيف مع التغيرات التنظيمية في بيئة العمل الداخلية والخارجية (العربي وآخرون، ٢٠١٩). ويساعد الابتكار التنظيمي المنظمات أيضاً على تحسين أدائها، وتحسين المناخ التنظيمي، وتحقيق التفوق التنافسي (جديد، ٢٠٢٠)، ومن ثم تحقيق الميزة التنافسية (عكاشة ومحمد، ٢٠٢٠). أضاف عودة ورفاعي (٢٠١٥) أن الابتكار التنظيمي هو الآلية التي تستطيع من خلالها المنظمة التفاعل مع بيئتها الداخلية والخارجية، ومواجهة كافة التحديات، وحل المشكلات التي تواجه العمل بطرق غير مألوفة تمنع تلك المشكلات من التكرار، وتحقيق التميز في الأداء.

بالإضافة إلى ذلك؛ يساهم الابتكار التنظيمي في تحسين الأداء على مستوى المنظمة ككل (Arif & Akram, 2018)، وتحسين مستوى جودة الخدمات المقدمة للعملاء (Hamdoun et al., 2018)، ودعم الأداء الإبداعي (Waheed et al., 2019)، ونمو المنظمة (Corsi et al., 2019).

الأهداف الإستراتيجية

يرتبط نجاح واستمرار المنظمات في بيئة العمل على سعيها لتحقيق رسالتها وأهدافها الإستراتيجية، مما يتطلب منها وضع خطة إستراتيجية مميزة وتنفيذها في ظل بيئة العمل التي تتسم بالمنافسة والتغيرات السريعة، على أن تشمل تلك الخطة على مجموعة من الأهداف الإستراتيجية المطلوب تحقيقها من خلال تنفيذها لبعض الأنشطة والعمليات والممارسات لضمان الاستمرار والنمو واستدامة ميزتها التنافسية (بني عمر والكاسبية، ٢٠٢٢). تشير الأهداف الإستراتيجية إلى الغايات التي تطمح المنظمة للوصول إليها في ضوء استغلالها لكافة مواردها وإمكانيات المالية والبشرية والمادية على المدى الطويل، كما يجب أن تتميز تلك الأهداف بالواقعية، وارتباطها بمتطلبات البيئتين الداخلية والخارجية وتغيراتهم لضمان تحقيقها بكفاءة وفعالية (عبيدات، ٢٠١٧).

والجدير بالذكر أن نجاح المنظمات في تحقيق والوصول إلى أهدافها الإستراتيجية يتوقف علي وضع وصياغة تلك الأهداف. ترتبط استمرارية ونمو المنظمات وزيادة تنافسيتها بشكل كبير بما تضعه وتصيغه من أهداف إستراتيجية بدقة، حيث أن التحديد والتقدير الخاطئ للأهداف الإستراتيجية قد يترتب عليه فشل المنظمة وحدوث الكثير من الأزمات والمشكلات التي تهدد استقرارها ونموها (بني عمر، ٢٠١٨).

هناك العديد من العوامل التي تساهم في تحقيق الأهداف الإستراتيجية مثل الجاهزية الإلكترونية (الشوابكة، ٢٠١٥)، والتحول الرقمي (شحادة، ٢٠٢١؛ الشريف، ٢٠٢١)، واليقظة الإستراتيجية (عبد الله، ٢٠٢١؛ الجردانية، ٢٠٢٠)؛ والابتكار التنظيمي (عبد الله، ٢٠٢٠؛ Waheed et al., 2019)، وإدارة المعرفة (الغالي، ٢٠١٧)، ومشاركة المعرفة (ذوابي، ٢٠١٥)، والسعادة الوظيفية (عثمان، ٢٠٢١)، وممارسات إدارة الموارد البشرية (بني عمر والكساسبة، ٢٠٢٢؛ بني عمر، ٢٠١٨)، بجانب التمكين الإداري (عبيدات، ٢٠١٧؛ الملفوح، ٢٠١٦؛ صالح والمبيضين، ٢٠١١)، ونظم إدارة الجودة (بشير، ٢٠١٩)، وكذلك أنماط القيادة كالتبديلية (الشعار، ٢٠٢١)، والقيادة التحويلية (المنخس، ٢٠١٥؛ منصور والقانوع، ٢٠١٦)، والمرونة التنظيمية (زكي، ٢٠١٩)، ونظم المعلومات الإدارية (الظامري، ٢٠١٨)، والقوة التنظيمية، والاستغراق الوظيفي (Sadq, 2019). كما تكمن أهمية الأهداف الإستراتيجية في كونها جزءاً في عملية التخطيط الإستراتيجي، كما أنها تساهم في تحسين عمليات صنع القرار داخل المنظمة بما يتوافق مع التغيرات ومتطلبات بيئتي العمل الداخلية والخارجية (عبيدات، ٢٠١٧). كذلك تساهم الأهداف الإستراتيجية في توضيح وتحديد العلاقات المتبادلة بين العاملين والأقسام داخل المنظمة، وتحديد واجبات ومسئوليات وسلطات كل فرد داخل المنظمة بما يتوافق مع المهام المطلوبة منهم، ودور كل فرد في تحقيق الأهداف (الشعار، ٢٠٢١)، بجانب المساهمة في وضع معايير واضحة وموضوعية وعادلة لتقييم أداء العاملين والأداء التنظيمي (عبد الله، ٢٠١٨)، ودعم قدرة الإدارة علي وضع خطة شاملة لكل أقسام ووظائف المنظمة، بجانب زيادة قدرة المنظمة علي تحليل وتوصيف بيئة العمل التي تعمل بها (المسعودي ورشيد، ٢٠١٢).

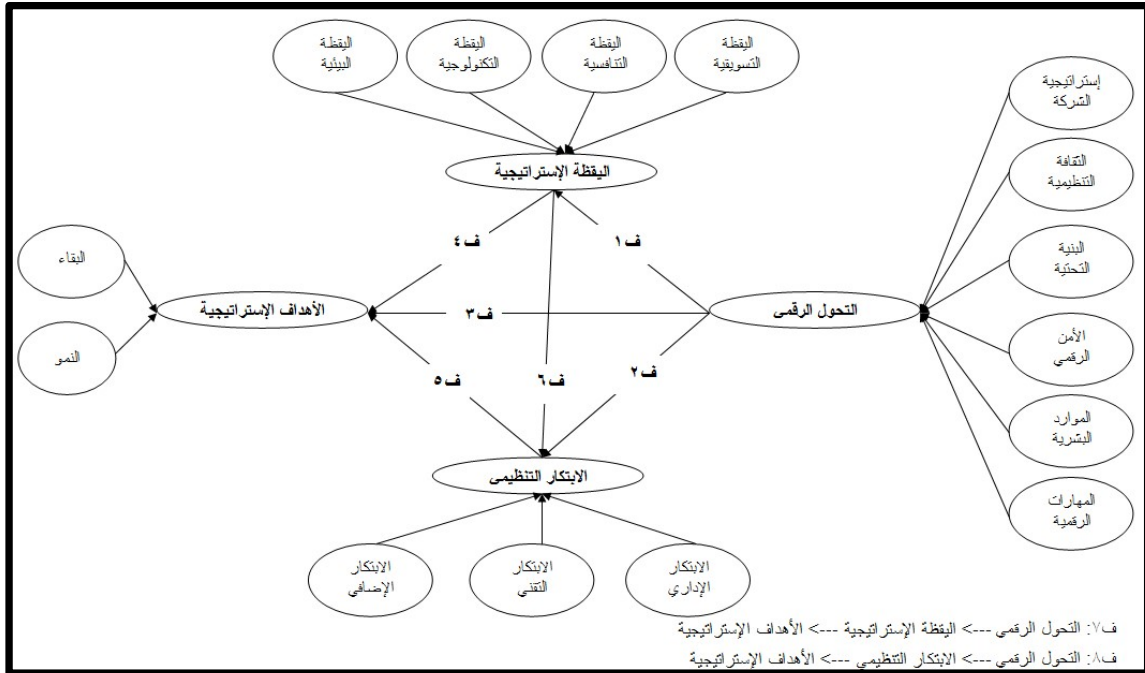
فيما يتعلق بالمجالات التي ترتبط بها الأهداف الإستراتيجية؛ فقد ذكر المصري (٢٠١٦) أن الأهداف الإستراتيجية يتم وضعها في إطار ثماني مجالات رئيسية كما يلي:

- أ- قيادة السوق: تتمثل الأهداف الإستراتيجية في هذا المجال بتحديد المركز التنافسي في بيئة العمل، وأن يكون لها الحصة التسويقية الأكبر في السوق.
- ب- قيادة التكنولوجيا: تغطي الأهداف في هذا المجال جوانب الإبداع والابتكار في استخدام التكنولوجيا المتطورة في تنفيذ كل ما تقوم به المنظمة من أعمال.
- ج- الإنتاجية: تتمثل الأهداف الإستراتيجية في هذا المجال في زيادة الإنتاج أو تخفيض التكاليف المختلفة للعمليات والأنشطة.
- د- الاستخدام الكفاء للموارد: تغطي الأهداف في هذا المجال زيادة قدرة المنظمة علي استخدام كل ما لديها من موارد بشكل فعال.
- هـ- الربحية: تتعلق الأهداف الإستراتيجية في هذا المجال بزيادة القيمة السوقية لأسهم المنظمة في السوق، بجانب تعظيم العائد علي الاستثمار، وزيادة قيمة أصول المنظمة.
- و- التطوير الإداري: تغطي الأهداف الإستراتيجية في هذا المجال كافة الأنشطة والإجراءات التي تقوم بها المنظمات لتطوير قدرات ومهارات العاملين، بجانب تطوير عملياتها وسياساتها وأنشطتها الوظيفية.
- ز- تغيير اتجاهات العاملين: ترتبط الأهداف الإستراتيجية في هذا المجال بكل ما يتعلق بسلوكيات واتجاهات العاملين، مثل نية العاملين لتترك العمل، الرضا الوظيفي، الارتباط بالمنظمة، الالتزام التنظيمي وغيرها من الاتجاهات والسلوكيات التي تؤثر علي أداء المنظمة المرغوب.
- ح- المسؤولية الاجتماعية: ترتبط الأهداف الإستراتيجية في هذا المجال بسعي المنظمة للقيام بمسئوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، بجانب دورها تجاه البيئة والحفاظ عليها، وكذلك تجاه العاملين بها.

وبناء علي ما سبق؛ يتضح أن التحول الرقمي يؤدي إلي زيادة مستوي اليقظة الإستراتيجية في المنظمات وفقاً لما ذكره كل من فرج (٢٠٢٢) و Albukhitan (٢٠٢٠)، كما أن التحول الرقمي يساهم في تعزيز الابتكار التنظيمي (منصور، ٢٠٢١؛ الخطيب والخطيب، ٢٠٢١)، وزيادة قدرة المنظمات علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية (شحادة، ٢٠٢١؛ الشريف، ٢٠٢١؛ البلوشية وآخرون، ٢٠٢٠؛ Kó et al., 2019؛ Lobejko, 2020). علاوة علي ذلك؛ أبرزت دراسة الجردانية (٢٠٢٠) وعبد الله (٢٠٢١) و Jalod et al. (٢٠٢١) و Alawi (٢٠٢١) أن اليقظة الإستراتيجية تساعد المنظمات علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية. كذلك يؤدي ارتفاع مستوي اليقظة

الإستراتيجية في المنظمات إلي زيادة مستوي الابتكار التنظيمي بها (هلال وأرباب، ٢٠٢٠؛ طوير وعمر، ٢٠٢١؛ الجردانية، ٢٠٢٠). وأخيراً أوضحت دراسة عبد الله (٢٠٢٠) و Waheed *et al.* (٢٠١٩) أن زيادة مستوي الابتكار داخل المنظمات يساعدها في تحقيق أهدافها الإستراتيجية.

وفي ضوء ذلك؛ يوضح شكل رقم (١) نموذج الدراسة المقترح، حيث يمثل التحول الرقمي بأبعاده الستة (إستراتيجية الشركة، والثقافة التنظيمية، والبنية التحتية، والأمن الرقمي، والموارد البشرية، والمهارات الرقمية) المتغير المستقل، ويمثل كل من اليقظة الإستراتيجية بأبعاده الأربعة (اليقظة التنافسية، واليقظة التسويقية، واليقظة التكنولوجية، واليقظة البيئية) المتغير التابع، وبينما يمثل الأهداف الإستراتيجية ببعديها (البقاء، والنمو) المتغير التابع.



شكل رقم (١) نموذج الدراسة المقترح

الدراسة الميدانية

منهج الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لوصف موضوع الدراسة وصفاً شاملاً ودقيقاً عن طريق تجميع البيانات وتحليلها حول التحول الرقمي من حيث إستراتيجية الشركة، والثقافة التنظيمية، والبنية التحتية للتحول الرقمي، والأمن الرقمي، والموارد البشرية، والمهارات الرقمية. كما تم تجميع البيانات حول اليقظة الإستراتيجية من حيث اليقظة التسويقية، واليقظة التنافسية، واليقظة التكنولوجية، واليقظة البيئية. وكذلك تجميع البيانات حول الابتكار التنظيمي من حيث الابتكار الإداري، والابتكار التقني، والابتكار الإضافي. وأخيراً تجميع البيانات حول تحقيق الأهداف الإستراتيجية. وقد اعتمدت الدراسة أيضاً على إجراء الدراسة الميدانية من أجل استخراج نتائج قد تكون قابلة للتعميم والاستفادة منها، حيث تم إجراء الدراسة الميدانية علي عينة من مجتمع الدراسة المتمثل في العاملين بشركة مصر للطيران.

أداة الدراسة

تمثلت أداة جمع بيانات الدراسة في استمارة الاستبيان، والتي تكونت من أربع محاور رئيسية. المحور الأول يتناول قياس مدي توافر متطلبات التحول الرقمي في شركة مصر للطيران من خلال ٣٦ عبارة مقسمة إلي ستة أبعاد رئيسية هم إستراتيجية الشركة للتحول الرقمي، والثقافة التنظيمية، والبنية التحتية للتحول الرقمي، والأمن الرقمي، والموارد البشرية، والمهارات الرقمية، وذلك بالاعتماد علي دراسة شديد (٢٠٢١) في إعداد عبارات الأبعاد الأول والثاني والخامس، وكذلك دراسة عثمان (٢٠٢٢) في إعداد عبارات الأبعاد الثالث والرابع والسادس.

أما المحور الثاني يتناول قياس مستوي اليقظة التكنولوجية في شركة مصر للطيران من خلال ٣٠ عبارة مقسمة إلى أربعة أبعاد هم اليقظة التسويقية، واليقظة التنافسية، واليقظة التكنولوجية، واليقظة البيئية، وذلك بالاعتماد على دراسة محمدين (٢٠٢١). ويتناول المحور الثالث تقييم مستوي الابتكار التنظيمي في شركة مصر للطيران من خلال ١٦ عبارة مقسمة إلى ثلاثة أبعاد هم الابتكار الإداري، والابتكار التقني، والابتكار الإضافي، وذلك بالاعتماد على دراسة سالم (٢٠٢١). أما المحور الرابع يتناول تقييم مدي تحقيق الأهداف الإستراتيجية لشركة مصر للطيران من خلال ١٠ عبارات مقسمة إلى بعدين هما بعد البقاء وبعد النمو، وذلك بالاعتماد على دراسة الشوابكة (٢٠١٥). تمت الإجابة على عبارات المحاور الأربعة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي. كما اشتملت الاستمارة على بعض البيانات الديموجرافية لعينة الدراسة (النوع، والسن، والمستوي التعليمي، وسنوات الخبرة). وللتحقق من الثبات والاتساق الداخلي لاستمارة الاستبيان؛ تم استخدام برنامج IRTPRO، وأوضحت النتائج أن معامل الثبات لجميع المتغيرات بلغ ٧٦٪، وهي نسبة أكبر من النسبة المقبولة والمقدرة بـ ٧٠٪ (Sarstedt et al., 2014). وتعتبر هذه القيمة مقبولة بالشكل الذي يؤكد الاعتمادية والثقة بأداة الدراسة، وتؤكد صلاحيتها لمراحل التحليل التالية.

مجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في العاملين (المديرين، نواب المديرين، العاملين) في شركة مصر للطيران وفروعها بمحافظة القاهرة والجيزة. تم توزيع عدد ٤٢٧ استمارة على عينة عشوائية من هؤلاء العاملين، بينما تم استرداد ٣٨٧ استمارة، بنسبة ٩٠,٦٪ من إجمالي ما تم توزيعه. بعد فحص الاستمارات ومراجعتها، واستبعاد الاستمارات غير المكتملة، أو الاستمارات التي بها تكرار في الإجابة على نفس السؤال، أو الاستمارات التي تم الإجابة فيها على العبارات على شكل Z، وجد أن هناك ٤٣ استمارة غير صالحة، بنسبة ١١,١٪ من إجمالي ما تم استرداده. ووجد أن هناك ٣٤٤ استمارة صالحة لتحليل بياناتها، بنسبة ٨٨,٩٪ من إجمالي ما تم استرداده. وفيما يتعلق بالخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة؛ فقد بلغت نسبة الإناث ٥٤,٩٪ من إجمالي العينة، فيما بلغت نسبة الذكور ٤٥,١٪. كما أن أعمار النسبة الأكبر من عينة الدراسة كانت ما بين ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة (٤٦,٨٪)، وكذلك بلغت نسبة من تتراوح أعمارهم ما بين ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة ٣٩,٨٪، وبلغت نسبة من تبلغ أعمارهم ٣٠ سنة فأقل ٧٪، و ٦,٤٪ لمن تبلغ أعمارهم ٥٠ سنة فأكثر. وبالنسبة للمستوي التعليمي؛ كان أكثر من ثلثي عينة الدراسة حاصلين على مؤهل بكالوريوس بنسبة ٧٨,٢٪، وباقي العينة حاصلين على مؤهلات متوسطة (١٥,١٪)، ودراسات عليا (٦,٧٪). وأخيراً بالنسبة لسنوات الخبرة؛ فإن نصف العينة لديهم سنوات خبرة تتراوح ما بين ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات بنسبة ٥٠,٩٪، كما أن هناك ٣٦,٩٪ من العينة لديهم سنوات خبرة تبلغ ١٠ سنوات فأكثر، و ١٢,٢٪ من العينة لديهم سنوات خبرة أقل من ٥ سنوات.

المعالجات الإحصائية

لتحليل بيانات الدراسة واختبار فرضياتها؛ فقد تم استخدام ثلاثة برامج وهم IRTPRO و SPSS V.25 و Amos v.24، حيث تم إجراء بعض الاختبارات الإحصائية مثل اختبار معامل الثبات والاعتمادية لقياس درجة ثبات أداة الدراسة، بجانب التحليل الوصفي الذي شمل التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. كما تم إجراء التحليل العاملي الاستكشافي بطريقة تحليل المكونات، والتدوير المتعامد للأبعاد من خلال طريقة (Varimax Rotation)، وكذلك إجراء وقد تم إجراء اختبار قياس كايزر-ماير-أولكين، واختبار بارتلليت لمعرفة مدي ملائمة العينة للتحليل العاملي الاستكشافي. كذلك تم التأكد من صدق التحليل العاملي التوكيدي لمفردات متغيرات الدراسة الأربعة باستخدام مؤشرات حسن المطابقة (مؤشر المطابقة المتزايد، ومؤشر المطابقة المعياري، ومؤشر توكر لوييس، ومؤشر المطابقة المقارن، ومؤشر جودة المطابقة). بالإضافة إلى ذلك؛ تم إجراء اختبائي الارتباط وتحليل الانحدار البسيط لمعرفة إذا ما كانت هناك علاقة بين متغيرات الدراسة وكذلك وجود تأثير للمتغير المستقل على المتغير التابع. وللتحقق من الدور الوسيط لمتغيري الدراسة (اليقظة الإستراتيجية والابتكار التنظيمي) في العلاقة بين المتغير المستقل (التحول الرقمي) والمتغير التابع (الأهداف الإستراتيجية)؛ تم إجراء تحليل المسار باستخدام طريقة BOOTSTRAP لتحديد إذا ما كان هناك دور وسيط للمتغيرين في العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

نتائج الدراسة

التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

جدول (١) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير التحول الرقمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير / الأبعاد
٠,٨٦٤	٣,٥٦	إستراتيجية الشركة للتحويل الرقمي
٠,٧٥٩	٣,٨٩	الثقافة التنظيمية
٠,٩٠١	٣,٧٩	البنية التحتية للتحويل الرقمي
٠,٧٧٩	٤,٠٠	الأمن الرقمي
٠,٩١٢	٣,٧٨	الموارد البشرية
٠,٨٥٣	٣,٦٥	المهارات الرقمية
٠,٧٠١	٣,٧٨	التحول الرقمي

يبرز جدول رقم (١) ارتفاع مستوي تطبيق التحول الرقمي في شركة مصر للطيران بشكل واضح، حيث بلغ المتوسط الحسابي ٣,٧٨، وبلغ الانحراف المعياري ٠,٧٠١. ويؤكد ذلك توافر متطلبات التحول الرقمي في شركة مصر للطيران بشكل واضح، حيث تبين النتائج بالجدول أن الأمن الرقمي كان الأكثر توفراً بالشركة (المتوسط الحسابي = ٤,٠٠؛ الانحراف المعياري = ٠,٧٧٩)، يليه الثقافة التنظيمية الداعمة والمحفزة علي التحول الرقمي (المتوسط الحسابي = ٣,٨٩؛ الانحراف المعياري = ٠,٧٥٩)، ثم توافر البنية التحتية للتحويل الرقمي (المتوسط الحسابي = ٣,٧٩؛ الانحراف المعياري = ٠,٩٠١)، ثم توافر الموارد البشرية القادرة علي تطبيق التحول الرقمي (المتوسط الحسابي = ٣,٧٨؛ الانحراف المعياري = ٠,٩١٢)، ثم توافر المهارات الرقمية الداعمة للتحويل الرقمي (المتوسط الحسابي = ٣,٦٥؛ الانحراف المعياري = ٠,٨٥٣)، وأخيراً توافر إستراتيجية التحول الرقمي (المتوسط الحسابي = ٣,٥٦؛ الانحراف المعياري = ٠,٨٦٤).

جدول (٢) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير اليقظة الإستراتيجية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير / الأبعاد
٠,٨٩٨	٤,٠١	اليقظة التسويقية
٠,٩٠١	٣,٩٨	اليقظة التنافسية
٠,٧٥٨	٤,٠٩	اليقظة التكنولوجية
٠,٧٦٩	٣,٩٦	اليقظة البيئية
٠,٦٩٨	٤,٠١	اليقظة الإستراتيجية

يوضح جدول رقم (٢) ارتفاع مستوي اليقظة الإستراتيجية في شركة مصر للطيران، حيث بلغ المتوسط الحسابي ٤,٠١، وبلغ الانحراف المعياري ٠,٦٩٨، ويرجع ذلك إلي وجود مستوي مرتفع للأبعاد الأربعة لليقظة الإستراتيجية في شركة مصر للطيران. وتبرز النتائج أن اليقظة التكنولوجية كانت الأعلى (المتوسط الحسابي = ٤,٠٩؛ الانحراف المعياري = ٠,٧٥٨)، يليها اليقظة التسويقية (المتوسط الحسابي = ٤,٠١؛ الانحراف المعياري = ٠,٨٩٨)، ثم اليقظة التنافسية (المتوسط الحسابي = ٣,٩٨؛ الانحراف المعياري = ٠,٩٠١)، وأخيراً اليقظة البيئية (المتوسط الحسابي = ٣,٩٦؛ الانحراف المعياري = ٠,٧٦٩).

جدول (٣) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الابتكار التنظيمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير / الأبعاد
٠,٨٨٣	٣,٨٤	الابتكار الإداري
٠,٦٢١	٤,٠٠	الابتكار التقني
٠,٧٠٣	٤,١٠	الابتكار الإضافي
٠,٨٠٩	٣,٩٨	الابتكار التنظيمي

تبين النتائج بجدول رقم (٣) ارتفاع مستوي الابتكار التنظيمي في شركة مصر للطيران، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي ٣,٩٨، بينما بلغت قيمة الانحراف المعياري ٠,٨٠٩. كذلك يوضح الجدول أن بُعد الابتكار الإضافي كان الأعلى من بين أبعاد الابتكار التنظيمي (المتوسط الحسابي = ٤,١٠؛ الانحراف المعياري = ٠,٧٠٣)، يليه بُعد الابتكار التقني (المتوسط الحسابي = ٤,٠٠؛ الانحراف المعياري = ٠,٦٢١)، وأخيراً بُعد الابتكار الإداري (المتوسط الحسابي = ٣,٨٤؛ الانحراف المعياري = ٠,٨٨٣).

جدول (٤) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الأهداف الإستراتيجية

المتغير / الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
البقاء	٣,٩٩	٠,٩٣٥
النمو	٤,٠٣	٠,٧٥٩
الأهداف الإستراتيجية	٤,٠١	٠,٦٩٧

تُظهر النتائج بجدول رقم (٤) ارتفاع مستوي قدرة شركة مصر للطيران علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية، حيث بلغ المتوسط الحسابي ٤,٠١، وبلغ الانحراف المعياري ٠,٦٩٧، ويرجع ذلك إلي امتلاك شركة مصر للطيران لمستوي مرتفع من القدرة علي النمو (المتوسط الحسابي = ٤,٠٣؛ الانحراف المعياري = ٠,٧٥٩)، بجانب قدرتها الواضحة علي البقاء في بيئة العمل (المتوسط الحسابي = ٣,٩٩؛ الانحراف المعياري = ٠,٩٣٥).

التحليل العاملي الاستكشافي والتوكيدي
القيم المتطرفة

لتحديد القيم المتطرفة في استجابات أفراد العينة؛ تم استخدام اختبار Mahalabonis Distance. تبين النتائج بجدول رقم (٥) وجود ٨ استمارات تحمل قيمةً متطرفة، والتي تجاوز بعدها عن مركز الكتلة (Mahalabonis) Distance والقيمة الحرجة لكاي تربيع والمقدرة ب ٦١,٥٩.

جدول (٥) القيم المتطرفة

رقم الاستمارة	Mahalabonis Distance
٦٩	٨٨,٥٣
١١٤	٨١,٣٢
١٥٩	٧٣,٩١
١٨٨	٩٢,٤٦
٢٤٤	٦٩,٨٤
٢٥٠	٧٦,٠٩
٢٥٩	٨٥,٥٤
٣٠٣	٦٦,١٩

التحليل العاملي الاستكشافي

يبين جدول رقم (٦) أن قيمة كاي-ز-ماير-أولكين KMO بلغت ٠,٨٢٧، وهي أكبر من القيمة المقدرة ٠,٦٠، مما يدل علي ملائمة العينة للتحليل العاملي الاستكشافي. كما يوضح الجدول أن مستوي الدلالة لاختبار بارتليت بلغ ٠,٠٠٠، وهو أقل من ٠,٠٥، مما يدل علي دلالته إحصائياً، ويؤكد أيضاً ملائمة العينة للتحليل العاملي الاستكشافي (Awang, 2012).

جدول (٦) اختبار كاي-ز-ماير-أولكين وبارتليت

KMO		اختبار بارتليت
٠,٨٢٧	مربع كاي التقريري APPROX. Chi Square	
٢٣٦٤,٩٣	df	
٤٥٢	Sig.	٠,٠٠٠

كما تبين جدول أرقام (٧) و (٨) و (٩) و (١٠) العوامل المستخرجة وتشبعاتها بعد التدوير المتعامد لمصفوفة مفردات متغيرات الدراسة الأربعة. تؤكد النتائج بالجدول ارتفاع قيمة عوامل التحميل لكل العبارات عن ٠,٦، مما يدل علي أن متغيرات الدراسة الأربعة تشبعت بمفرداتها الدالة عليها، حيث تبلغ القيمة المقبولة لتحميل العوامل ٠,٦، ويجب إزالة العناصر التي يقل عامل تحميلها عن ٠,٦. وتدل تلك النتائج علي صدق أداة الدراسة عند إجراء التحليل العاملي الاستكشافي.

جدول (٧) العوامل المستخرجة وتشبعاتها بعد التدوير المتعامد لمصفوفة مفردات متغير التحول الرقمي

الأبعاد						م
المهارات الرقمية	الموارد البشرية	الامن الرقمي	البنية التحتية	الثقافة التنظيمية	إستراتيجية الشركة	٠,٧٩٨
						١

					٠,٨٨١	٢
					٠,٨٣٤	٣
					٠,٧٥٩	٤
					٠,٧٩٥	٥
				٠,٦٩٧		٦
				٠,٧١١		٧
				٠,٧٩٠		٨
				٠,٨٠١		٩
				٠,٧٣١		١٠
			٠,٨٩٧			١١
			٠,٨٣٣			١٢
			٠,٨٧٤			١٣
			٠,٨٠٣			١٤
			٠,٨٥٦			١٥
			٠,٨١١			١٦
			٠,٨٧٥			١٧
		٠,٧٧٧				١٨
		٠,٧٤٥				١٩
		٠,٧٨٧				٢٠
		٠,٨٣٦				٢١
		٠,٩٠١				٢٢
		٠,٨٠٦				٢٣
		٠,٨٥٥				٢٤
	٠,٦٨٧					٢٥
	٠,٧٥١					٢٦
	٠,٧٣٠					٢٧
	٠,٨٢٢					٢٨
	٠,٨٠٩					٢٩
٠,٧٩٩						٣٠
٠,٨٦٣						٣١
٠,٨٨١						٣٢
٠,٨٣١						٣٣
٠,٧٤٩						٣٤
٠,٧٧٣						٣٥
٠,٨٤٢						٣٦

جدول (٨) العوامل المستخرجة وتشبعاتها بعد التدوير المتعامد لمصفوفة مفردات متغير اليقظة الإستراتيجية

الأبعاد				م
اليقظة البيئية	اليقظة التكنولوجية	اليقظة التنافسية	اليقظة التسويقية	
			٠,٧٤٤	١
			٠,٧٩٣	٢
			٠,٧١٥	٣
			٠,٦٨٩	٤
			٠,٨٠٦	٥
			٠,٨٨٥	٦
			٠,٧٤١	٧
			٠,٧٩٧	٨
		٠,٨١١		٩
		٠,٧٧٥		١٠

		٠,٧٣٦	١١
		٠,٧٦٩	١٢
		٠,٨٧٤	١٣
		٠,٧٦٦	١٤
		٠,٧٨١	١٥
		٠,٨٣٠	١٦
	٠,٧٥٥		١٧
	٠,٦٩٨		١٨
	٠,٦٨٧		١٩
	٠,٧٧٧		٢٠
	٠,٧٥٦		٢١
	٠,٨١٩		٢٢
	٠,٨٣٧		٢٣
	٠,٧٧١		٢٤
٠,٦٧٨			٢٥
٠,٧٩٨			٢٦
٠,٧٤٥			٢٧
٠,٧٩٨			٢٨
٠,٨٣٣			٢٩
٠,٨٠٣			٣٠

جدول (٩) العوامل المستخرجة وتشبعاتها بعد التدوير المتعامد لمصفوفة مفردات متغير الابتكار التنظيمي

الأبعاد			م
الابتكار الإضافي	الابتكار التقني	الابتكار الإداري	
		٠,٨٧٧	١
		٠,٨١٤	٢
		٠,٨٢٣	٣
		٠,٨٦٣	٤
		٠,٧٧٥	٥
		٠,٧٩٢	٦
	٠,٦٩٦		٧
	٠,٨٨١		٨
	٠,٦٥٩		٩
	٠,٧٢٢		١٠
	٠,٧٥٦		١١
٠,٩٠٣			١٢
٠,٨٨٣			١٣
٠,٨١٤			١٤
٠,٧٢٥			١٥
٠,٦٩٤			١٦

جدول (١٠) العوامل المستخرجة وتشبعاتها بعد التدوير المتعامد لمصفوفة مفردات الأهداف الإستراتيجية

الأبعاد		م
النمو	البقاء	
	٠,٨٦٤	١
	٠,٨١٤	٢
	٠,٨٢١	٣
	٠,٨٥٦	٤
	٠,٨١٠	٥

٠,٧٩٥	٦
٠,٧٥٥	٧
٠,٧٣٦	٨
٠,٨٠١	٩
٠,٨٦٦	١٠

التحليل العاملي التوكيدي

جدول (١١) قيمة مؤشرات المطابقة

المتغيرات	مؤشر المطابقة المتزايد	مؤشر المطابقة المعياري	مؤشر توكر لويس	مؤشر المطابقة المقارن	مؤشر جودة المطابقة
التحول الرقمي	٠,٩٥٨	٠,٩٧١	٠,٩٥٧	٠,٩٨٠	٠,٩٧٣
اليقظة الإستراتيجية	٠,٩٦٧	٠,٩٧٧	٠,٩٨٩	٠,٩٦٦	٠,٩٧٤
الابتكار التنظيمي	٠,٩٥٥	٠,٩٧٥	٠,٩٧٦	٠,٩٥٩	٠,٩٨١
الأهداف الإستراتيجية	٠,٩٧٤	٠,٩٨٤	٠,٩٦٧	٠,٩٧٥	٠,٩٦٦

يبين جدول رقم (١١) ارتفاع قيمة جميع مؤشرات المطابقة (مؤشر المطابقة المتزايد، ومؤشر المطابقة المعياري ، ومؤشر توكر لويس، ومؤشر المطابقة المقارن، ومؤشر جودة المطابقة) للمتغيرات الأربعة عن ٠,٩٥٠، مما يدل علي حسن المطابقة، ويؤكد صدق التحليل العاملي التوكيدي لمتغيرات الدراسة الأربعة، وإمكانية تطبيقها علي عينة الدراسة.

اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: يؤثر التحول الرقمي معنوياً وإيجابياً في زيادة مستوى اليقظة الإستراتيجية في شركة مصر للطيران.

لتحديد درجة تأثير التحول الرقمي علي اليقظة الإستراتيجية؛ تم إجراء تحليل الانحدار البسيط.

جدول (١٣) معاملات انحدار التحول الرقمي علي اليقظة الإستراتيجية في شركة مصر للطيران

Sig.	t المحسوبة	معامل التحديد	معامل الارتباط	قيمة ف	الخطأ المعياري	معامل الانحدار B	
٠,٠٠١	٣,٣٢٤	٠,٣٧٩	٠,٦١٩	٧٧,٨٤٨	٠,٣٠٣	١,٠٠٩	ثابت الانحدار
٠,٠٠٠	٨,٨٢٣				٠,٠٧٨	٠,٦٨٩	التحول الرقمي

تبرز النتائج بجدول (٥) وجود علاقة ارتباط معنوية بين التحول الرقمي واليقظة الإستراتيجية في شركة مصر للطيران، حيث بلغت المعنوية ٠,٠٠٠ عند معدل خطأ ١٪ ودرجة ثقة ٩٩٪ ($p \text{ value} < 0.01$). بلغت قيمة معامل الارتباط ٠,٦١٩، وهو ارتباط طردي متوسط. كما يتضح أن هناك تأثير معنوي للتحول الرقمي علي اليقظة الإستراتيجية، حيث بلغت قيمة ف (٧٧,٨٤٨) بمستوي معنوية (٠,٠٠٠) ($p \text{ value} < 0.01$). ويوضح هذا الجدول نسبة التغيير الذي يحدثه التحول الرقمي في مستوي اليقظة الإستراتيجية، حيث بلغت قيمة معامل التحديد (٠,٣٧٩)، وهذا يعني أن ارتفاع مستوي التحول الرقمي في شركة مصر للطيران يؤدي إلي زيادة مستوي اليقظة الإستراتيجية بنسبة ٣٧,٩٪. وتتفق هذه النتيجة مع كل من فرج (٢٠٢٢) و Albukhitan (٢٠٢٠)؛ حيث أوضح أن التحول الرقمي يساهم في تعزيز اليقظة الإستراتيجية من خلال توفير قدر كبير من المعلومات والبيانات من مصادر متنوعة في بيئتها الداخلية والخارجية، والتي يمكن استخدامها في اتخاذ القرارات في الوقت الحالي وفي المستقبل. وهو ما يثبت صحة الفرض الأول.

الفرض الثاني: يؤثر التحول الرقمي معنوياً وإيجابياً في زيادة مستوى الابتكار التنظيمي في شركة مصر للطيران.

لتحديد درجة تأثير التحول الرقمي علي الابتكار التنظيمي؛ تم إجراء تحليل الانحدار البسيط.

جدول (١٤) معاملات انحدار التحول الرقمي علي الابتكار التنظيمي في شركة مصر للطيران

Sig.	t المحسوبة	معامل التحديد	معامل الارتباط	قيمة ف	الخطأ المعياري	معامل الانحدار B	
٠,٠٠١	٣,٣٧٦	٠,٤٢٤	٠,٦٥٥	٩٣,٧٧٤	٠,٢٨٣	٠,٩٥٥	ثابت الانحدار
٠,٠٠٠	٩,٦٨٤				٠,٠٧٥	٠,٩٧٦	التحول الرقمي

تبين النتائج بجدول (٦) وجود علاقة ارتباط معنوية بين التحول الرقمي والابتكار التنظيمي في شركة مصر للطيران، حيث بلغت المعنوية ٠,٠٠٠ عند معدل خطأ ١٪ ودرجة ثقة ٩٩٪ ($p \text{ value} < 0.01$). بلغت قيمة معامل الارتباط ٠,٦٥٥، وهو ارتباط طردي متوسط. كما يبرز أن هناك تأثير معنوي للتحول الرقمي على الابتكار التنظيمي، حيث بلغت قيمة ف (٩٣,٧٧٤) بمستوي معنوية (٠,٠٠٠) ($p \text{ value} < 0.01$). ويوضح هذا الجدول نسبة التغيير الذي يحدثه التحول الرقمي في مستوي الابتكار التنظيمي، حيث بلغت قيمة معامل التحديد (٠,٤٢٤)، وهذا يعني أن ارتفاع مستوي التحول الرقمي في شركة مصر للطيران يؤدي إلي زيادة مستوي الابتكار التنظيمي بنسبة ٤٢,٤٪. وتتفق هذه النتيجة مع كل من منصور (٢٠٢١) والخطيب والخطيب (٢٠٢١)؛ حيث أبرز أن تطبيق التحول الرقمي يؤدي إلي زيادة قدرة المنظمات علي الابتكار والإبداع في عملياتها وأنشطتها. وهو ما يثبت صحة الفرض الثاني.

الفرض الثالث: يؤثر التحول الرقمي معنوياً وإيجابياً في زيادة قدرة شركة مصر للطيران علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية.

لتحديد درجة تأثير التحول الرقمي علي الأهداف الإستراتيجية؛ تم إجراء تحليل الانحدار البسيط.

جدول (١٥) معاملات انحدار التحول الرقمي علي الأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران

Sig.	t المحسوبة	معامل التحديد	معامل الارتباط	قيمة ف	الخطأ المعياري	معامل الانحدار B	
٠,٠٠٠	٣,٧٩٩	٠,٤٤٩	٠,٦٧٣	١٠٣,٥٠٠	٠,٢٦٥	١,٠٠٦	ثابت الانحدار
٠,٠٠٠	١٠,١٧٣				٠,٠٦٦	٠,٦٧٣	التحول الرقمي

توضح النتائج بجدول (٧) وجود علاقة ارتباط معنوية بين التحول الرقمي والأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران، حيث بلغت المعنوية ٠,٠٠٠ عند معدل خطأ ١٪ ودرجة ثقة ٩٩٪ ($p \text{ value} < 0.01$). بلغت قيمة معامل الارتباط ٠,٦٧٣، وهو ارتباط طردي متوسط. كذلك يوضح الجدول أن هناك تأثير معنوي للتحول الرقمي علي الأهداف الإستراتيجية، حيث بلغت قيمة ف (١٠٣,٥٠٠) بمستوي معنوية (٠,٠٠٠) ($p \text{ value} < 0.01$). ويوضح هذا الجدول نسبة التغيير الذي يحدثه التحول الرقمي في الأهداف الإستراتيجية، حيث بلغت قيمة معامل التحديد (٠,٤٤٩)، وهذا يعني أن ارتفاع مستوي التحول الرقمي في شركة مصر للطيران يؤدي إلي زيادة قدرة الشركة علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية بنسبة ٤٤,٩٪. وتتفق هذه النتيجة مع كل من شحادة (٢٠٢١) والشريف (٢٠٢١) والبلوشية وآخرون (٢٠٢٠) و Lobejko (٢٠٢٠) و Kő et al. (٢٠١٩)، حيث أكدت تلك الدراسات علي أن زيادة توجه المنظمات للتحول الرقمي في أنشطتها وعملياتها وخدماتها يدعم قدرتها علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية في بيئة العمل. وهو ما يثبت صحة الفرض الثالث.

الفرض الرابع: تؤثر اليقظة الإستراتيجية معنوياً وإيجابياً في زيادة قدرة شركة مصر للطيران علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية.

لتحديد درجة تأثير اليقظة الإستراتيجية علي الأهداف الإستراتيجية؛ تم إجراء تحليل الانحدار البسيط.

جدول (١٦) معاملات انحدار اليقظة الإستراتيجية علي الأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران

Sig.	t المحسوبة	معامل التحديد	معامل الارتباط	قيمة ف	الخطأ المعياري	معامل الانحدار B	
٠,٠١٨	٣,٠٨٢	٠,٣١٠	٠,٥٦٥	٥٤,٤٠١	٠,١٢٥	٠,٤٥٨	ثابت الانحدار
٠,٠٠٠	٧,٨٦٥				٠,١٣٢	٠,٥٧٥	اليقظة الإستراتيجية

تبين النتائج بجدول (٨) وجود علاقة ارتباط معنوية بين اليقظة الإستراتيجية والأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران، حيث بلغت المعنوية ٠,٠٠٠ عند معدل خطأ ١٪ ودرجة ثقة ٩٩٪ ($p \text{ value} < 0.01$). بلغت قيمة

معامل الارتباط ٠,٥٦٥، وهو ارتباط طردي متوسط. كما يتضح أن هناك تأثير معنوي لليقظة الإستراتيجية على الأهداف الإستراتيجية، حيث بلغت قيمة ف (٥٤,٤٠١) بمستوي معنوية (٠,٠٠٠) ($p \text{ value} < 0.01$). ويوضح هذا الجدول نسبة التغيير الذي تحدثه اليقظة الإستراتيجية في الأهداف الإستراتيجية، حيث بلغت قيمة معامل التحديد (٠,٣١٠)، وهذا يعني أن ارتفاع مستوي اليقظة الإستراتيجية في شركة مصر للطيران يؤدي إلي زيادة قدرة الشركة علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية بنسبة ٣١٪. وتتفق هذه النتيجة مع كل من عبد الله (٢٠٢١) والجردانية (٢٠٢٠) و *Jalod et al.* (٢٠٢١) و *Alawi* (٢٠٢١) الذين أشاروا إلي أن ارتفاع مستوي اليقظة التنظيمية في المنظمة يدعم قدراتها علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية بكفاءة وفاعلية. وهو ما يثبت صحة الفرض الرابع.

الفرض الخامس: يؤثر الابتكار التنظيمي معنوياً وإيجابياً في زيادة قدرة شركة مصر للطيران علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية.

لتحديد درجة تأثير الابتكار التنظيمي علي الأهداف الإستراتيجية؛ تم إجراء تحليل الانحدار البسيط.

جدول (١٧) معاملات انحدار الابتكار التنظيمي علي الأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران

Sig.	t المحسوبة	معامل التحديد	معامل الارتباط	قيمة ف	الخطأ المعياري	معامل الانحدار B	
٠,٠٠٠	٣,٦٢٨	٠,٣٤٨	٠,٥٨٩	٧١,٢٣٥	٠,١١٢	٠,٦٥٣	ثابت الانحدار
٠,٠٠٠	٧,١٢٥				٠,١٠٢	٠,٤٤١	الابتكار التنظيمي

تبين النتائج بجدول (٨) وجود علاقة ارتباط معنوية بين الابتكار التنظيمي والأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران، حيث بلغت المعنوية ٠,٠٠٠ عند معدل خطأ ١٪ ودرجة ثقة ٩٩٪ ($p \text{ value} < 0.01$). بلغت قيمة معامل الارتباط ٠,٥٨٩، وهو ارتباط طردي متوسط. كما يتضح أن هناك تأثير معنوي للابتكار التنظيمي علي الأهداف الإستراتيجية، حيث بلغت قيمة ف (٧١,٢٣٥) بمستوي معنوية (٠,٠٠٠) ($p \text{ value} < 0.01$). ويوضح هذا الجدول نسبة التغيير الذي يحدثه الابتكار التنظيمي في الأهداف الإستراتيجية، حيث بلغت قيمة معامل التحديد (٠,٣٤٨)، وهذا يعني أن ارتفاع مستوي الابتكار التنظيمي في شركة مصر للطيران يؤدي إلي زيادة قدرة الشركة علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية بنسبة ٣٤,٨٪. وتتفق هذه النتيجة مع كل من عبد الله (٢٠٢٠) و *Waheed et al.* (٢٠١٩) اللذين أشارا إلي أن الابتكار التنظيمي في العمليات والأنشطة والخدمات يساهم في زيادة قدرة المنظمة علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية بنجاح. وهو ما يثبت صحة الفرض الخامس.

الفرض السادس: تؤثر اليقظة الإستراتيجية معنوياً وإيجابياً في زيادة مستوي الابتكار التنظيمي في شركة مصر للطيران.

لتحديد درجة تأثير اليقظة الإستراتيجية علي الابتكار التنظيمي؛ تم إجراء تحليل الانحدار البسيط.

جدول (١٨) معاملات انحدار اليقظة الإستراتيجية علي الابتكار التنظيمي في شركة مصر للطيران

Sig.	t المحسوبة	معامل التحديد	معامل الارتباط	قيمة ف	الخطأ المعياري	معامل الانحدار B	
٠,٠٠٠	٤,١٤٥	٠,٤٢٣	٠,٦٧٤	٥٩,٧٥٤	٠,١٢٧	٠,٨٩٧	ثابت الانحدار
٠,٠٠٠	١١,٣٩٧				٠,١٤١	٠,٦٣٩	اليقظة الإستراتيجية

تبين النتائج بجدول (٨) وجود علاقة ارتباط معنوية بين اليقظة الإستراتيجية والابتكار التنظيمي في شركة مصر للطيران، حيث بلغت المعنوية ٠,٠٠٠ عند معدل خطأ ١٪ ودرجة ثقة ٩٩٪ ($p \text{ value} < 0.01$). بلغت قيمة معامل الارتباط ٠,٦٧٤، وهو ارتباط طردي متوسط. كما يتضح أن هناك تأثير معنوي لليقظة الإستراتيجية علي الابتكار التنظيمي، حيث بلغت قيمة ف (٥٩,٧٥٤) بمستوي معنوية (٠,٠٠٠) ($p \text{ value} < 0.01$). ويوضح هذا الجدول نسبة التغيير الذي تحدثه اليقظة الإستراتيجية في مستوي الابتكار التنظيمي، حيث بلغت قيمة معامل التحديد (٠,٤٢٣)، وهذا يعني أن ارتفاع مستوي اليقظة الإستراتيجية في شركة مصر للطيران يؤدي إلي زيادة مستوي الابتكار التنظيمي بنسبة ٤٢,٣٪. وتتفق هذه النتيجة مع كل من طوير وعمر (٢٠٢١) والجردانية (٢٠٢٠) وهلال وأرباب (٢٠٢٠) الذين أوضحوا أن اليقظة الإستراتيجية تعزز من قدرة المنظمات علي الإبداع والابتكار في كل ما تقدمه من خدمات ومنتجات، وكذلك العمليات والأنشطة والممارسات التي تنفذها. وهو ما يثبت صحة الفرض السادس.

الفرض السابع: تلعب اليقظة الإستراتيجية دوراً وسيطاً في العلاقة بين التحول الرقمي وتحقيق الأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران.

لتحديد درجة تأثير التحول الرقمي على الأهداف الإستراتيجية في وجود اليقظة الإستراتيجية كمتغير وسيط؛ تم إجراء تحليل المسار باستخدام طريقة BOOTSTRAP.

جدول (١٩) نتائج تحليل أثر التحول الرقمي على الأهداف الإستراتيجية من خلال اليقظة الإستراتيجية كمتغير وسيط

قيمة معامل المسار غير المباشر		قيم معاملات المسار المباشرة		الأثر
P value	القيمة	P value	القيمة	
٠,٠٠٠٠	٠,٤٧١	٠,٠٠٠٠	٠,٦٠٤	التحول الرقمي ---< اليقظة الإستراتيجية
		٠,٠٠٠٠	٠,٥٤٨	اليقظة الإستراتيجية ---< الأهداف الإستراتيجية
		٠,٠٠٠٠	٠,٦٥٩	التحول الرقمي ---< الأهداف الإستراتيجية

يبين جدول رقم (١٩) نتائج تحليل أثر التحول الرقمي على الأهداف الإستراتيجية في وجود اليقظة الإستراتيجية كمتغير وسيط. يتضح من الجدول أن اليقظة الإستراتيجية تلعب دوراً وسيطاً في العلاقة بين التحول الرقمي والأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران. ويبرز الجدول قيم معامل المسار المباشر للتحول الرقمي على اليقظة الإستراتيجية، والتي بلغت $٠,٦٠٤$ ($p \text{ value} < 0.01$). كما تبين النتائج أن قيمة معامل المسار المباشر لليقظة الإستراتيجية على الأهداف الإستراتيجية بلغت $٠,٥٤٨$ ($p \text{ value} < 0.01$). كذلك يُظهر الجدول أن قيمة معامل المسار المباشر للتحول الرقمي على الأهداف الإستراتيجية بلغت $٠,٦٥٩$ ($p \text{ value} < 0.01$). ويوضح الجدول أيضاً أن قيمة معامل المسار غير المباشر للتحول الرقمي على الأهداف الإستراتيجية في وجود اليقظة الإستراتيجية بلغت $٠,٤٧١$ ($p \text{ value} < 0.01$)، أي أن اليقظة الإستراتيجية تلعب دوراً مؤثراً في العلاقة بين التحول الرقمي والأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران. وبناءً على ذلك يتم قبول الفرض السابع.

الفرض الثامن: يلعب الابتكار التنظيمي دوراً وسيطاً في العلاقة بين التحول الرقمي وتحقيق الأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران.

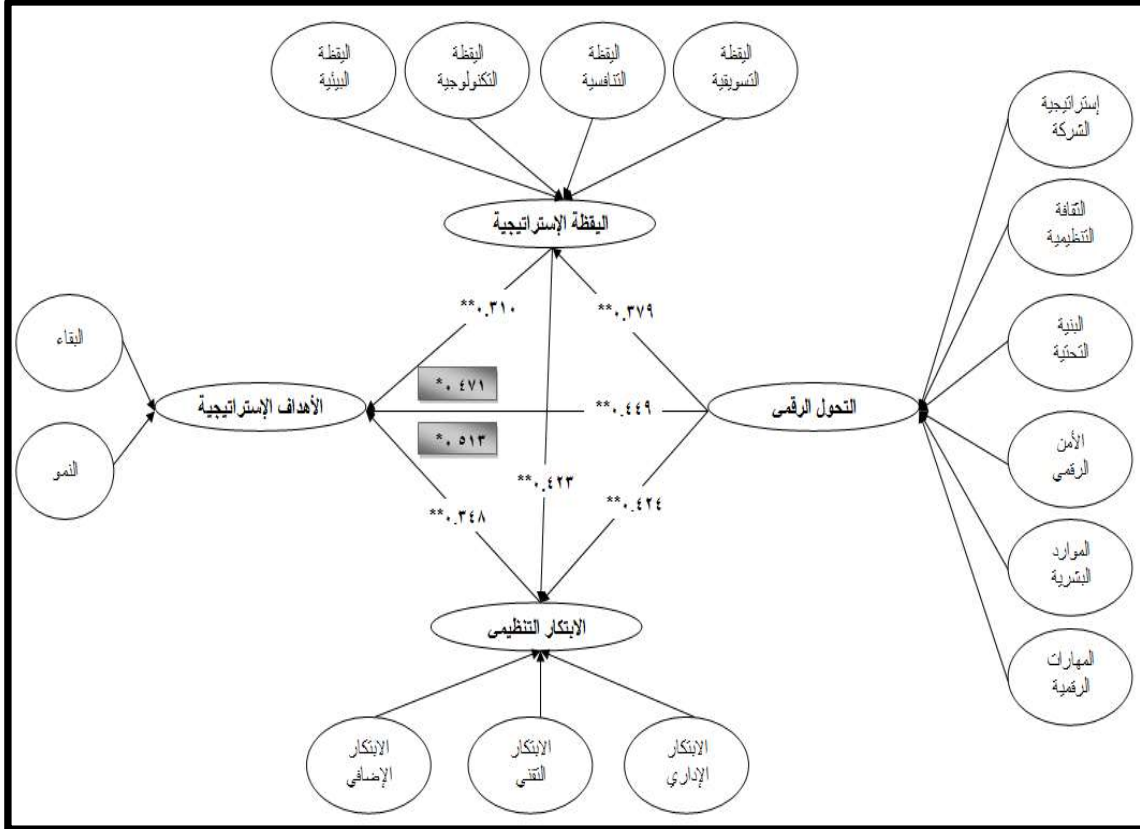
لتحديد درجة تأثير التحول الرقمي على الأهداف الإستراتيجية في وجود الابتكار التنظيمي كمتغير وسيط؛ تم إجراء تحليل المسار باستخدام طريقة BOOTSTRAP.

جدول (٢٠) نتائج تحليل أثر التحول الرقمي على الأهداف الإستراتيجية من خلال الابتكار التنظيمي كمتغير وسيط

قيمة معامل المسار غير المباشر		قيم معاملات المسار المباشرة		الأثر
P value	القيمة	P value	القيمة	
٠,٠٠٠٠	٠,٥١٣	٠,٠٠٠٠	٠,٦٥٢	التحول الرقمي ---< الابتكار التنظيمي
		٠,٠٠٠٠	٠,٥٧١	الابتكار التنظيمي ---< الأهداف الإستراتيجية
		٠,٠٠٠٠	٠,٦٧٤	التحول الرقمي ---< الأهداف الإستراتيجية

يبين جدول رقم (٢٠) نتائج تحليل أثر التحول الرقمي على الأهداف الإستراتيجية في وجود الابتكار التنظيمي كمتغير وسيط. يتضح من الجدول أن الابتكار التنظيمي يلعب دوراً وسيطاً في العلاقة بين التحول الرقمي والأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران. ويبرز الجدول قيم معامل المسار المباشر للتحول الرقمي على الابتكار التنظيمي، والتي بلغت $٠,٦٥٢$ ($p \text{ value} < 0.01$). كما تبين النتائج أن قيمة معامل المسار المباشر للابتكار التنظيمي على الأهداف الإستراتيجية بلغت $٠,٥٧١$ ($p \text{ value} < 0.01$). كذلك يُظهر الجدول أن قيمة معامل المسار المباشر للتحول الرقمي على الأهداف الإستراتيجية بلغت $٠,٦٧٤$ ($p \text{ value} < 0.01$). ويوضح الجدول أيضاً أن قيمة معامل المسار غير المباشر للتحول الرقمي على الأهداف الإستراتيجية في وجود الابتكار التنظيمي بلغت

٠,٥١٣ ($p \text{ value} < 0.01$)، أي أن الابتكار التنظيمي يلعب دوراً مؤثراً في العلاقة بين التحول الرقمي والأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران. وبناءً على ذلك يتم قبول الفرض الثامن. ويُلخص شكل رقم (٢) نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط ومعامل المسار غير المباشر بين متغيرات الدراسة.



شكل رقم (٢) نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط ومعامل المسار غير المباشر بين متغيرات الدراسة

النتائج والتوصيات

توصلت الدراسة إلي العديد من النتائج المرتبطة بمستوي التحول الرقمي في شركة مصر للطيران، ومستوي يقظتها الإستراتيجية، والابتكار التنظيمي، وقدراتها علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية. كما توصلت الدراسة إلي بعض النتائج المرتبطة بالعلاقات المتبادلة والأدوار الوسيطة بين متغيرات الدراسة. أولاً: بينت نتائج الدراسة ارتفاع درجة توافر متطلبات التحول الرقمي في شركة مصر للطيران، حيث يتوافر الأمن الرقمي، والثقافة التنظيمية الداعمة للتحول الرقمي، وكذلك البنية التحتية للتحول الرقمي، والموارد البشرية المميزة، والمهارات الرقمية، وإستراتيجية التحول الرقمي. ثانياً: توصلت نتائج الدراسة إلي اهتمام شركة مصر للطيران بمستوي يقظتها الإستراتيجية، حيث كان هناك ارتفاع ملحوظ في كافة أبعاد اليقظة الإستراتيجية داخل شركة مصر للطيران، وجاءت اليقظة التكنولوجية في المرتبة الأولى، ثم اليقظة التسويقية، ثم اليقظة التنافسية، ثم اليقظة البيئية. ثالثاً: أبرزت نتائج الدراسة أن اهتمام شركة مصر للطيران بتعزيز مستوي ابتكارها التنظيمي، من خلال الاهتمام الواضح بالابتكار الإضافي وتقديم الشركة لخدمات إضافية مميزة، وكذلك الابتكار التقني، والابتكار الإداري. رابعاً: أوضحت نتائج الدراسة ارتفاع مستوي قدرة شركة مصر للطيران علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية من خلال قدرتها علي النمو في بيئة العمل، وكذلك قدرتها علي البقاء والاستمرار في بيئة العمل. خامساً: أكدت نتائج الدراسة علي أن التحول الرقمي في شركة مصر للطيران يؤثر معنوياً وإيجابياً علي تعزيز مستوي اليقظة الإستراتيجية والابتكار التنظيمي، وزيادة قدرتها علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية. سادساً: بينت نتائج الدراسة أن اليقظة الإستراتيجية والابتكار التنظيمي في شركة مصر للطيران يؤثران معنوياً وإيجابياً في دعم قدرتها علي تحقيق أهدافها الإستراتيجية. سابعاً: أوضحت نتائج الدراسة وجود تأثير معنوي وإيجابي لليقظة الإستراتيجية علي زيادة مستوي الابتكار التنظيمي في شركة مصر للطيران. ثامناً: أبرزت نتائج الدراسة أن اليقظة الإستراتيجية والابتكار التنظيمي يلعبان دوراً وسيطاً في العلاقة بين التحول الرقمي والأهداف الإستراتيجية في شركة مصر للطيران.

وفي ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، ومن أجل الاستمرار في التحول الرقمي ورقمنة كافة العمليات والأنشطة والخدمات بشركة مصر للطيران، وكذلك من أجل التعزيز المستمر لمستوي اليقظة الإستراتيجية والابتكار التنظيمي في الشركة خاصة في بيئة العمل التي تشهد الكثير من التغيرات والتطورات المستمرة والمتلاحقة بشكل يكاد يكون شبه يومي؛ ينبغي علي الإدارة العليا الاهتمام بنشر الثقافة الرقمية وتوعية العاملين باستمرار بأهمية التحول الرقمي من خلال الندوات وورش العمل والاجتماعات. كما يجب علي الشركة الاهتمام الدائم ببنيتها التحتية الإلكترونية بما يلائم العمل الرقمي المتجدد. وفي ظل التحول الرقمي في عملياتها وأنشطتها؛ ينبغي علي الشركة متابعة وتقييم عمليات التحول الرقمي أثناء وبعد التحول لتجنب الوقوع في أخطاء والعمل علي تصحيحها. كما ينبغي علي الشركة إعادة تشكيل وتطوير وتحديث سياساتها وقوانينها وهيكلها التنظيمية بما يتوافق مع متطلبات ومستجدات التحول الرقمي. وفي ظل زيادة أهمية المواهب والمهارات الرقمية؛ ينبغي علي الشركة التركيز في عمليات اختيارها وتعيينها للعاملين الجدد علي استقطاب العاملين ذوي المعرفة والمهارات الرقمية، والقادرين علي التعامل مع كافة التقنيات والتطبيقات التي يتيحها التحول الرقمي، لضمان تحقيق أهداف التحول الرقمي بكفاءة.

علاوة علي ذلك؛ ينبغي علي الإدارة العليا بالشركة الاستمرار في تقديم كل الدعم الإداري والتقني والمالي لتطوير هيكلها التنظيمية وعملياتها، وتحسين قدرات وخبرات العاملين، واستخدام التكنولوجيا بكثافة في كافة أعمالها، وتطوير ثقافتها التنظيمية بما يحفز الإبداع والابتكار في العمل، وينعكس علي تنافسيتها في بيئة العمل. كما ينبغي علي الشركة التتبع المستمر لرغبات واحتياجات العملاء، والعمل علي تقديم خدمات تتوافق معها، بهدف جذب والاحتفاظ بهؤلاء العملاء بشكل أسرع من المنافسين، بجانب دراسة المنافسين وخدماتهم وإستراتيجياتهم التسويقية باستمرار، والتحلي بالفاعلية والمرونة والرشاقة الإستراتيجية لتحقيق التميز والتفوق علي المنافسين في زيادة الحصة السوقية للشركة، واستغلال الفرص المتاحة في بيئة العمل لصالحها. كذلك ينبغي علي الشركة الاهتمام بدعم الأفكار والآراء المبتكرة للعاملين والتي من شأنها تطوير وتحسين الأداء في الشركة. ولن يتحقق ذلك إلا من خلال تطبيق مدخل "الهدم الخلاق" الذي يقوم علي استبعاد كافة الهياكل والعمليات والأساليب والإستراتيجيات القديمة، واستبدالها بأخرى جديدة تواكب التغيرات في بيئة العمل، وتعمل علي توفير متطلباتها الجديدة، والوفاء باحتياجات ورغبات العملاء، وتحقيق الاستجابة السريعة وردة الفعل المرنة للتغيرات والتطورات في بيئة عملها.

المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

- أحمد، علي (٢٠١٩) أثر ترتيبات العمل المرن في قطاع الخدمات المصرفية علي الابتكار التنظيمي: دراسة تطبيقية علي العاملين بالبنوك التجارية بمدينة المنصورة، مجلة الدراسات والبحوث التجارية، ٣٩(١)، ٤٨٣-٥٢٢.
- أدم، عبد العزيز؛ أبكر، مصطفى وإبراهيم، مجاهد (٢٠٢١) أثر اليقظة الإستراتيجية علي تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية علي بعض المصارف التجارية العاملة بمدينة الأبيض، مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث، ٢(٢)، ٣٧٧-٤٠١.
- أنساعد، رضوان وقمري، حليلة (٢٠٢١) مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل خلية اليقظة الإستراتيجية: دراسة تحليلية بمؤسسة كوندور، مجلة دراسات وأبحاث، ١٣(١)، ١٢٩-١٤٦.
- البلوشية، نوال؛ الحراسي، نيهان والعوفي، علي (٢٠٢٠) واقع التحول الرقمي في المؤسسات العمانية، مجلة دراسات المعلومات والتكنولوجيا، ٢، ١-١٥.
- الجردانية، هيفاء (٢٠٢٠) اليقظة الإستراتيجية وعلاقتها بإدارة المخاطر في وزارة التربية والتعليم بسلطنة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة السلطان قابوس.
- الخطيب، ياسر والخطيب، خليل (٢٠٢١) تحديات التحول الرقمي في التعليم الجامعي بالجمهورية اليمنية وسبل التغلب عليها، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، ٨(١٩)، ٥٥-٨٣.
- الرواشدة، خالد (٢٠١٥) إدارة المعرفة وأثرها علي زيادة كفاءة الابتكار التنظيمي: دراسة ميدانية بالتطبيق علي شركات السياحة والسفر الأردنية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، ٦(٣)، ١٢٦-١٤٩.
- الشريف، دعاء (٢٠٢١) تصور مقترح لتأسيس بيئة التمكين لإنجاح التحول الرقمي في التعليم واستدامته في ضوء رؤية مصر الرقمية، المجلة التربوية، ٨(٩١)، ٣٥٦١-٣٦٠٤.
- الشعار، فاطمة (٢٠٢١) أثر القيادة التبادلية في تحقيق الأهداف الإستراتيجية لدي مدارس مديرية التربية والتعليم للواء الأغوار الجنوبية، مجلة العلوم التربوية والنفسية، ٥(٣٣)، ٣٨-٦٠.

- الشوابكة، عدنان (٢٠١٥) دور الجاهزية الإلكترونية في تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمنظمة - دراسة حالة شركات الاتصالات السعودية في محافظة الطائف، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، ٤٣، ١٦٣-١٩٢.
- الطحان، عماد (٢٠٢١) تأثير المرونة التنظيمية علي دعم اليقظة الإستراتيجية: دراسة تطبيقية علي شركات تصنيع السيراميك في مصر، مجلة جامعة الجوف للعلوم الإنسانية، ١١، ١٨٣-٢٠٨.
- الظامري، محمد (٢٠١٨) أثر نظم المعلومات الإدارية في الأهداف الإستراتيجية: دراسة حالة وزارة الأوقاف والشئون الدينية - سلطنة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، جامعة أم درمان الإسلامية.
- العربي، تيقاوي؛ الشيخ، ساوس وعكاشة، عزيزي (٢٠١٩) تأثير عمليات إدارة المعرفة علي الابتكارات التنظيمية في ظل التوجه نحو التكيف مع التغيير التنظيمي، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، ٢٧(٢)، ٣٤-٥٨.
- الغالي، السمانى (٢٠١٧) أثر إدارة المعرفة في تحقيق الأهداف الإستراتيجية: دراسة حالة شركة سكر كنانة المحدودة ٢٠١٠-٢٠١٦م، مجلة النيل الأبيض للدراسات والبحوث، ٩، ٣٩-٦٩.
- القيومي، ميسون (٢٠٢١) دور إدارة المعرفة في تحقيق الابتكار التنظيمي بالمنظمة الصناعية في مصر، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، ١٢(٢)، ٤٥٨-٤٩٧.
- المراکزة، رنا والزعبي، حسن (٢٠٢١) أثر مرونة الموارد البشرية في التكيف الإستراتيجي: الدور المعدل لليقظة الإستراتيجية في المصارف الإسلامية الأردنية، مجلة جامعة عمان العربية للبحوث - سلسلة البحوث الإدارية، ٥(١)، ١٩٠-٢١٣.
- المسعودي، حيدر ورشيد، سمية (٢٠٢١) دور الموازنة علي أساس الأنشطة في تحقيق الأهداف الإستراتيجية للوحدات الاقتصادية، مجلة وارث العلمية، ٣(٥)، ٢٣٤-٢٦٤.
- المشهداني، حذيفة (٢٠٢٠) أثر اليقظة الإستراتيجية في الذكاء المنظمي في البنوك الإسلامية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة عمان العربية.
- المصري، روز (٢٠١٦) القيادة النسائية بين التبادلية والتحويلية وأثرها في تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمنظمات غير الحكومية في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية بغزة.
- الملفوح، فاتن (٢٠١٦) تمكين العاملين ودوره في تحقيق الأهداف الإستراتيجية للجامعة الإسلامية بغزة، رسالة ماجستير غير منشورة، أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا، جامعة الأقصى.
- المنخس، راشد (٢٠١٥) القيادة التحويلية وأثرها في تحقيق الأهداف الإستراتيجية: دراسة تطبيقية علي البنوك الإسلامية في قطر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.
- بتغة، صونية وفراحتية، العيد (٢٠٢١) دور اليقظة الإستراتيجية في صناعة الخيار الإستراتيجي: دراسة ميدانية بالجامع الصناعي التجاري لمطاحن الحضنة بالمسيلة، مجلة البشائر الاقتصادية، ٧(٣)، ٣٣١-٣٤٩.
- بشير، هبة (٢٠١٩) دور نظام إدارة الجودة في تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمؤسسات من منظور بطاقة الأداء المتوازن - دراسة ميدانية علي هيئة الجمارك السودانية بولاية الخرطوم، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- بن بطو، حاجة وشنوف، صادق (٢٠٢١) اليقظة الإستراتيجية: مدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية ضمن متطلبات البحث والتطوير - دراسة حالة اتصالات الجزائر - مستغانم، مجلة المالية والأسواق، ٨(٢)، ٣٠٨-٣٢٦.
- بني عمر، علي (٢٠١٨) أثر ممارسات إدارة الموارد البشرية في تحقيق الأهداف الإستراتيجية لشركة الكهرباء الأردنية المساهمة العامة المحدودة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة عمان العربية.
- بني عمر، علي والكسابية، محمد (٢٠٢٢) أثر ممارسات إدارة الموارد البشرية في تحقيق الأهداف الإستراتيجية لشركة الكهرباء الأردنية، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات - سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٣٧(١)، ١٨٩-٢٤٣.
- بوذن، جميلة وسلطاني، محمد (٢٠٢١) اليقظة التكنولوجية كأداة لتنمية الميزة التنافسية: دراسة ميدانية علي مجموعة من البنوك بولاية بسكرة، مجلة الاقتصاد والبيئة، ٤(٣)، ٩٠-١٠٨.
- جديد، رشا (٢٠٢٠) دور الابتكار التنظيمي في تحقيق الميزة التنافسية: نموذج المصرف التجاري السوري، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، ٤٢(٣)، ٥١-٦٤.

- حميد، لمي وإبراهيم، صديق (٢٠١٩) العلاقة بين الذكاء التنافسي والأداء الريادي بتوسيط اليقظة الإستراتيجية - دراسة ميدانية لعينة من الكليات الأهلية في العراق، مجلة دراسات محاسبية ومالية، ١٤(٤٦)، ١٦٨-١٨٠. خميس، أسر (٢٠٢٢) أثر التحول الرقمي علي الأداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية المصرية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، ٢(٢)، ٩٩٧-١٠٤٤.
- ديب، كندة والبهلول، علي (٢٠١٨) دور عناصر المنظمة المتعلمة في تحقيق الابتكار التنظيمي: دراسة ميدانية في جامعة تشرين، مجلة جامعة تشرين للبحوث العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، ٤٠(١)، ٢٢١-٢٣٤.
- ذوابي، مي (٢٠١٥) أثر التشارك بالمعرفة في تحقيق الأهداف الإستراتيجية - دراسة تطبيقية علي الجامعات الأردنية الخاصة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، ٤٣، ٣١٣-٣٣٦.
- رحماني، يوسف (٢٠٢١) دور اليقظة الإستراتيجية في تفعيل إشارات الإنذار كآلية لدعم القرارات الإستراتيجية: دراسة عينة من مؤسسة موبيليس فرع تلمسان باستخدام نماذج المعادلة البنائية PLS-SEM، مجلة البشائر الاقتصادية، ٧(١)، ١٩-٣٧.
- زابي، صالح وبعيطيش، شعبان (٢٠٢١) دور القيادة الإستراتيجية في تحقيق التحول الرقمي: دراسة حالة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، ٦(١)، ١٤٤-١٦٤.
- زكي، محمد (٢٠١٩) المرونة التنظيمية ودورها في تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمنظمة: دراسة ميدانية علي الشركة القابضة لمياه الشرب والصرف الصحي بمحافظة مطروح، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ٤، ٦٠٩-٦٦٠.
- زيدان، أمل (٢٠٢١) التحول الرقمي بمؤسسات التعليم الجامعي: دراسة تقييمية للفرص والتحديات - جامعة الأزهر نموذجاً، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٧٥، ٤٦٣-٥١٠.
- سالم، دعاء (٢٠٢١) درجة ممارسة مديري مدارس قصبية المرفق لأسلوب الإدارة بالاستثناء وعلاقتها بالابتكار التنظيمي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم التربوية، جامعة آل البيت.
- شحادة، مها (٢٠٢١) التحول الرقمي في البنوك الإسلامية العاملة في الأردن: دراسة تحليلية من منظور إسلامي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة اليرموك.
- شديد، مصطفى (٢٠٢١) تأثير التحول الرقمي علي مستوي أداء الخدمة المقدمة بالتطبيق علي موظفي الإدارة العامة للمرور بمحافظة القاهرة، مجلة دراسات، ٢٢(٤)، ١٩٣-٢٢٦.
- صالح، أحمد والمبيضين، محمد (٢٠١١) مستوي ممارسة التمكين الإداري في الشركات الصناعية الكبرى وعلاقته بتجسيد الأهداف الإستراتيجية لوزارة البيئة الأردنية - بحث ميداني، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، ٩، ٦٨-١٠٦.
- طوير، إمبركة وعمر، محي الدين (٢٠٢١) دور اليقظة الإستراتيجية في تعزيز الإبداع في المؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة مؤسسة نفضال، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، ٧(١)، ١٥٧-١٧٨.
- عبد الحميد، أسماء (٢٠٢١) متطلبات تحقيق التحول الرقمي بجامعة الأزهر لمواجهة تحديات الثورة الصناعية الرابعة، مجلة التربية، ١٩٠(١)، ١٢٩-١٧٣.
- عبد الله، حسنية (٢٠٢١) دور اليقظة الإستراتيجية في تحقيق التميز البحثي بالجامعات المصرية والاستراتيجية والصينية: دراسة مقارنة، مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، ٤٥(١)، ١٧٥-٣١٥.
- عبد الله، مصعب (٢٠٢٠) رأس المال الفكري ودوره في الابتكار التنظيمي بالتطبيق علي شركة شيكان للتأمين وإعادة التأمين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة النيلين.
- عبد الله، معاوية (٢٠١٨) أثر وظائف إدارة الموارد البشرية في الأهداف الإستراتيجية بقطاع الكهرباء بالسودان: بالتطبيق علي الشركة السودانية للتوليد المائي المحدود في الفترة من (٢٠٠٧ - ٢٠١٧م)، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، جامعة أم درمان الإسلامية.
- عبيد، إلهام (٢٠١٦) أثر الابتكار التنظيمي علي أداء العاملين في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة حالة مؤسسة توزيع الأدوية بالجملة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة.
- عبيدات، شرف (٢٠١٧) أثر تمكين العاملين في تحقيق الأهداف الإستراتيجية في وزارة الصحة الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك.
- عثمان، عرفة (٢٠٢٢) التحول الرقمي كآلية لتطوير الأداء الوظيفي للعاملين بمؤسسات تعليم الخدمة الاجتماعية، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية، ٥٨(١)، ١٠٩-١٥٠.

- عثمان، علوية (٢٠٢١) أثر اليقظة والذكاء الإستراتيجي في خلق الميزة التنافسية للمؤسسات العربية: دراسة تطبيقية علي عينة من اتحاد أصحاب العمل السوداني، المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال، ١٠(٢)، ٣٩٦-٤١٤.
- عكاشة، العربي ومحمد، أحمد (٢٠٢٠) دور سياسة التحفيز في تفعيل الابتكار التنظيمي لدي العاملين بالمؤسسة الاقتصادية – دراسة حالة اتصالات الجزائر فرع عين تيموشنت، مجلة البشائر الاقتصادية، ٦(٢)، ٨١٤-٨٢٨.
- عودة، إبراهيم ورفاعي، ممدوح (٢٠١٥) أثر المعرفة علي الابتكار التنظيمي: دراسة تطبيقية علي قطاع الاتصالات الفلسطينية، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ٤، ١٣-٢٨.
- عيسى، يوسف (٢٠٢٢) أثر اليقظة الإستراتيجية في تعزيز التميز المؤسسي: دراسة حالة جامعة غزة، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، ٧٦، ٧٦-٩٢.
- فرج، علياء (٢٠٢٢) دواعي تعزيز ثقافة الأمن السيبراني في ظل التحول الرقمي: جامعة الأمير سطاتم بن عبد العزيز نموذجاً، المجلة التربوية، ٩٤، ٥٠٩-٥٣٧.
- قواسمية، سليمة ومباركي، صفاء (٢٠٢١) نظم المعلومات وذكاء الأعمال ودورهما في دعم اليقظة الإستراتيجية: دراسة حالة مؤسسة médis-Inpha الطارق، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، ٤(٢)، ٢٧٧-٢٩٢.
- محمد، حصة والحجي، آلاء (٢٠٢٢) اليقظة الإستراتيجية لدي القيادات الأكاديمية في جامعة القصيم، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، ١١(١)، ٢٢٤-٢٤٢.
- محمد، عبد الرحمن (٢٠٢١) دور اليقظة التكنولوجية في تحقيق تميز الأداء بالجامعات السعودية: منظور إستراتيجي بالتطبيق علي جامعة الملك خالد، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، ٢٩(٤)، ٧٥-٩٨.
- محمدبن، جابر (٢٠٢١) أثر اليقظة الإستراتيجية في تحسين الخدمات الصحية: دراسة ميدانية علي المستشفيات الأهلية الفلسطينية – المحافظات الجنوبية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والتمويل، جامعة الأقصى.
- مسراتي، خولة وبن نذير، نصر الدين (٢٠٢٠) اليقظة الإستراتيجية كأداة لتفعيل تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية البليدة، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، ٢٣(٢)، ٦٦٣-٦٨٤.
- مسعودي، يونس وعامر، شهرة (٢٠٢١) التحول الرقمي لبرامج التدريب والتكوين لدي الأساتذة في ظل جائحة كورونا: منصات التعليم عن بعد بتقنيتي زوم وتيمز أنموذجاً، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، ٧(٢)، ٣٣٤-٣٤٧.
- مصطفي، سمية؛ محمد، عزة والعزب، محمود (٢٠٢١) دور التحول الرقمي في تحسين أداء شركات السياحة المصرية بالتطبيق علي شركات السياحة المصرية فئة أ، مجلة كلية السياحة والفنادق، ٥(٢)، ٧٦-٩٢.
- منصور، محمود (٢٠٢١) التحول الرقمي كآلية لتنمية رأس المال البشري بمؤسسات التعليم الجامعي، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية، ٥٤(١)، ١٦١-١٩٨.
- منصور، منصور والقانون، عبد اللطيف (٢٠١٦) دور القيادة التحويلية في تحقيق الأهداف الإستراتيجية الفلسطينية، مجلة رؤي اقتصادية، ١٠، ١٧٨-٢٠٠.
- نصير، عبد الناصر (٢٠٢١) أثر التحول الرقمي علي عدم تماثل المعلومات: دليل من الشركات المدرجة في سوق الأوراق المالية السعودية، مجلة الإسكندرية للبحوث المحاسبية، ٥(٢)، ١-٥٦.
- هلال، طارق وأرباب، سهي (٢٠٢٠) أثر الابتكار التنظيمي في إدارة الأزمات – دراسة ميدانية علي العاملين بالشركة السودانية المصرية للصناعات الكهربائية (سوداتراف)، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، ٢٨(٣)، ١٥٨-١٧٥.

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية

- Alawi, A. L. J. S. (2021). The Impact of Strategic Vigilance on Entrepreneurship–Field Study at the Baghdad Company for Soft Drinks. *Al-Rafidain University College For Sciences*, (48).
- Albukhitan, S. (2020). Developing digital transformation strategy for manufacturing. *Procedia computer science*, 170, 664-671.

- AL-Sadoon, H. H. H., & Al-Taha, S. M. (2021). Strategic vigilance and its role in promoting entrepreneurship of business organizations An exploratory study of the opinions of a sample of faculty staff at Al-Hadbaa University College. *TANMIYAT AL-RAFIDAIN*, 40(132), 321-343.
- Alshaer, S. A. (2020). The Effect of Strategic Vigilance on Organizational Ambidexterity in Jordanian Commercial Banks. *Modern Applied Science*, 14(6), 1913-1844.
- Arif, S., & Akram, A. (2018). Transformational leadership and organizational performance: the mediating role of organizational innovation. *SEISENSE Journal of Management*, 1(3), 59-75.
- Awang, Z. (2012). *A handbook on structural equation modeling using AMOS*. Universiti Teknologi MARA Press, Malaysia.
- Corsi, C., Prencipe, A., & Capriotti, A. (2019). Linking organizational innovation, firm growth and firm size. *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 17(1), 24-49.
- Hamdoun, M., Jabbour, C. J. C., & Othman, H. B. (2018). Knowledge transfer and organizational innovation: Impacts of quality and environmental management. *Journal of cleaner production*, 193, 759-770.
- Jaaz, S. A., & Jamal, D. H. (2021). The effect of the dimensions of strategic vigilance on organizational excellence - An applied study of premium class hotels in Baghdad. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(08), 2101-2137.
- Jalod, K. M., Hasan, A. J., & Hussain, A. N. (2021). Strategic Vigilance and its Role in Entrepreneurial Performance: An Analytical Study of the Views of a Sample of Managers in the Ur Company in Nasiriyah, Iraq. *Multicultural Education*, 7(1), 92-103.
- Jarallah, M. A. (2021). Strategic vigilance and its role in achieving the strategic direction An exploratory study of the opinions of a sample of senior administrative leaders at the Holy University of Karbala. *The Iraqi Magazinje for Managerial Sciences*, 17(70), 259-282.
- Karima, K., & Zohra, D. (2021). The Impact of Strategic Vigilance on E-management in the National Railway Transport Company (SNTF). *Journal of Information Technology Management*, 13(2), 202-230.
- Kő, A., Fehér, P., & Szabó, Z. (2019). Digital Transformation—A Hungarian Overview. *Economic and Business Review*, 21(3), 371-392.
- Łobejko, S. (2020). Digital transformation and innovativeness of enterprises. *Optimum. Economic Studies*, 100(2), 36-46.
- Sadq, Z. M. (2019). The Relationship between Organizational Power and Job Involvement and Their Impact on Achieving Strategic Objectives (An Empirical Study of Private Hospitals Managers' Perspectives in Erbil City, Kurdistan Region of Iraq). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(5), 627-637.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2014). PLS-SEM: Looking back and moving forward. *Long Range Planning*, 47(3), 132-137.
- Waheed, A., Miao, X., Waheed, S., Ahmad, N., & Majeed, A. (2019). How new HRM practices, organizational innovation, and innovative climate affect the innovation

performance in the IT industry: A moderated-mediation analysis. *Sustainability*, 11(3), 621.

The impact of digital transformation on achieving strategic objectives in EgyptAir: The mediating role of strategic vigilance and organizational innovation

Abstract

The study aimed to explore the mediating role of strategic vigilance and organizational innovation in the relationship between digital transformation and strategic objectives in EgyptAir. The descriptive analytical method was used, as well as the questionnaire form to achieve the aim of the study. 427 forms were distributed to a random sample of employees of the EgyptAir and its branches in the governorates of Cairo and Giza, while 344 valid forms were analyzed. The results of the study highlighted digital transformation affect significantly and positively strategic vigilance, organizational innovation and strategic objectives. The results of the study also showed a significant and positive impact of both strategic vigilance and organizational innovation on the strategic objectives. The study also found that strategic vigilance and organizational innovation play a mediating role in the relationship between digital transformation and achieving strategic objectives in EgyptAir.

Keywords: Digital transformation, Strategic vigilance, Organizational innovation, Strategic objectives, EgyptAir.