



مجلة جامعة العقبة للتكنولوجيا
للدراسات و البحوث

Journal of Aqaba University of
technology for Research and
Studies

Volume 2, Issue 1

2023



مجلة جامعة العقبة للتكنولوجيا للدراسات و البحوث

*Journal of Aqaba University of technology for Research and
Studies*

Volume 2, Issue 1

2023

أثر عوامل النجاح لذكاء الأعمال في الابتكار المنظمي في شركات التأمين في الأردن

محمد مفضي الكساسبة^aمرام عبدالله ابورمان^aMohammed.al-kasasbeh@wise.edu.jomr.pinkflower@gmail.com

جامعة العلوم الإسلامية العالمية: a

الملخص:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر عوامل النجاح لذكاء الأعمال في الابتكار المنظمي في شركات التأمين في الأردن. وتمثلت مشكلة الدراسة في الابتكار المنظمي في شركات التأمين في الأردن؛ إذ أصبح الابتكار المنظمي من أولويات البحث العلمي والتطور لأي منظمة؛ وإن التطورات الحديثة في مختلف المجالات فرضت على المنظمات المعاصرة الاستجابة والتكيف مع تلك التطورات، لضمان استمراريته وتفاعلها مع المجتمع والبيئة، وكل ما يحيط بها من عوامل مؤثرة؛ فقد سعت العديد من المنظمات للاهتمام بذكاء الأعمال من خلال البنية التحتية والتكنولوجية وصولاً للابتكار المنظمي، وقد تم استخدام المنهج الكمي في الدراسة، ولغايات جمع البيانات تم تطوير استبانة وتوزيعها على أفراد مجتمع الدراسة؛ إذ تم توزيع (450) استبانة، حيث تكون مجتمع الدراسة من الشركات العاملة في قطاع التأمين في الأردن، وعددها (24) شركة وتم اخذ عينة من الموظفين العاملين فيها بمقدار (342) موظف وموظفة، وتم استخدام الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية spss لجمع وتحليل البيانات، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \geq 0.05$) لعوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في الابتكار المنظمي، وأوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات منها العمل على زيادة الوعي لدى كافة القطاعات بأهمية عوامل النجاح لذكاء الأعمال التي تجعلها تواكب التطورات الحديثة في مختلف المجالات من أجل تعزيز الابتكار المنظمي.

الكلمات المفتاحية: الكلمات المفتاحية: عوامل النجاح ، ذكاء الأعمال، الابتكار التنظيمي، شركات التأمين ،

الأردن.

The impact of success factors for business intelligence on organizational innovation in insurance companies in Jordan

Abstract:

The study aimed to reveal the impact of success factors for business intelligence on organizational innovation in insurance companies in Jordan. The problem of the study in organizational innovation in insurance companies in Jordan; as organizational innovation has become a priority for scientific research and development for any organization; recent developments in various fields have imposed on contemporary organizations to respond and adapt to these developments, to ensure their continuity and interaction with society and the environment, and all the influencing factors surrounding them; many organizations have sought to pay attention to business intelligence through infrastructure, technology, and organizational innovation. The quantitative approach was used in the study, and for the purposes of data collection, a questionnaire was developed and distributed to the study population; has been distributed (450) resolution, Where is the study community Of the 24 companies operating in the insurance sector in Jordan sample of employees working in it was taken with an amount of (342) male and female employee, The statistical package for the social sciences was used sass to collect and analyze data ,The study concluded that there is a statistically significant effect at the level of significance ($\alpha \leq 0.05$) for the success factors of business intelligence in terms of their dimensions (top management support, user-oriented change management, team formation skills, project planning, sustainable data quality integration, clear vision) in organizational innovation, and the study recommended a set of recommendations, including working to increase awareness among all sectors with the importance of success factors for business intelligence that make them keep pace with recent developments in various fields in order to enhance

organizational innovation. Key words: success factors, Business intelligence, organizational innovation ,Insurance companies, Jordan.

1. المقدمة

تسعى المنظمات الحديثة في ظل التغيرات والتطورات الاقتصادية والتكنولوجية الراهنة إلى التميز وتحسين مركزها التنافسي، وضمان اتخاذ القرارات السليمة في التوقيت المناسب، مما يدفعها إلى الاعتماد على مناهج إدارية تسمح لها بمواكبة هذه التغيرات، ومن أهمها وأحدثها ذكاء الأعمال؛ وذلك نظراً لأن ذكاء الأعمال من المصطلحات الحديثة التي تكتسب أهمية متزايدة في الاقتصاد والإدارة، لارتباطه مع عدة حقول معرفية، فهو وليد التطور التكنولوجي (أبو ناصر، 2020). تعلق ذكاء الأعمال بضبط أداء المنظمة وتعزيزه وتحسينه، مما يعمل على ترشيد القرارات بصفة مستمرة من خلال تبني أحدث النظريات والأفكار الاقتصادية والإدارية، والاعتماد على آخر التطورات التكنولوجية، وهذا ما يجعل ذكاء الأعمال مدخلاً مهماً لضمان دقة وصول المعلومة في الوقت المناسب، وتقوية مركز المنظمة وموقعها التنافسي، وضمان استغلال مواردها المختلفة والمتنوعة بصفة جيدة، إضافة إلى جعل استراتيجيتها وسياساتها المستقبلية أكثر مرونة واستجابة للتغيرات في محيطها العام والخاص (أبو الفتوح، 2018).

لتحقيق قدر كبير من الفاعلية؛ فإن على المنظمات أن تتعلم كيفية تطبيق عوامل النجاح لذكاء الأعمال؛ إذ أن موضوع ذكاء الأعمال يمكن المستخدمين داخل الشركة من جمع بيانات الشركة وتخزينها وتحليلها للمساعدة في ترشيد القرارات؛ إذ تسعى معظم الشركات في العالم لرفع مستوى قدرتها التنافسية، أو في الأقل البقاء ضمن دائرة المنافسة ومحاولة إيجاد سبل أكثر ابتكاراً لجذب الزبائن، وذلك بتقديم خدمات جيدة وجديدة. فيتطلب هذا العمل الشاق اتخاذ قرارات سريعة، بناءً على رؤية واضحة للشركة ككل (الحواجرة، 2018).

يعد الابتكار مظهراً أساسياً من مظاهر أداء المنظمات والأمم، لأن الابتكار يسمح للمنظمات أن تتفاعل مع التغيرات بسرعة؛ وذلك لتكون قادرة على إيجاد منتجات واكتشاف أسواق جديدة، كما أن هناك اهتمام واسع النطاق بالابتكار لما له من أهمية للمنظمات والاقتصادات والأسواق لتصبح أكثر ديناميكية من أي وقت مضى، فالمنظمات بحاجة إلى الابتكار لكي تستجيب لمتطلبات العملاء المتغيرة وأنماط الحياة، وللاستفادة من الفرص التي توفرها التكنولوجيا والأسواق والهياكل والديناميكيات (Chang et al., 2021).

1.1 أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة مما يلي:

الأهمية العلمية: تبرز أهمية الدراسة من الناحية العملية في كونها تبحث موضوع أثر عوامل النجاح لذكاء الأعمال في الابتكار المنظمي، وهو من الموضوعات المهمة في المنظمات، كما أن هذه الدراسة تسير التطور الإداري المنشود خاصة في ظل افتقار المكتبات العربية لمثل هذا النوع من الدراسات، وتعد الدراسة من الدراسات القليلة التي تناولت موضوع أثر عوامل النجاح لذكاء الأعمال في الابتكار المنظمي مما يشكل إضافة جديدة للمكتبات العربية. كما تبرز أهمية الدراسة من إمكانية استفادة الباحثين والمهتمين بالفكر الإداري من نتائج الدراسة، ولعلها تشكل نواة لدراسات أخرى مستقبلية جيدة.

الأهمية العملية: تأتي أهمية الدراسة من الناحية العملية في مدى استفادة الإدارات في شركات التأمين من النتائج التي ستتوصل إليها، فيما يتعلق بمفهوم عوامل النجاح لذكاء الأعمال، الابتكار المنظمي، ومشاركة المعرفة لهذه الشركات.

كما تأتي أهمية الدراسة من أهمية شركات التأمين الذي ستطبق فيها، حيث تعتبر شركات التأمين من القطاعات الاقتصادية الواعدة في الأردن، من حيث اسهاماتها في التنمية الاقتصادية، كما تعتبر رافداً أساسياً لاقتصاد الأردن حين كان الكثير من الشركات الأخرى تعاني من الازمات الاقتصادية والأمنية، ومن حيث اعتماد كثير من القطاعات الأخرى على نشاط هذا الشركات.

2.1 أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة في:

- 1- الكشف عن أثر عوامل النجاح لذكاء الأعمال في الابتكار المنظمي في شركات التأمين في الأردن.
- 2- التعرف الى مستوى الأهمية النسبية لعوامل النجاح لذكاء الأعمال في شركات التأمين في الأردن.
- 3- التعرف الى مستوى الأهمية النسبية للابتكار المنظمي في شركات التأمين.

3.1 مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في الابتكار المنظمي في شركات التأمين في الأردن؛ إذ أصبح الابتكار المنظمي من أولويات البحث العلمي والتطور لأي منظمة؛ وإن التطورات الحديثة في مختلف المجالات فرضت على المنظمات المعاصرة الاستجابة والتكيف مع تلك التطورات، لضمان استمراريتها وتفاعلها مع المجتمع والبيئة، وكل ما يحيط بها من عوامل مؤثرة؛ فقد سعت العديد من المنظمات للاهتمام بذكاء الأعمال من خلال البنية التحتية والتكنولوجية وصولاً للابتكار المنظمي.

4.1 اسئلة الدراسة

ما أثر عوامل النجاح لذكاء الأعمال في الابتكار المنظمي في شركات التأمين في الأردن؟ واعتماداً على السؤال الرئيس المحدد في مشكلة الدراسة يمكن تحديد الاسئلة الفرعية الآتية:

- 1- ما مستوى الأهمية النسبية لعوامل النجاح لذكاء الأعمال في شركات التأمين؟

2- ما مستوى الأهمية النسبية للابتكار المنظمي في شركات التأمين؟

5.1 فرضيات الدراسة

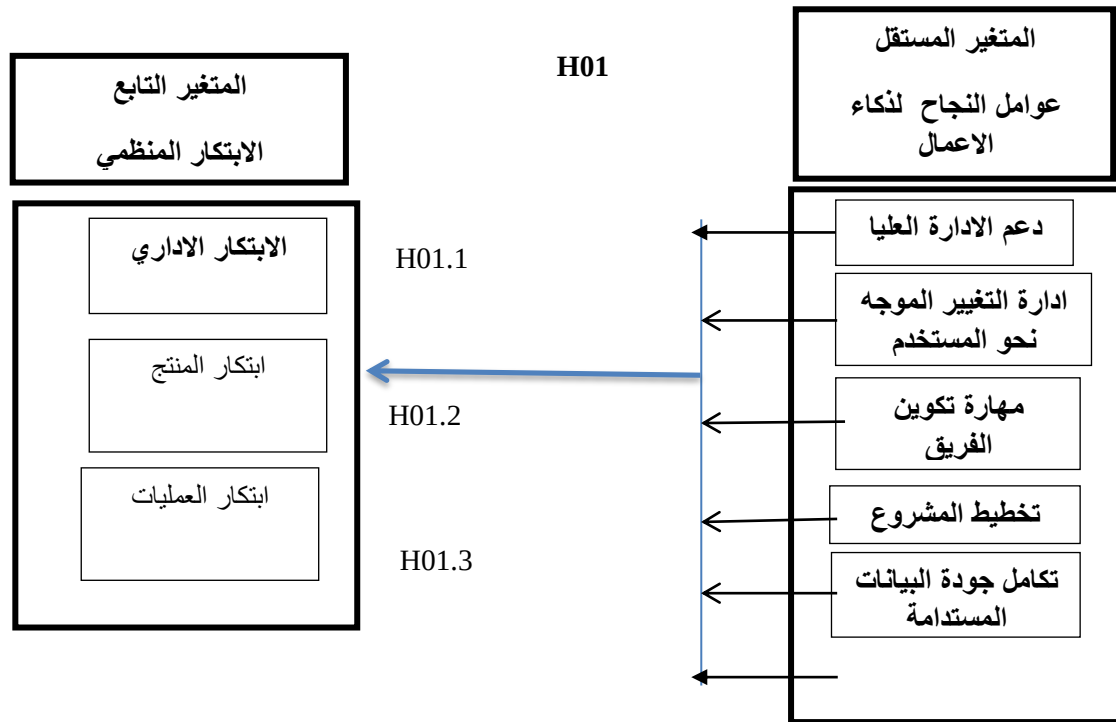
الفرضية الرئيسية الأولى: **Ho1** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \geq 0.05)$ لعوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في الابتكار المنظمي بدلالة أبعاده مجتمعة (الابتكار الإداري، ابتكار المنتج، ابتكار العمليات) في شركات التأمين في الأردن. وينبثق عن الفرضية الرئيسية الأولى الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: **Ho1-1** : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \geq 0.05)$ لعوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في الابتكار الإداري في شركات التأمين.

الفرضية الفرعية الثانية: **Ho1-2** : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \geq 0.05)$ لعوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في ابتكار المنتج في شركات التأمين.

الفرضية الفرعية الثالثة: **Ho1-3** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \geq 0.05)$ لعوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في ابتكار العمليات في شركات التأمين.

6.1 "أنموذج الدراسة"



المصدر:

المتغير المستقل: (أبو ناصر، 2020؛ صويص وعابدين، 2019؛ الحواجرة، 2018؛ صالح وحسين، 2016؛
 (2017, Chaudhry & Dhingra, 2021; Bader حمدان، 2018،
 المتغير التابع: (مجيد، 2017؛ أبو خوصة ورفاعي، 2015؛ Aminova & Marchi, 2021; Pertuz & Pérez, 2021
 Eidizadeh et al., 2020; Law et al., 2017)

2. "الإطار النظري والدراسات السابقة"

1.2 الإطار النظري

تسعى المنظمات بمختلف أشكالها للتميز والبقاء في أعلى مستويات المنافسة، فتقوم برفع مستوى قدرتها التنافسية عن طريق تقديم خدمات جيدة وجديدة، ويتطلب هذا الأمر اتخاذ قرارات سرية وصحيحة بناءً على معلومات صحيحة ودقيقة، ومن الممكن أن تواجه المنظمات تغيرات يكون معظمها غير متوقع وغير محسوم النتائج، وذلك لأن إرضاء المستفيدين غاية تسعى المنظمات لكسبها، فتخضع المنظمة لضغوط هائلة من المنافسين لها، من هنا تتضح أهمية ذكاء الأعمال التي تسعى لاستيعاب الوضع الراهن والتغيرات السريعة عن طريق مراقبة سريعة وتقديم المعلومات الدقيقة والتنبؤ بالتغيرات التي قد تؤثر في المنظمة وكسب الفرص الجديدة لصالح المنظمة، فتقوم الإدارة بصناعة أفضل قرار من خلال استعمال المعلومات الدقيقة وفي الوقت الصحيح، كما تساعد حلول ذكاء الأعمال على تحسين أداء الأعمال في كل المستويات (أبو الفتوح وحسين، 2016). وعليه، فإن أهمية ذكاء الأعمال تظهر في

إعطاء المنظمات القدرة على الإحاطة بالمعرفة المتعمقة حول جميع العوامل المتعلقة بإنجاح خطط المنظمة وأهدافها، وتمكينها من صنع قراراتها وتنظيم خططها الطويلة والقصيرة وخلق جو مناسب لاتخاذ الطرق الملائمة لإجراءات التحسين والتطوير للأداء.

عوامل النجاح لذكاء الأعمال:

تعد عوامل النجاح للدرجة لذكاء الأعمال بأنها مجموعة من الممارسات الادارية التي يمكن ان تؤدي بصورة مباشرة او غير مباشرة لنجاح المشروع، هنالك مجموعة من عوامل النجاح ضرورية لتحقيق النجاح في ذكاء الأعمال نظراً لأهميتها ومن هذه العوامل ما يلي:

1- دعم الإدارة العليا: يعد التزام ودعم الإدارة العليا في المنظمة العامل الأهم في تنفيذ نظم ذكاء الأعمال، حيث يتفق الخبراء ان الدعم المتواصل من قبل رجال الأعمال يسهل من تأمين الموارد اللازمة للتشغيل مثل عمليات التمويل، وتنمية المهارات البشرية، وغيرها من

الاحتياجات في جميع مراحل عملية تنفيذ الأعمال ((Kasemsap, 2018)

2- ادارة التغيير الموجهة نحو المستخدم: يعد وجود جهد إدارة التغيير الموجهة نحو المستخدم من العوامل ، حيث يرى الخبراء أن مشاركة المستخدم بشكل أفضل في عملية التغيير يمكن أن تؤدي إلى تحسين الاتصال به ومعرفة متطلباته واحتياجاته مما يكون له دور فاعل وإيجابي في التنفيذ الناجح (صالح وحسين، 2016).

3- مهارات تكوين الفريق: أكدت جميع المقابلات مع الخبراء أن لمهارة تكوين فريق التطوير تأثير كبير في نجاح تنفيذ أنظمة ذكاء الأعمال، ويجب أن يتألف فريق التطوير من الأفراد الذين يمتلكون خبرة فنية ولديهم خلفية تجارية قوية؛ لأن أنظمة ذكاء الأعمال مشروع

تحركه الأعمال لتوفير وتعزيز دعم القرارات الإدارية ((Richards et al., 2019)

4- تخطيط المشروع: بعد التنفيذ الناجح لأنظمة ذكاء الأعمال يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار عاملا مهما وهو تخطيط المشاريع من أجل تحديد النطاق السليم، حيث إن التخطيط يسمح لفريق التطوير التركيز على أفضل فرص التحسين، والذي يساعد على وضع معايير واضحة للعمل وتطوير فهم مشترك لها (صالح وحسين، 2016).

5- تكامل جودة البيانات المستدامة: لعل جودة البيانات والمعلومات من العوامل المهمة، فدمج مجموعة من البيانات في أنظمة ذكاء الأعمال لغرض التحليل يساعد في عملية صناعة

القرار، إذ إنه دون جودة البيانات لن يتحقق ذكاء الأعمال ((Kasemsap, 2018)

6- الرؤية الواضحة: تعد الرؤية الاستراتيجية للمنظمة موجهاً للتطبيق، وتكون من أهم الأمور التي يجب مراعاتها لتحريك منظمة الأعمال، كما أن الرؤية طويلة الأجل ضرورية لإعداد منظمة أعمال راسخة، فعلى الرؤية ان توازي بين الرؤية الاقتصادية لتحقيق الحاجات

وأهداف المنظمة بشكل دقيق لأنها في النهاية ستؤثر في نتيجة انظمة ذكاء الأعمال

(Rostami, 2014).

مفهوم الابتكار المنظمي:

تعددت التعريفات من عدة جهات نظر مختلفة لمفهوم الابتكار المنظمي باعتباره عاملاً مهماً في نجاح المنظمات وتحقيق الميزة التنافسية، وذلك لتحقيق الاقتصاد القوي على مستوى المجتمع. وتواجه جميع منظمات الأعمال اليوم بيئة تتصف بالتغيرات التكنولوجية السريعة، ومثل هذه المنظمات تحتاج الى أن تكون مبتكرة ومبدعة أكثر من قبل لمجاراة هذه التطورات، لتبقى وتنمو وتقود وتنافس في هذا المجال (الكعبي، 2016).

يرى هلال وارباب (2020) أن الابتكار المنظمي يعكس نواة الجانب الدراماتيكي للتغيير التنظيمي الذي يقدم التوجيهات الارشادية لقدرة المنظمة على ان تنافس وان تكون قادرة على البقاء والاستمرار في بيئة الأعمال.

عرف القضاة واخرون (2020) الابتكار المنظمي على انه تقديم منتج جديد على شكل سلعة أو خدمة أو التجديد في عملية الانتاج أو توزيع هذه السلعة أو الخدمة. وعرف عبد العزيز (2016) الابتكار المنظمي على أنه الاتجاه الذي تنتجه منظمة ما وليس فرد محدد، فقد أصبحت الاختراعات والابتكارات منتجاً أساسياً للمنظمة المعاصرة التي تحتاج أن تستمر في النمو. وان الابتكار المنظمي يعني التعامل مع الجديد والتخلي عن القديم، بل أصبح يعني تطبيقاً لفكرة جديدة أو منتج جديد أو عملية جديدة أو خدمة جديدة أو ممارسة جديدة.

أبعاد الابتكار المنظمي

من أبعاد الابتكار المنظمي التي ذكرتها الكثير من الدراسات ما يلي:

الابتكار الاداري: يشمل المتغيرات الحاصلة في الهيكل التنظيمي وتصميم العمل، اضافة الى سياسات واستراتيجيات المنظمة، ويعني ذلك مجموعة الاجراءات والعمليات والسلوكيات التي تؤدي الى تحسين مناخ التنظيم العام وتحفيز العاملين على حل المشاكل واتخاذ القرارات بأسلوب جديد وطرق غير مطروحة، وان هذا النوع مرتبط بالهيكل التنظيمي والعملية الادارية اضافة الى نشاطات المنظمة الرئيسة (محمد وآخرون، 2017).

ابتكار المنتج: يعني تقديم منتج جديد أو تطوير المنتج وتغييره بشكل جذري من خلال التقنيات المستخدمة وأساليب الانتاج ليشمل خصائص المنتج واستخداماته ويتمثل ذلك في تغيير مواصفات المنتج الفنية والمواد المكونة له والوظائف التي يؤديها ذلك المنتج، ويمكن أن يكون ابتكار المنتج اما جذريا يتم من خلاله تقديم منتج جديد يختلف كلياً عن المنتجات الموجودة، أو ابتكاراً تدريجياً يتم من خلاله تعديل أو تغيير أو تحسين بالمنتج لكي يتوافق مع طلبات الزبائن (عبد العزيز، 2016).

ابتكار العمليات: يشمل أنواع الابتكارات المتعلقة بالتغييرات التي تتضمن تطوير أو تطبيق طريقة جديدة للإنتاج والتسويق، والهدف من ذلك يكون في زيادة وتخفيض تكاليف الإنتاج ورضى الزبائن، ويتم ذلك من خلال تطبيق اساليب ومعدات جديدة مرتبطة مع تسلسل عمليات التصنيع لتحسين الانتاج وكفاءة الانشطة الانتاجية، ويمكن ان يكون ابتكار العمليات جذريا اي في اساليب العمل بشكل جذري او تدريجياً بتحسين عناصر الانتاج والمعدات والآلات، كما يشمل ابتكار العمليات العملية التسويقية التي تتعلق بالتغييرات الحاصلة بتصميم المنتج وتعبئته وتغليفه، اضافة الى طرق التوزيع والترويج وعمليات النقل والتسعر المتعلقة بالمنتج (القضاة واخرون، 2020).

2.2 الدراسات السابقة

1.2.2 "الدراسات في البيئة العربية"

دراسة هلال وارباب (2020) بعنوان: "أثر الابتكار التنظيمي في ادارة الأزمات دراسة ميدانية على العاملين بالشركة السودانية المصرية للصناعات الكهربائية (سوداتراف)".

هدفت الدراسة الى توضيح دور الابتكار التنظيمي بأبعادها (ابتكار المنتج، ابتكار العملية، ابتكار الاداري) كآلية فاعلة لإيجاد الحلول والبدائل للتعامل مع الأزمات التي تواجه الشركات، ومعرفة قدرات المنظمة في إيجاد حلول غير نمطية تساهم في تقليل آثار الأزمات التي تواجه الشركة في ظل وجود بيئة غير مستقرة. تم استخدام المنهج الوصفي لعرض تسلسل المشكلة، وتم استخدام منهج دراسة الحالة حيث تم اختيار عينة مكونه من (70 مفردة) من مجتمع الدراسة.

واظهرت النتائج وجود علاقة طردية بين الابتكار التنظيمي وزيادة فاعلية المنظمة في مواجهة الأزمات، لدى الأزمات عدد من الأسباب يمكن تقسيمها الى اسباب شخصية، اسباب اخرى لا يمكن للمنظمة التحكم فيها، أسباب متعلقة بالتنظيم مما يجعل إيجاد حلول للأزمات أمر معقد لتداخل أسبابها وضرورة وجود اساليب متنوعة لحلها.

أوصت بضرورة الإهتمام بالموظفين المبتكرين واثاحة المجال لهم للمشاركة الفاعلة في اتخاذ القرارات، يجب على القادة والمديرين تهيئة مناخ ملائم للإبتكار التنظيمي وفتح المجال للعاملين لابتداء آراءهم ومقترحاتهم، واتخاذ التدابير التي تمنع حدوث الازمات ومحاولة التنبؤ بها والتعرف إلى مؤشرات حدوثها.

دراسة ابو شرار وخالد (2019) بعنوان: "إدارة المعرفة وأثرها على الابتكار التنظيمي: دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات الفلسطينية"

هدفت هذه الدراسة على التعرف على علاقة ادارة المعرفة بأبعادها (تشخيص المعرفة، تنظيم المعرفة، مشاركة المعرفة، تطبيق المعرفة) واثرها على الابتكار التنظيمي بأبعاده (الابتكار الاداري،

ابتكار العملية، ابتكار المنتج) في شركات الاتصالات الفلسطينية. حيث كان مجتمع الدراسة من الموظفين العاملين في قطاع الاتصالات في دولة فلسطين. وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي للتحقق من البيانات باستخدام تقنية العشوائية البسيطة، وبلغت عينة الدراسة ١٩١ موظف في شركات الاتصالات.

وأظهرت النتائج وجود علاقة لعمليات ادارة المعرفة في الابتكار التنظيمي في شركات الاتصالات الفلسطينية، كما ان شركات الاتصالات الفلسطينية لكي تنجح في مجال ادارة التغيير للتكيف مع البيئة المتغيرة باستمرار يجب ان تقوم على مفاهيم الابداع والابتكار .

واوصت الدراسة الى ضرورة بناء فريق لإدارة المعرفة لمتابعة نظام تطبيق المعرفة واعطاء اهمية من مجلس الادارة العليا لإدارة المعرفة لتطوير الانتاجية للشركات المبحوثة، ووجود قيادة داعمة لاستراتيجية ادارة المعرفة وبحيث يكون لها رؤية واضحة لتشخيص المعرفة بأنواعها المختلفة، واختيار افراد مؤهلين وخبراء يمتلكون المعرفة.

دراسة صالح وحسين(2016) بعنوان: "دور عوامل النجاح الحاسمة في نظم ذكاء الأعمال في دعم نظم المعلومات المحاسبية لأغراض داخلية: دراسة ميدانية"

هدفت الدراسة الى التعرف الى أثر عوامل النجاح الحاسمة لأنظمة ذكاء الأعمال بأبعادها(ادارة التغيير الموجهة نحو المستخدم، الرؤيا الواضحة لمنشأة الاعمال، دعم الادارة العليا، مهارات تكوين الفريق، تكامل جودة البيانات المستدامة، تخطيط المشروع، الاطار التقني الاستراتيجي) في نظم المعلومات المحاسبية، بالإضافة الى التعرف الى مدى فعالية التكامل بين عوامل النجاح الحاسمة لأنظمة ذكاء الأعمال لغرض الاستفادة منها في دعم نظم المعلومات المحاسبية.

واظهرت نتائج أن جميع معاملات الارتباط موجبة ودالة عند مستوى معنوية (0.01)، كما توصلت الدراسة الى نتيجة نهائية برفض الفرض الصفري والقبول بالفرض البديل الذي يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عوامل النجاح الحاسمة لأنظمة ذكاء الأعمال ككل ونظم المعلومات المحاسبية وذلك من خلال اختبار الفروض بمعامل ارتباط بيرسون لكل عامل من عوامل النجاح الحاسمة لأنظمة ذكاء الأعمال وعلاقته بنظم المعلومات المحاسبية، وان عوامل النجاح الحاسمة لأنظمة ذكاء الأعمال ذات الصلة بأبعادها جميعها لها تأثير ايجابي في نظم المعلومات المحاسبية.

واوصت بضرورة الاهتمام بفريق العمل الذي يقوم بعملية تطوير نظم المعلومات وذلك من خلال اقامة الدورات التدريبية التي تنمي مهارات هذا الفريق بما يتلائم مع طبيعة المنظمة.

2.2.2 “الدراسات في البيئة الأجنبية”

دراسة (Kusmantini et al (2021). بعنوان:

"Analysis of the Effect of Business Intelligence on Competitive Advantage through Knowledge Sharing and Organizational Innovation in Export Companies"

"تحليل تأثير ذكاء الأعمال في الميزة التنافسية من خلال مشاركة المعرفة والابتكار التنظيمي في شركات التصدير"

تهدف الدراسة إلى تحليل تأثير ذكاء الأعمال في الميزة التنافسية من خلال مشاركة المعرفة والابتكار التنظيمي في شركات التصدير في المنطقة الخاصة في يوجياكارتا. تستخدم هذه الدراسة عينة من 83 شركة. تشير نتائج الدراسة إلى أن ذكاء الأعمال له تأثير إيجابي في ثلاثة متغيرات أخرى، وهي مشاركة المعرفة والابتكار التنظيمي والميزة التنافسية، وأن مشاركة المعرفة والابتكار التنظيمي لهما تأثير إيجابي في الميزة التنافسية. بالإضافة إلى ذلك، فإن مشاركة المعرفة والابتكار التنظيمي يلعبان دور الوسيط بتأثير ذكاء الأعمال في الميزة التنافسية.

دراسة (Choughri 2018) بعنوان:

"Integrating Business Intelligence and Knowledge Management to Influence Organizational Innovation Process"

"تكامل ذكاء الأعمال وإدارة المعرفة للتأثير في عملية الابتكار التنظيمي"

تحقق ابتكارات الأعمال نتائج أفضل للأعمال إذا تم دمج ذكاء الأعمال بنجاح مع إدارة المعرفة. كان الغرض من الدراسة هو تحديد أفضل طريقة لدمج ذكاء الأعمال مع إدارة المعرفة للتأثير في عملية الابتكار التنظيمي. تكشف مراجعة الأدبيات أن كلا من إدارة المعرفة وتكامل الأعمال هما عنصران مهمان يساهمان بشكل كبير في ثقافة الأعمال في أي منظمة. تكشف الدراسات السابقة حول هذا الموضوع أيضًا أن تكامل الأعمال وإدارة المعرفة يعملان جنبًا إلى جنب في جلب الابتكار إلى الأعمال؛ وبالتالي جعل الأعمال فريدة في عملياتها. تم استخدام طرق البحث النوعي في الدراسة، وهذا يتضمن استخدام الاستبانات وأسئلة المقابلات المنظمة لعدد من المنظمات في الشرق الأوسط وخاصة بين الإدارة العليا. من نتائج الدراسة، أوضحت تشجيع كبار المديرين الابتكار في موظفيهم. وتأثير تكامل إدارة المعرفة في ثقافة الأعمال والبنية التحتية التقنية ومستوى الدعم المقدم من الإدارة وسياسات المكافآت والتعويضات وعملية صنع القرار والإدارة والموارد المالية والبشرية والتقنية ورضا العملاء. أصبحت شركات الشرق الأوسط قادرة على المنافسة بشكل متزايد بسبب التنقيب عن البيانات في مجال ذكاء الأعمال وإدارة المعرفة التي تساعد في تبني الاستراتيجيات الصحيحة.

دراسة (Eidizadeh et al 2017). بعنوان:

"Analyzing the role of business intelligence, knowledge sharing and organizational innovation on gaining competitive advantage"

"تحليل دور ذكاء الأعمال ومشاركة المعرفة والابتكار التنظيمي في اكتساب ميزة تنافسية"

هدفت الدراسة إلى بيان دور ذكاء الأعمال ومشاركة المعرفة والابتكار التنظيمي في اكتساب ميزة تنافسية. كان المجتمع الإحصائي للدراسة مديري واختصاصي بعض شركات التصدير، وشارك في هذا البحث 213 شخصاً. تم إجراء تحليل المسار لتحليل وتفسير البيانات. أظهرت النتائج أن ذكاء الأعمال له تأثير إيجابي في مشاركة المعرفة والابتكار التنظيمي واكتساب ميزة تنافسية. علاوة على ذلك، فإن ذكاء الأعمال له تأثير إيجابي في الميزة التنافسية من خلال مشاركة المعرفة والابتكار التنظيمي. تؤثر مشاركة المعرفة في اكتساب الميزة التنافسية بشكل إيجابي وملحوظ. أخيراً، يؤثر الابتكار التنظيمي في اكتساب الميزة التنافسية بشكل إيجابي وبشكل كبير.

3. منهج الدراسة

1.3 مجتمع الدراسة وعينته: يتمثل مجتمع الدراسة من الشركات العاملة في قطاع التأمين في الأردن، وعددها (24) شركة، حسب الموقع الإلكتروني للاتحاد الأردني لشركات التأمين (<http://www.joif.org>)، ويعمل فيها (2874 عاملاً). تم اختيار عينة عشوائية طبقية متناسبة من العاملين في شركات التأمين في الأردن لغايات تمثيل مجتمع الدراسة، وعلى هذا الأساس يكون حجم عينة الدراسة (342) موظفاً وموظفة، حسب جدول العينات واعتماداً على حجم المجتمع الكلي بحيث يكون هامش الخطأ المسموح به (5%) (النجار وآخرون، 2020، 109).

2.3 صدق أداة الدراسة:

أولاً: الصدق الظاهري.

"يقصد بالصدق الظاهري أن تبدو أداة الدراسة ظاهرياً تقيس ما وضعت فعلاً لقياسه، أي أن شكل الأداة ومظهر الفقرات بتناسب مع المقصود بها (دودين، 2018). " حيث قامت الباحثة بعرضها على محكمين من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في الجامعات الأردنية، وعددهم (20) محكماً، وذلك للتحقق من مدى صدق محتوى فقرات الاستبانة، وقد تم تعديل الاستبانة وفقاً للملاحظات الواردة.

ثانياً: الصدق البنائي.

"يعتبر الصدق البنائي احد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، والتحقق ما إذا كانت الأداة قادرة على قياس مضمونها الذي صممت من أجله (عطية، 2016)، حيث تم احتساب معامل الارتباط (Pearson Correlation)، "والذي يبين مدى ارتباط كل فقرة من فقرات المقياس مع الدرجة الكلية لمحورها وكذلك يحدد قدرة كل فقرة من فقرات المقياس على التمييز.

وتعتبر الفقرات السالبة أو التي يقل معامل ارتباطها عن (0.30) متدنية ويفضل حذفها، بينما الفقرات التي يزيد معامل ارتباطها عن (0.70) تعتبر متميزة (Linn, & Gronlund, 2012).
اختبار كرونباخ ألفا:

تم استخراج معاملات كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) للتأكد من ثبات أداة الدراسة. تشير نتائج الجدول 1 إلى قيم معاملات كرونباخ ألفا الموضحة في الجدول 1؛ والتي تتراوح ما بين (0.80-0.92)، نلاحظ أن جميعها تزيد عن (0.7) مما يدل على ثبات أداة الدراسة (Sekaran & Bougie, 2016) ويبين الجدول (1) معاملات كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) لاختبار ثبات أداة الدراسة

جدول 1

"معاملات كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) لاختبار ثبات أداة الدراسة"

معامل الاتساق		
عدد الفقرات	Cronbach Alpha	متغيرات وأبعاد الدراسة
5	0.80	دعم الإدارة العليا
5	0.88	إدارة التغيير الموجهة نحو المستخدم
5	0.89	مهارات تكوين الفريق
5	0.83	تخطيط المشاريع
5	0.90	تكامل جودة البيانات المستدامة
5	0.88	الرؤية الواضحة
30	0.91	عوامل النجاح لذكاء الأعمال
5	0.92	الابتكار الإداري
5	0.80	ابتكار المنتج
5	0.88	ابتكار العمليات
15	0.92	الابتكار المنظمي

3.3 وصف خصائص عينة الدراسة: فيما يلي وصف للبيانات الشخصية المتعلقة بأفراد عينة الدراسة وهي: (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي)، ويوضح جدول 2 نتائج الإحصاء الوصفي لخصائص عينة الدراسة.

جدول 2

"خصائص العينة"

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	162	47.4%

52.6%	180	أنثى	العمر
18.7%	64	أقل من 25 سنة	
23.4%	80	25-35 سنة	
41.8%	143	35-45 سنة	
16.1%	55	45 سنة فأكثر	
17.5%	60	دبلوم متوسط	
68.1%	223	بكالوريوس	المؤهل العلمي
14.3%	49	دراسات عليا	
23.7%	81	أقل من 5 سنوات	
43.6%	149	5-10 سنوات	
32.7%	112	10 سنة فأكثر	
23.7%	81	أقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة
2.0%	7	مدير	
8.8%	30	نائب المدير	
31.9%	109	رئيس قسم	
57.3%	196	موظف	
100.0	342	المجموع	

يبين الجدول (2) أن التكرار لعينة الذكور بلغ (162) ، وبنسبة وصلت إلى (47.4%) من إجمالي المبحوثين، في حين بلغت عينة الإناث كانت بتكرار (180)، وبنسبة وصلت (52.6%) من إجمالي المبحوثين، وبالتالي فإن نتائج عينة الدراسة تعطي دلالات إيجابية لتمثيل مجتمع الدراسة. وفي نفس الوقت فإن نسبة (52.6%) من إجمالي العاملين في شركات التأمين من الإناث في شركات التأمين، تشير إلى اهتمام بعنصر النسائي وجعلها مساوية للذكور في المجتمع المحلي لقدرتها على الاندماج في العمل

واعتبارها عنصر في تطوير الشركات ونهضتها . لما تحمله الإناث من قدرات ومؤهلات وكفاءات تناسب طبيعة عملها.

أن النسبة الأعلى من المبحوثين هي من فئة (35-45) ، حيث بلغ عددهم (143) مبحوث، ونسبة وصلت (41.8%) من اجمالي المبحوثين، وهذا يثير اهتمام شركات التأمين الأردنية وتركيزها على عنصر الشباب الواعيين واصحاب المهارات والخبرات والمؤهلات العلمية اللازمة لطبيعة العمل، وتبين أن النسبة الأقل للمبحوثين هي من فئة (45 سنة فأكثر) ، حيث بلغ عددهم (55) مبحوث، ونسبة وصلت إلى (16.1%) من اجمالي المبحوثين، ويعود ذلك أن الفئة العمرية اصحبت غير قادرة على تحمل ساعات العمل ولا تمتلك الخبرات والمهارات المطلوبة لطبيعة العمل بسبب التطورات التكنولوجية الحديثة. ان ما نسبته (68.2%) من أفراد عينة الدراسة هم من حملة درجة البكالوريوس، وما نسبته (17.9%) من حملة الدبلوم المتوسط، و(14%) من حملة الدراسات العليا.

أن المبحوثين توزعوا على المؤهلات العلمية، وأن أغلب المبحوثين من فئة البكالوريوس بتكرار (223)، ما نسبته (68.1%) من اجمالي المبحوثين ، وأن فئة دراسات العليا بتكرار (49) ، ما نسبته (14.3%) من اجمالي المبحوثين، حيث فيشير ذلك بأن الشركات تعمل على استقطاب طلاب الجامعات الحاصلين على درجة البكالوريوس وتدريبهم ليكونوا قادرين على مواكبة التطورات الحاصلة في سوق العمل وقدرتهم على تحمل ظروف الحياة ليكونوا مستعدين لمواجهة اي تطورات حاصلة في شركات التأمينان ما نسبته (31.0%) من أفراد عينة الدراسة هم من رؤساء الأقسام، (58.3%) من الموظفين، (8.6%) من نواب المدراء، (2.1%) مدراء.

أن المبحوثين توزعوا على سنوات الخبرة، وأن أغلب المبحوثين من فئة (5-10 سنوات) بتكرار (149)، ما نسبته (43.6%) من اجمالي المبحوثين ، وأن فئة (اقل من 5 سنوات) بتكرار (81) ، ما نسبته (23.7%) من اجمالي المبحوثين، ويدل ذلك ان شركات التأمين تعمل على استقطاب اصحاب الخبرات العالية والخبرات المؤهلة لكسب المزيد من التقدم والوصول الى الهدف والرؤية لفتترات طويلة. أن المبحوثين توزعوا على المستويات الوظيفية الأربعة، وأن أغلب المبحوثين من فئة الموظف بتكرار (196)، ما نسبته (57.3%) من اجمالي المبحوثين ، وأن فئة مدير بتكرار (7) ، ما نسبته (2.0%) من اجمالي المبحوثين، حيث هذا النوع من المستويات قادر على تحمل ضغط العمل داخل الشركات وقادر على مواكبة التطورات الحاصلة بسبب تطور التكنولوجيا مما يساعد المنظمة في الوصول الى تحقيق الأهداف المنشودة بأقل تكلفة وجهد.

4. تحليل إجابات أسئلة الدراسة:

تم تحويل كافة استجابات أفراد العينة محل الدراسة الى درجات تمهيداً لإيجاد المتوسط الحسابي لكل مجال في الدراسة، بهدف تحديد درجة الأهمية للمتوسطات الحسابية لمتغيرات الدراسة تم تقسيم الاستجابات الى 3 مستويات "مرتفع" و"متوسط" و"منخفض" بتطبيق المعادلة التالية:

$$\text{طول الفترة} = \text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى} = 5 - 1 = 4.33$$

فيكون مستوى الأهمية المنخفض من 1- أقل من 2.33، ومستوى الأهمية المتوسط من 2.33 إلى أقل من 3.67، ومستوى الأهمية المرتفع من 3.67 - 5

جدول 3

"المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لأبعاد المتغير المستقل"

الأهمية النسبية	المتوسط الحسابي	البعد
مرتفعة	4.22	دعم الادارة العليا
مرتفعة	4.28	إدارة التغيير الموجهة نحو المستخدم
مرتفعة	4.38	مهارات تكوين الفريق
مرتفعة	4.37	تخطيط المشاريع
مرتفعة	4.36	تكمال جودة البيانات المستخدمة
مرتفعة	4.36	الرؤية الواضحة

يشير الجدول (3) إلى أن المتوسط الحسابي لبعد مهارات تكوين الفريق قد بلغ (4.38)، في حين أن المتوسط الحسابي لبعد دعم الادارة العليا قد بلغ (4.22).

جدول 4

"المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لأبعاد المتغير التابع"

الأهمية النسبية	المتوسط الحسابي	البعد
مرتفعة	4.30	الابتكار الإداري
مرتفعة	4.35	ابتكار المنتج
مرتفعة	4.38	ابتكار العمليات

يشير الجدول 4 إلى أن المتوسط الحسابي لبعد ابتكار العمليات قد بلغ (4.38)، في حين أن المتوسط الحسابي لبعد الابتكار الإداري قد بلغ (4.30).

جدول 5

"مصفوفة معاملات ارتباط (Pearson) بين المتغيرات المستقلة"

الرؤية الواضحة	تكمّل جودة البيانات المستدامة	تخطيط المشاريع	مهارات تكوين الفريق	إدارة التغيير الموجهة نحو المستخدم	دعم الادارة العليا	
					1.00	دعم الادارة العليا
				1.00	**836.	إدارة التغيير الموجهة نحو المستخدم
			1.00	**465.	**510.	مهارات تكوين الفريق
		1.00	**349.	**685.	**615.	تخطيط المشاريع
	1.00	**810.	**421.	**660.	**678.	تكمّل جودة البيانات المستدامة
1.00	**770.	**739.	**427.	**690.	**695.	الرؤية الواضحة
*0.01 ذات دلالة معنوية عند مستوى						

من خلال قيم معاملات ارتباط بيرسون في الجدول 5 نلاحظ أن أعلى ارتباط كان (0.766)، وهذا يدل على عدم وجود ظاهرة الارتباط الخطي المتعدد العالي بين أبعاد المتغير المستقل، ذلك لأنها تقل عن 80%، مما يشير إلى أن العينة خالية من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد العالي (Gujarati, 2017).

جدول 6

"تحليل الانحدار الخطي المتعدد لأثر عوامل النجاح لذكاء الاعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في الابتكار المنظمي في شركات التأمين في الأردن."

جدول المعاملات				تحليل التباين			ملخص النموذج			المتغير
Coefficient				ANOVA			Model			التابع
							Summery			
Sig. T	T	Beta	B	البيان	Sig. F	F	Df	R	R	
Squar										

	e								
	معامل الارتباط	معامل التحديد					6/329	94.014	
الابتكار المنظمي	.795 ^a	.632	.008*	2.655	.197	.132	دعم الإدارة العليا	.000 ^b	
			.301	-1.037	-.075	-.055	إدارة التغيير الموجهة نحو المستخدم		
			.231	1.200	.047	.036	مهارات تكوين الفريق		
			.158	1.416	.089	.076	تخطيط المشاريع		
			.102	1.640	.107	.094	تكامل جودة البيانات المستدامة		
			.000*	8.547	.514	.447	الرؤية الواضحة		

* ذات دلالة معنوية عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$

من خلال النتائج في الجدول 6 نلاحظ بأن لعوامل النجاح لذكاء الأعمال أثر ذو دلالة إحصائية في الابتكار المنظمي، حيث أن قيمة F المحسوبة (94.014) أكبر من قيمتها الجدولية والمساوية (2.09) وهي معنوية عند مستوى دلالة أقل من (0.05) مما يدل على معنوية أنموذج الدراسة عند درجة حرية (329/6)، كما تشير قيمة $2R$ (0.632) إلى أن عوامل النجاح لذكاء الأعمال فسرت 63.2% من التباين الحاصل في الابتكار المنظمي، ومن خلال معامل الارتباط R (79.5) نلاحظ وجود علاقة قوية ما بين عوامل النجاح لذكاء الأعمال والابتكار المنظمي. كما تبين النتائج بأن بعد "الرؤية الواضحة" كان له الأثر الأكبر في الابتكار المنظمي حيث بلغت قيمة بيتا (0.514)، كما بلغت قيمة T المحسوبة (8.547) وهي ذات دلالة عند مستوى أقل من (0.05)، وجاء في المرتبة الثانية بعد "دعم الإدارة العليا" حيث بلغت قيمة بيتا (0.197)، كما بلغت قيمة T المحسوبة (2.655) وهي ذات دلالة عند مستوى أقل من (0.05)، وبناءً على ما سبق نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \geq 0.05)$ لعوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط

المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في الابتكار المنظمي بدلالة أبعاده مجتمعة (الابتكار الإداري، ابتكار المنتج، ابتكار العمليات) في شركات التأمين في الأردن.

جدول 7

"الانحدار المتعدد لأثر عوامل النجاح لذكاء الأعمال في الابتكار الإداري"

المتغير التابع	ملخص النموذج		تحليل التباين			جدول المعاملات			
	Model Summery		ANOVA			Coefficient			
	R Square	R	Sig. F	F	Df	B	Beta	T	Sig. T
	معامل الارتباط	معامل				البيان			
الابتكار الإداري	.504	.710	.000 ^b	55.668	6/329	دعم الإدارة العليا	.181	.230	2.667
						إدارة التغيير الموجهة نحو المستخدم	-.064	-.075	-.891
						مهارات تكوين الفريق	-.003	-.003	-.075
						تخطيط المشاريع	.049	.049	.666
						تكامل جودة البيانات المستدامة	.154	.150	1.523
						الرؤية الواضحة	.428	.420	6.018

* ذات دلالة معنوية عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$

من خلال النتائج في الجدول 7 نلاحظ بأن لعوامل النجاح لذكاء الأعمال أثر ذو دلالة احصائية في الابتكار الإداري، حيث أن قيمة F المحسوبة (55.668) أكبر من قيمتها الجدولية والمساوية (2.09) وهي معنوية عند مستوى دلالة أقل من (0.05) مما يدل على معنوية أنموذج الدراسة عند درجة حرية (329/6)، كما تشير قيمة 2R (0.504) إلى أن عوامل النجاح لذكاء الأعمال فسرت 50.4% من التباين الحاصل في الابتكار الإداري، ومن خلال معامل الارتباط R (71.1) نلاحظ وجود علاقة قوية ما بين عوامل النجاح لذكاء الأعمال والابتكار الإداري.

الجدول 8

"الانحدار المتعدد لأثر عوامل النجاح لذكاء الأعمال في ابتكار المنتج"

جدول المعاملات				تحليل التباين			ملخص النموذج			المتغير
Coefficient				ANOVA			Model Summery			التابع
Sig. T	T	Beta	B	البيان	Sig. F	F	Df	R Squar	R	
								معامل	معامل	
								التحديد	الارتباط	
.028*	2.200	.177	.131	دعم الإدارة العليا	.000 ^b	72.378	6/329	.569	.745	ابتكار المنتج
.269	-1.107	-.087	-.070	إدارة التغيير الموجهة نحو المستخدم						
.055	1.930	.082	.069	مهارات تكوين الفريق						
.021*	2.320	.158	.148	تخطيط المشاريع						
.435	.782	.055	.054	تكامل جودة البيانات المستخدمة						
.000*	7.178	.467	.449	الرؤية الواضحة						
*ذات دلالة معنوية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$										

من خلال النتائج في الجدول 8 نلاحظ بأن لعوامل النجاح لذكاء الأعمال أثر ذو دلالة احصائية في ابتكار المنتج، حيث أن قيمة F المحسوبة (72.378) أكبر من قيمتها الجدولية والمساوية (2.09) وهي معنوية عند مستوى دلالة أقل من (0.05) مما يدل على معنوية أنموذج الدراسة عند درجة حرية (329/6)، كما تشير قيمة 2R (0.569) إلى أن عوامل النجاح لذكاء الأعمال فسرت 56.9% من التباين الحاصل في ابتكار المنتج، ومن خلال معامل الارتباط (R) (75.4) نلاحظ وجود علاقة قوية ما بين عوامل النجاح لذكاء الأعمال وابتكار المنتج.

كما تبين النتائج بأن لبعد "الرؤية الواضحة" الأثر الأكبر في ابتكار المنتج حيث بلغت قيمة بيتا (0.467)، كما بلغت قيمة T المحسوبة (7.178) وهي ذات دلالة عند مستوى أقل من (0.05)، وجاء في المرتبة الثانية بعد "تخطيط المشاريع" حيث بلغت قيمة بيتا (0.158)، كما بلغت قيمة T المحسوبة (2.320) وهي ذات دلالة عند مستوى أقل من (0.05)، وجاء في المرتبة الثالثة بعد "دعم الإدارة العليا" حيث بلغت قيمة بيتا (0.177)، كما بلغت قيمة T المحسوبة (2.200) وهي ذات دلالة عند مستوى أقل من (0.05). وبناءً على ما سبق نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($0.05 \geq \alpha$) لعوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في ابتكار المنتج في شركات التأمين في الأردن.

الجدول 9

الانحدار المتعدد لأثر عوامل النجاح لذكاء الأعمال في ابتكار العمليات

المتغير التابع	ملخص النموذج		تحليل التباين		جدول المعاملات		
	Model Summery		ANOVA		Coefficient		
	R	R Square	Df	F	Sig. F	البيان	B
	معامل الارتباط	معامل التحديد					Beta
ابتكار العمليات	.704	.495	6/329	53.83	.000 ^b	دعم الإدارة العليا	.085
						إدارة التغيير	-.031
							-.041
							-.478
							.633
							.123
							1.416
							.158

الموجهة	نحو	المستخدم	المهارات	تكوين	الفريق	تخطيط	المشاريع	تكامل	جودة	البيانات	المستدامة	الرؤية	الواضحة		
.248	1.158	.053	.042	.637	.473	.035	.031	.281	1.080	.083	.074	.000*	7.370	.519	.464
*ذات دلالة معنوية عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$															

من خلال النتائج في الجدول 9 نلاحظ بأن لعوامل النجاح لذكاء الأعمال أثر ذو دلالة احصائية في ابتكار العمليات، حيث أن قيمة F المحسوبة (53.83) أكبر من قيمتها الجدولية والمساوية (2.09) وهي معنوية عند مستوى دلالة أقل من (0.05) مما يدل على معنوية أنموذج الدراسة عند درجة حرية (329/6)، كما تشير قيمة (0.495 2R) إلى أن عوامل النجاح لذكاء الأعمال فسرت 49.5% من التباين الحاصل في ابتكار العمليات، ومن خلال معامل الارتباط (R 70.4) نلاحظ وجود علاقة قوية ما بين عوامل النجاح لذكاء الأعمال وابتكار العمليات.

كما تبين النتائج بأن لبعد "الرؤية الواضحة" الأثر الأكبر في ابتكار العمليات حيث بلغت قيمة بيتا (0.519)، كما بلغت قيمة T المحسوبة (7.370) وهي ذات دلالة عند مستوى أقل من (0.05). وبناءً على ما سبق نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(0.05 \geq \alpha)$ لعوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في ابتكار العمليات في شركات التأمين في الأردن.

5. النتائج والتوصيات

1.5 النتائج:

1. اظهرت نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى، وجود اثر ذو دلالة إحصائية لعوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق،

تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في الابتكار المنظمي في شركات التأمين في الأردن. وأن عوامل النجاح لذكاء الأعمال فسرت ما نسبته 63.6% من التباين الحاصل في (الابتكار المنظمي).

2. أظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية لعوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في الابتكار الإداري في شركات التأمين في الأردن، أن عوامل النجاح لذكاء الأعمال فسرت ما نسبته 51.1% من التباين الحاصل في (الابتكار الإداري).

3. أظهرت النتائج أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لعوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في ابتكار المنتج في شركات التأمين في الأردن، حيث بلغ معامل الارتباط ($R=0.757$) مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين المتغيرات المستقلة مجتمعة (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) والمتغير التابع (ابتكار المنتج). وأن عوامل النجاح لذكاء الأعمال فسرت ما نسبته 57.3% من التباين الحاصل في (ابتكار المنتج)

4. أشارت النتائج إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لعوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في ابتكار العمليات في شركات التأمين في الأردن، حيث بلغ معامل الارتباط ($R=0.699$) مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين المتغيرات المستقلة مجتمعة (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) والمتغير التابع (ابتكار العمليات) وقد ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.488$) مما يشير إلى أن عوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) فسرت ما نسبته 48.8% من التباين الحاصل في (ابتكار العمليات)

5. أشارت نتائج تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة إلى ارتفاع الأهمية النسبية لعوامل النجاح لذكاء الأعمال في شركات التأمين في الأردن، وهذا يدل على اهتمام شركات التأمين بعوامل النجاح، وهذا نابع من وعي تلك الشركات بأهمية هذه العوامل في تطوير عملها وتحسين أدائها والمحافظة على استمرارية دورها في التنمية الاقتصادية وتجنب القصور في الأداء، وهذا ما أكدته دراسة كل من مجيد (2019) و (Eidizadeh et al 2017).

6. بينت نتائج التحليل الوصفي للمتغيرات من وجهة نظر المستجيبين أن هناك مستوى مرتفع لكل من إدارة التغيير الموجهة نحو المستخدم ومهارات تكوين الفريق وتخطيط المشاريع وتكامل جودة البيانات المستدامة والرؤية الواضحة في شركات التأمين الأردنية، وارتفاع مستوى الأهمية النسبية للابتكار المنظمي في الشركات المبحوثة.

7. توصلت الدراسة إلى أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($0.05 \geq \alpha$) لعوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في الابتكار المنظمي بدلالة أبعاده مجتمعة (الابتكار الإداري، ابتكار المنتج، ابتكار العمليات) في شركات التأمين في الأردن. وهذا يدل على دور وأثر عوامل النجاح في تقديم فكرة أو عمل من شأنه إجراء تحسين جوهري لشركات التأمين وإضافة قيمة بصورة مباشرة أو غير مباشرة للشركة، وما أكدته الدراسات السابقة كدراسة أبو الفتوح (2018)، وتبين أن أكبر أثر لعوامل النجاح كان لبعد الرؤية الواضحة وهذا يؤكد على أهمية أن يتم الموازنة بين الرؤية الاقتصادية لتحقيق الحاجات وأهداف الشركة بشكل دقيق لأنها في النهاية ستؤثر في نتيجة انظمة ذكاء الأعمال.

8. أشارت النتائج أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($0.05 \geq \alpha$) لعوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في الابتكار الإداري في شركات التأمين؛ وهذا يعني تأثير عوامل النجاح في العلاقات التفاعلية لإنجاز المهام، وأهداف العمل، وتوفير القواعد والإجراءات التي تعمل بالاتصال والتبادل بين العاملين والبيئة المحيطة بشركات التأمين في الأردن. كما وتبين أن لبعد "الرؤية الواضحة" الأثر الأكبر في الابتكار الإداري على العكس من دراسة Chaudhry and Dhingra (2021) التي أظهرت أن دعم الإدارة ومواءمة أهداف العمل هما أهم العوامل الدافعة لتنفيذ ذكاء الأعمال.

9. توصلت الدراسة إلى أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($0.05 \geq \alpha$) لعوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في ابتكار المنتج في شركات التأمين، وأن لبعد "الرؤية الواضحة" الأثر الأكبر في ابتكار المنتج؛ وهذا يعني تقديم منتجات (سلع أو خدمات) جديدة أو تطوير خدمات وتغييرها بشكل جذري من خلال التقنيات التي تستخدمها شركات التأمين في الأردن.

10. أشارت نتائج التحليل أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($0.05 \geq \alpha$) لعوامل النجاح لذكاء الأعمال بدلالة أبعادها (دعم الإدارة العليا، إدارة التغيير الموجه نحو المستخدم، مهارات تكوين

الفريق، تخطيط المشروع، تكامل جودة البيانات المستدامة، الرؤية الواضحة) في ابتكار العمليات في شركات التأمين، وأن لبعد "الرؤية الواضحة" الأثر الأكبر في ابتكار العمليات. وهذا يدل على زيادة الجودة وتخفيض التكاليف وتقديم الخدمات وتحقيق رضا العملاء.

2.5 التوصيات: بالاعتماد على تفسير النتائج تم التوصل إلى التوصيات التالية:

1. ضرورة استقطاب الإدارة العليا في الشركات للأشخاص ذوي المهارات التحليلية، واهتمام الشركة بتطوير الحلول للمستخدمين، واقتراح التحسينات الدورية لأنظمة ذكاء الأعمال.
2. تركيز الشركات المبحوثة على امتلاك فرق العمل لديها مزيجاً من المهارات والتمتع بالمعرفة المناسبة، لما له من انعكاس ايجابي على تحقيق أهداف الشركة وتطوير خدماتها.
3. نتيجة لما تعيشه بيئة الأعمال من تغيرات وتحديات من الضرورة ان تهتم الشركات بتطوير منهجية لإدارة المشاريع الخاصة بها وان تتسم معلومات الشركة بأنها جاهزة للاستخدام.
4. ضرورة توضيح رؤية الشركة للحالة المستقبلية المثالية لكيان الشركة الكلي وان توفر الشركة طرقاً جديدة لإدارة العلاقات الخارجية مع الشركات الأخرى وهذا له اهمية للعاملين في المنظمة والتطوير من مهاراتهم وخبراتهم.
5. يجب على المبحوثين الاهتمام بأبعاد عوامل النجاح لذكاء الاعمال وما يرتبط بها نتيجة لما له من تأثير على العاملين في الشركة وزيادة قدرة الشركة على الابتكار.
6. الاهتمام بعقد ورشات تدريبية للعاملين في الشركات مما يساهم في تطوير قدراتهم المعرفية والوعي لديهم بأهمية عوامل النجاح لذكاء الاعمال وما لها من انعكاس على الشركات.
7. تقترح الدراسة ان يتم توسعة الدراسات المستقبلية وتناولها لأبعاد اخرى لعوامل النجاح مع التنوع في البيئة والعينة وكذلك تناول متغيرات الدراسة مع متغيرات أخرى وقطاعات أخرى.

المراجع العربية:

- ابو الفتوح، سمير(2018). التكامل بين أدوات نظم ذكاء الاعمال ومدخل ما بعد الموازنة كمنطلق لتحسين نظم إدارة الأداء. *المجلة المصرية للدراسات التجارية*، (3)42، 204-229
- ابو الفتوح، صالح ، وحسين، باسم محمد (2016). دور عوامل النجاح الحاسمة في نظم ذكاء الأعمال في دعم نظم المعلومات المحاسبية لأغراض داخلية: دراسة ميدانية، *المجلة المصرية للدراسات التجارية*، (2)40، 399-423 .
- أبو خوصة، إبراهيم محمد، ورفاعي، ممدوح عبد العزيز (2015). أثر المعرفة على الابتكار التنظيمي: دراسة تطبيقية على قطاع الاتصالات الفلسطينية. *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، (12)4، 13 - 28 .
- أبو ناصر، حسن (2020). الدور الوسيط لكفايات نظم ذكاء الأعمال في العلاقة بين المناعة التنظيمية ونجاح القرارات المالية "دراسة تطبيقية على شركات الصناعات الغذائية في قطاع غزة. *مجلة المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية*، (1)22، 1-27
- الحواجرة، كامل محمد يوسف (2018). الدور الوسيط لقدرات ذكاء الأعمال بين الريادة التنظيمية والنجاح الاستراتيجي في الجامعة الحكومية الأردنية. *المجلة الأردنية في إدارة الأعمال* (3)14،-413 444
- صويص، محمد إبراهيم، وعابدين، ابراهيم عبد سليم. (2019). دور نظم ذكاء الأعمال في بناء البراعة التنظيمية بالتطبيق على البنوك العاملة في فلسطين. *مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية*، (1)27، 176-201.
- عبد العزيز، أسامة محمد. (2016). أثر التغيير التنظيمي على الابتكار في منظمات الأعمال. *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، (6)4، 497-521
- القضاة، فادي حامد، والشوابكة، زياد على، والنسور، بلال هاشم (2020). أثر خصائص المنظمة الذكية في تعزيز الابتكار: دراسة تطبيقية على قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الاردن. *مجلة المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية*، (6)11، 213-183
- الكعبي، حميد أحمد (2016). دور التمكين الإداري في تعزيز الابتكار التنظيمي. *مجلة المثقال للعلوم الإدارية والاقتصادية*، (1)6، 121-138
- مجيد، حميد مجيد (2017). مدى توافر متطلبات الابتكار المنظمي في منظمات تقنيات المعلومات وإسهامها في تعزيز التنمية المستدامة. *مجلة الإدارة*، (81)113، 129- 112 .

محمد، حازم كمال الدين، وأحمد، عبد الرحمن علي، وسيد، عصمت محمد، والسيد، عادل حسنى(2017). علاقة الدعم التنظيمي بالإبداع والابتكار الإداري بالاتحاد المصري لكرة السلة. مجلة أسبوط لعلوم وفنون التربية الرياضية، 45(3)، 47-70.

النجار، فايز جمعة، والنجار، نبيل جمعة، والزعبي، ماجد راضي(2020). أساليب البحث العلمي منظور تطبيقي، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.

هلال، طارق عثمان، ارباب، سهى احمد. (2020). أثر الابتكار التنظيمي في ادارة الأزمات دراسة ميدانية على العاملين بالشركة السودانية المصرية للصناعات الكهربائية (سوداتراف). مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإداري، 28(3)، 158-175.

المراجع الاجنبية:

- Aminova, M., & Marchi, E. (2021). The role of innovation on start-up failure vs. its success. *International Journal of Business Ethics and Governance*, 15(5), 41-72.
- Bader, B.A. (2017). *Organizational Readiness toward Business Intelligence Implementation Case Study: Ministry of Education & Higher Education – Gaza*
- Chang, W. J., Hu, D. C., & Keliw, P. (2021). Organizational culture, organizational citizenship behavior, knowledge sharing and innovation: a study of indigenous people production organizations. *Journal of Knowledge Management*, 25(9), 2274–2292. <https://doi.org/10.1108/JKM-06-2020-0482>
- Chaudhry, K., & Dhingra, S. (2021). Modeling the Critical Success Factors for Business Intelligence Implementation: An ISM Approach. *International Journal of Business Intelligence Research (IJBIR)*, 12(2), 1-21.
- Choughri, R. (2018). Integrating Business Intelligence and Knowledge Management to Influence Organizational Innovation Process Business Analytics Importance and Implementation View project Risk Management View project Integrating Business Intelligence and Knowledge Management. 20(6), 82–86. <https://doi.org/10.9790/487X-2006048286>
- Eidizadeh, R., Salehzadeh, R., & Esfahani, A. C. (2017). Analysing the role of business intelligence, knowledge sharing and organisational innovation on gaining competitive advantage. *Journal of Workplace Learning* 18(11), 250-276.
- Gujarati, D.N (2017). Basic Econometric, 5th edition, McGraw-Hill Education

- Jahantigh, F. F., Habibi, A., &Sarafrazi, A. (2019).A conceptual framework for business intelligence critical success factors. *International Journal of Business Information Systems*, 30(1), 109-123.
- Kasemsap, K. (2018). *Multifaceted applications of data mining, business intelligence, and knowledge management*. Intelligent Systems: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications, 810-825.
- Kusmantini, T., Mardiana, T., &Pramudita, R. (2021). Analysis of the Effect of Business Intelligence on Competitive Advantage through Knowledge Sharing and Organizational Innovation in Export Companies. *Journal of Economics and Business*, 4(1),262-272.
- Richards, G., Yeoh, W., Chong, A. Y. L., &Popovič, A. (2019). Business intelligence effectiveness and corporate performance management: an empirical analysis. *Journal of Computer Information Systems*, 59(2), 188-196.
- Rostami, N., A. (2014). Integration of Business Intelligence and knowledge Management: A literature review. *Journal of Intelligence Studies in Business*, 4(2), 30-40.
- Sekaran, U &Bougie, R., (2016), *Research Methods For Business: A Skill –Building Approach*, 6th, John Wiley & Sons
- Yang, M., Sulaiman, R., Yin, Y., Mallamaci, V., &Alrabaiah, H. (2022). The effect of business intelligence, organizational learning and innovation on the financial performance of innovative companies located in Science Park. *Information Processing and Management*, 59(2), 102852. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102852>