Journal Of Economics and Management | VOLUME: 10/ N°: 01(2026), PP 312-329
P-ISSN: 2572-0090E-ISSN: 2710-799X

The Role of Digital Innovation in Enhancing Entrepreneurial Competence among University Students: An Applied Study on a Sample of Master's Students at the University of Saida

Hamidi zeggai
Dr. Tahar Moulay University of Saida (Algeria), Laboratory: Management and Evaluation of Institutions
zeggai.hamidi@univ-saida.dz
https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0003-4391-2926

Received: : 30/03/2026 **Accepted: 01/05/2026** **Published: 10/06/2026**

Abstract :

This study aims to examine the impact of digital innovation, through its various dimensions, on entrepreneurial competence among university students. Adopting a descriptive-analytical approach and based on a sample of 130 students, the findings reveal that the level of digital innovation is moderate, with a clear dominance of the technological dimension, while entrepreneurial competence records a moderate to relatively low level. The results also indicate a positive and statistically significant relationship, as well as a meaningful effect of digital innovation in explaining entrepreneurial competence to a considerable extent. Furthermore, multiple regression analysis confirms that all dimensions contribute to this effect, with the technological dimension exerting the strongest influence. These findings highlight the importance of directing digital innovation toward fostering entrepreneurial capabilities within the university environment.

Keywords : Digital innovation, entrepreneurial skills, digital leadership, students Saida University.
JEL Classification Codes: O31 ،L26 ،I23.

دور الابتكار الرقمي في تعزيز الكفاءة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين: دراسة تطبيقية على عينة من طلبة ماستر جامعة سعيدة

حميدي زقاي

أستاذ التعليم العالي، جامعة د. طاهر مولاي سعيدة (الجزائر)، المخبر: إدارة وتقييم المؤسسات،

zeggai.hamidi@univ-saida.dz

تاريخ الاستلام: 2026/03/30 تاريخ القبول: 2026/05/01 تاريخ النشر: 2026/06/10

الملخص:

هدفت الدراسة إلى تحليل أثر الابتكار الرقمي بأبعاده المختلفة على الكفاءة المقاولاتية لدى طلبة الجامعة، وبالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لعينة من (130) طالبا، بينت النتائج أن مستوى الابتكار الرقمي جاء متوسطا مع تفوق البعد التقني، في حين سجلت الكفاءة المقاولاتية مستوى متوسط إلى منخفض، كما بينت الدراسة عن وجود علاقة ارتباط موجبة وأثر دال إحصائيا للابتكار الرقمي في تفسير الكفاءة المقاولاتية بنسبة معتبرة. وأكد تحليل الانحدار المتعدد إسهام جميع الأبعاد في التأثير، مع تفوق البعد التقني. وتبرز هذه النتائج أهمية توجيه الابتكار نحو دعم القدرات المقاولاتية في البيئة الجامعية.

كلمات مفتاحية: الابتكار الرقمي، الكفاءة المقاولاتية، الريادة الرقمية، الطلبة. جامعة سعيدة.

تصنيفات JEL: O31 ، L26، I23

مقدمة:

في ظل التحولات البنيوية المتسارعة التي تطبع بيئة الأعمال المعاصرة، والتي تتجلى فى تسارع وتيرة التطور التكنولوجي، لم يعد من الممكن للمؤسسات التعليم العالي، الاستمرار في الاعتماد على النماذج التقليدية في التسيير والتكوين. بل أصبح من الضروري تبني مقاربات حديثة ترتكز على الابتكار، وعلى وجه الخصوص الابتكار الرقمي بوصفه رافعة استراتيجية لتعزيز الكفاءة التنظيمية وتحسين الأداء المؤسسي . وفي هذا الإطار، تبرز الكفاءة المقاولاتية كمفهوم محوري يعكس قدرة الأفراد، لاسيما الطلبة الجامعيين، على تحويل معارفهم ومهاراتهم إلى فرص اقتصادية مبتكرة، بما يسهم في خلق قيمة مضافة مستدامة ودعم مسارات التنمية الشاملة.

ومن جهة أخرى، تكتسب المقاولاتية أهمية متنامية باعتبارها أداة استراتيجية لتعزيز ديناميكية الاقتصاد الوطني، نظرًا لما توفره من مرونة عالية في التكيف مع التحولات الرقمية، فضلًا عن دورها في توليد فرص العمل وترسيخ ثقافة المبادرة والابتكار. غير أن تفعيل هذا الدور يظل مشروطًا بمدى امتلاك الطلبة لكفاءات مقاولاتية متقدمة، قادرة على استثمار الإمكانات التي تتيحها التقنيات الرقمية في تطوير الأفكار وتحويلها إلى مشاريع ذات جدوى اقتصادية قابلة للتنفيذ.

وعلاوة على ذلك، أصبحت مؤسسات التعليم العالي مطالبة بإعادة صياغة تموقعها الاستراتيجي من خلال إدماج الابتكار الرقمي ضمن منظوماتها التكوينية، بما يعزز من جودة الخدمة المدركة ويثري تجربة الطالب، ويُسهم في بناء قيمة مشتركة بين مختلف الفاعلين في العملية التعليمية. فلم تعد الجامعة تقتصر على تزويد سوق العمل بالموارد البشرية، بل أضحت مطالبة بإعداد رأس مال بشري مقاولاتي يمتلك القدرة على الابتكار والتكيف مع متطلبات البيئة الرقمية..

في ضوء ما سبق، تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن الإشكالية التالية:

ما أثر الابتكار الرقمي في تعزيز الكفاءة المقاولاتية لدى طلبة الماستر بجامعة سعيدة؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما مستوى تبني الابتكار الرقمي بأبعاده المختلفة لدى طلبة جامعة سعيدة؟
- ما مستوى الكفاءة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين؟
- هل توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الابتكار الرقمي والكفاءة المقاولاتية؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد الابتكار الرقمي في تعزيز الكفاءة المقاولاتية لدى الطلبة؟

فرضيات الدراسة:

و من خلال إشكالية الدراسة وتساؤلاتها ، تم صياغة الفرضيات على النحو التالي:

الفرضيات الرئيسية:

- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الابتكار الرقمي (الابتكار التقني، التنظيمي، التسويقي) والكفاءة المقاولاتية لدى الطلبة.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد الابتكار الرقمي على الكفاءة المقاولاتية لدى الطلبة.

الفرضيات الفرعية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار التقني على الكفاءة المقاولاتية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار التنظيمي على الكفاءة المقاولاتية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار التسويقي على الكفاءة المقاولاتية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف، تتمثل فيما يلي:

- قياس مستوى الابتكار الرقمي لدى طلبة الماستر بجامعة سعيدة.
- تقييم مستوى الكفاءة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.
- تحليل طبيعة العلاقة بين الابتكار الرقمي والكفاءة المقاولاتية.
- اختبار أثر أبعاد الابتكار الرقمي في تعزيز الكفاءة المقاولاتية.

أهمية الدراسة:

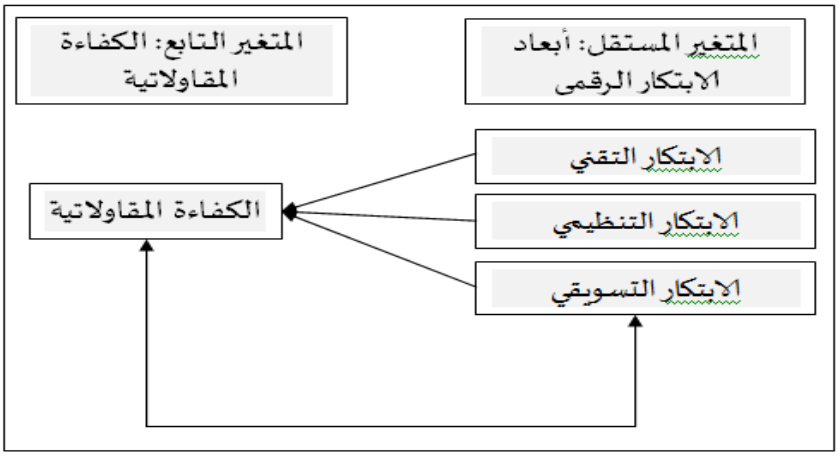
يمكن أن تساهم الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية التي تربط بين الابتكار الرقمي والكفاءة المقاولاتية، من خلال تقديم نموذج تحليلي يدمج بين الأبعاد التكنولوجية والتنظيمية والتسويقية للابتكار في التعليم العالي،

وهو مجال لا يزال يعاني من محدودية في الدراسات التطبيقية في البيئة الجزائرية. كما يمكنها أن تقديم نتائج عملية يمكن أن تساعد صناع القرار في الجامعات الجزائرية من تعزيز روح المبادرة لدى الطلبة وتصميم برامج تعليمية قائمة على الابتكار و دعم التوجه الطلبة نحو إنشاء المشاريع الناشئة.

النموذج الفرضي للدراسة:

من خلال الإطار الفكري والمعرفي حول متغيرات البحث، وفي ضوء مشكلة البحث وأهدافه، تم تصميم مخطط فرضي يعبر عن العلاقات السببية المباشرة بين الابتكار الرقمي بأبعاده الثلاثة (كمتغير مستقل) والكفاءة المقاولاتية (كمتغير تابع)

الشكل (1): النموذج الفرضي للدراسة



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الدراسات السابقة

الدراسات السابقة:

- دراسة (بوعلاق و بن عيسى، 2021)، أكدت أن استخدام التقنيات الرقمية في الجامعات الجزائرية يسهم في تحسين جودة الخدمات التعليمية، ويعزز من كفاءة الأداء الأكاديمي. غير أن تركيزها انصب على البعد الخدمي الداخلي، دون ربط ذلك بتطوير الكفاءات المقاولاتية لدى الطلبة.
- (حسين، 2021)، وصلت هذه الدراسة إلى أن التعليم المقاولاتي يسهم في تنمية نية إنشاء المشاريع لدى الطلبة، من خلال تطوير مهارات المبادرة والابتكار. إلا أن هذه الدراسة لم تدمج البعد الرقمي كعامل مؤثر في هذه العلاقة، وهو ما يقلل من قدرتها على تفسير التحولات الحديثة في سلوك الطلبة.
- دراسة (Li & Mao, 2018) ، هدفت إلى معرفة العلاقة المباشرة بين الابتكار التكنولوجي و الكفاءات الريادية للأفراد، خاصة من خلال تنمية مهارات التفكير الإبداعي واتخاذ القرار. ورغم أهمية هذه الدراسة ونتائجها ، إلا أن الدراسة اعتمدت مقاربة أحادية ركزت على البعد التقني فقط، متجاهلة الأبعاد التنظيمية والتسويقية التي تشكل جزءا لا يتجزأ من منظومة الابتكار الرقمي.
- دراسة (Nambisan & Lyytinen, 2017) ،هدفت إلى دور الابتكار الرقمي في إعادة تشكيل منطق ريادة الأعمال، حيث أكدت أن التقنيات الرقمية لم تعد مجرد أدوات داعمة، بل أصبحت تمثل بيئة متكاملة لإنتاج

القيمة، من خلال تمكين الأفراد من تطوير نماذج أعمال مرنة وقابلة للتوسع. غير أن هذه الدراسة ركزت بشكل أساسي على السياق المؤسسي، دون التطرق إلى البيئة الجامعية ودور الطلبة كفاعلين مهمين في العملية المقاولاتية.

مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة:

تبين الدراسات السابقة اهتماما بالابتكار الرقمي و الكفاءة المقاولاتية كل على حدة، مع ضعف الربط بينهما وعليه، تسعى الدراسة الحالية إلى سد هذه الفجوة من خلال تحليل العلاقة والأثر بينهما ، خاصة في البيئة الجامعة الجزائرية. كما تتميز هذه الدراسة بتوظيف نموذج تطبيقي يعتمد على بيانات ميدانية وتحليل إحصائي متقدم لتقديم نتائج أكثر دقة وواقعية.

1. الإطار النظري للدراسة

1.1 الابتكار الرقمي:

يعرف الابتكار الرقمي بأنه منهجا للتقنيات الرقمية الغرض منها تطوير أو إعادة تصميم المنتجات والعمليات، بما يساعد في توليد قيمة اقتصادية واجتماعية مستحدثة .(Nambisan & Lyytinen, 2017, p. 55) وتكمن خصوصية هذا النمط من الابتكار في طابعه الديناميكي وقدرته العالية على إعادة التشكيل، وهو ما يمنحه ميزة تنافسية خاصة لدى المشاريع الناشئة التي تعمل ضمن قيود مواردية، إذ يتيح لها مرونة التكيف وتسريع دورات الابتكار.(Yoo & Boland, 2012, p. 1400) ، ومن الناحية التسويقية يعرف بأنه عملية تنمية وتطبيق الافكار و الاساليب الجديدة في الممارسات التسويقية؛ والتي تظهر من خلال الافعال المميزة في جوانب الاداء التسويقي من تشخيص المحيط ومتغيرات العمل، إلى دراسة وتحليل الرغبات والأدواق، إلى معرفة وضعية وحالة الأسواق، وصولا إلى تقديم كل ما هو مبتكر ومبدع فيه. (موفق و سالم، 2017، صفحة 181)

وعلى المستوى التطبيقي، يبرز الابتكار الرقمي كخيار استراتيجي لتعزيز القدرة التنافسية، لا سيما في البيئات التي تشهد تحولات نحو الاقتصاد المعرفي، حيث يسهم في خفض التكاليف التشغيلية وتوسيع الوصول إلى الأسواق، مع إعادة تعريف حدود النشاط الاقتصادي(الخضيري، 2019، صفحة 55). غير أن هذا التحول لا يخلو من تحديات، إذ يفرض على المؤسسات إعادة النظر في هياكلها التنظيمية وثقافتها المؤسسية لضمان استيعاب التحول الرقمي بفعالية.

ويشمل الابتكار الرقمي عدة أبعاد أهمها الابتكار التقني، الذي يقوم على توظيف الأدوات والتطبيقات الرقمية في تطوير حلول جديدة، وهو ما يشكّل القاعدة الصلبة للانتقال نحو الاقتصاد الرقمي (OECD, 2018, p. 45). أما البعد الثاني، فيتجسد في الابتكار التنظيمي، الذي يتجاوز التبني التقني ليطال إعادة تصميم الهياكل والعمليات الإدارية، بما ينسجم مع متطلبات المرونة والسرعة التي تفرضها البيئة الرقمية (Damanpour, 2014) .

ومن جهة أخرى لا يمكن اختزال الابتكار الرقمي في بعده التكنولوجي فقط، إذ إن فعاليته الحقيقية تتوقف على مدى تكامله مع التحولات التنظيمية والاستراتيجية داخل المؤسسة. فالتبني الشكلي للتكنولوجيا دون إعادة بناء المنطق الإداري والثقافي قد يؤدي إلى نتائج محدودة أو حتى عكسية. وعليه، فإن الابتكار الرقمي

يمثل عملية تحول شاملة تتطلب توافقًا بين البنية التقنية، والقدرات البشرية، والرؤية الاستراتيجية، بما يضمن تحقيق قيمة مستدامة في بيئة تنافسية متسارعة.

وانطلاقا من هذا الطرح، يمكن تحليل الابتكار الرقمي من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية:

- الابتكار التقني: ويعكس توظيف التكنولوجيا الرقمية في تطوير منتجات أو خدمات جديدة، مثل التطبيقات الذكية أو الحلول الرقمية..
- الابتكار التنظيمي: ويتعلق بإعادة تصميم الهياكل والعمليات داخل المؤسسة بما يتماشى مع متطلبات البيئة الرقمية (Damanpour, 2014, p. 1272) .
- الابتكار التسويقي: ويشير إلى استخدام أدوات وتقنيات رقمية حديثة في التسويق، مثل التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتجارة الإلكترونية (Kotler & Kartajaya, 2017, p. 89).

وتضيف دراسة (بن عيسى، 2020، صفحة 132) أن الابتكار الرقمي لدى الشباب الجامعي يرتبط بشكل مباشر بمدى توفر البيئة الرقمية الداعمة، مثل البنية التحتية والتكوين في المهارات الرقمية.

2.1 الكفاءة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين

تعرف الكفاءة المقاولاتية بوصفها منظومة متكاملة من المعارف والمهارات والسلوكيات التي تمكن الفرد من أداء الأنشطة المقاولاتية بفعالية (Man & Theresa, 2002, p. 124) ، مع التأكيد على البعد القراري في البيئات غير المستقرة، حيث تتجلى أهمية الحكم المهني والقدرة على إدارة المخاطر .(Bird, 1995, p. 53) .ويكشف هذا الطرح عن انتقال المفهوم من مجرد امتلاك موارد معرفية إلى كونه قدرة ديناميكية على التفاعل مع التعقيد.

ومن هذا المنطلق فإن الكفاءة المقاولاتية تتجسد في أربعة أبعاد مترابطة: البعد المعرفي المرتبط بفهم مبادئ ريادة الأعمال، والبعد المهاري الذي يعكس القدرة على التطبيق العملي، والبعد السلوكي الذي يتجلى في روح المبادرة وتقبّل المخاطرة، إضافة إلى البعد الرقمي الذي أصبح شرطًا حاسمًا في ظل التحول التكنولوجي المتسارع. (حسن، 2018، صفحة 88) ومن الناحية التطبيقية فإن تنمية هذه الكفاءة لا تتحقق عبر المقاربات النظرية التقليدية فقط، بل تتطلب دمجًا فعليًا بين التعلم الأكاديمي والممارسة الميدانية، لاسيما من خلال آليات مثل حاضنات الأعمال الجامعية التي توفر فضاءات لتجريب الأفكار وتحويلها إلى مشاريع واقعية (مقدم، 2021، صفحة 210) ومن جهة أخرى يلاحظ أن العديد من البرامج الجامعية لا تزال تتعامل مع الكفاءة المقاولاتية كمعرفة نظرية مجزأة، دون بناء منظومات تعلم تكاملية تعزز التجريب والتفاعل مع بيئة الأعمال. وعليه، فإن التحدي الحقيقي لا يكمن في إدراج مقررات ريادة الأعمال، بل في إعادة تصميم التجربة التعليمية بما يضمن تحويل الكفاءة المقاولاتية إلى ممارسة فعلية قابلة للتجسيد في الواقع الاقتصادي.

3.1 العلاقة بين الابتكار الرقمي والكفاءة المقاولاتية

إن العلاقة بين الابتكار الرقمي والكفاءة المقاولاتية من القضايا البحثية الحديثة التي تعكس التحول في طبيعة النشاط الاقتصادي نحو الرقمنة. إذ لم يعد نجاح المشاريع المقاولاتية يعتمد فقط على توفر الموارد التقليدية، بل أصبح مرتبطًا بمدى القدرة على استغلال الإمكانات الرقمية بشكل فعّال. فالإبتكار الرقمي يخلق

بيئات جديدة لريادة الأعمال من خلال تقليل حواجز الدخول إلى السوق، وتوفير فرص أكبر للتجريب والابتكار. كما أن الأدوات الرقمية تتيح للمقاولين الوصول إلى المعلومات والموارد بشكل أسرع.**Autio et al.** (Autio & Nambisan, 2018, p. 73). **فالابتكار الرقمي يسهم بشكل مباشر في تطوير المهارات المقاولاتية لدى الشباب، خاصة في مجالات التسويق الرقمي وإدارة المشاريع**. (العربي، 2020، صفحة 145) وعليه يمكن القول إن العلاقة بين الابتكار الرقمي والكفاءة المقاولاتية هي علاقة تكاملية، حيث يعمل الابتكار الرقمي كمحفز لتطوير القدرات المقاولاتية، في حين تمثل هذه القدرات شرطًا أساسيًا للاستفادة من الإمكانات الرقمية.

2. الإطار التطبيقي للدراسة

يهدف الإطار الميداني للدراسة إلى اختبار العلاقة و التأثير بين الابتكار الرقمي والكفاءة المقاولاتية وذلك بالاعتماد على البيانات المجمعة من عينة من طلبة ماستر جامعة سعيدة.

منهج البحث:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، بهدف توصيف وتحليل متغيرات الدراسة. وقد تم في هذا الإطار إجراء مسح مكتبي لمختلف الأدبيات النظرية والدراسات السابقة ذات الصلة، بما يسمح ببناء إطار نظري متكامل يدعم الجانب التطبيقي. وفي الدراسة الميدانية فقد تم الاعتماد على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة الدراسة.

أدوات الدراسة الإحصائية:

تم الاعتماد على مجموعة من الأدوات الإحصائية، تمثلت في:

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار كولموغوروف-سميرنوف (Kolmogorov-Smirnov)
- معامل ألفا كرونباخ لقياس الثبات.
- معامل ارتباط بيرسون.
- تحليل الانحدار البسيط والمتعدد.

اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة:

يوضح الجدول (01) نتائج اختبار كولجروف- سيمرنوف، والذي تم إجراءه للتحقق من مدى إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعيا، ونتائج الاختبار تبين أن قيمة مستوى الدلالة لكل جزء في الاستبيان أكبر من 0.05، وهذا يدل على ان البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويمكن استخدام الاختبارات المعلمية.

الجدول 1: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

محاور	محتوى المحور	قيمة الاختبار z	مستوى المعنوية
الأول	**الابتكار الرقمي**	0.594	0.641
الثاني	**الكفاءة المقاولاتية**	0.608	0.587
الاستبيان ككل		0.622	0.603

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

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع من طلبة الماستر بجامعة سعيدة، ونظرا لكبر حجم مجتمع الدراسة، تم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية البسيطة. وقد تم توزيع استمارات الاستبيان داخل الحرم الجامعي، مع تقديم توضيحات للمبحوثين حول أهداف الدراسة وأهميتها العلمية. بلغ عدد الاستبيانات الموزعة (140) استبانة، تم استرجاعها جميعها، غير أنه بعد الفحص الأولي تم استبعاد (10) استبيانات لعدم اكتمال بياناتها أو عدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي. وعليه، بلغ عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل (130) استبانة، بنسبة استجابة قدرها (93.75%)، وهي نسبة مرتفعة تعكس جدية المبحوثين، وتعد كافية من ناحية الإحصائية لاعتماد النتائج وتعميمها ضمن حدود الدراسة.

الجدول 2: توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية

المتغيرات	الفئة	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	58	% 60
	انثى	52	% 40
المجموع		130	% 100
المستوى التعليمي	السنة الاول ماستر	82	% 63.07
	السنة الثانية ماستر	48	% 36.92
المجموع		130	% 100
الكلية	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير	46	% 35.38
	كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية	38	% 29.23
	كلية العلوم والتكنولوجيا	21	%16.15
	كلية الحقوق والعلوم السياسية	25	% 19.23
المجموع		130	% 100

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

أداة الدراسة:

تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسة في جمع البيانات من مجتمع الدراسة، حيث احتوت على قسمين وذلك على النحو التالي:

القسم الأول: يتكون من أسئلة عامة تتعلق بالبيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة ويتكون من (03) فقرات (الجنس، المستوى التعليمي، الكلية).

القسم الثاني: يتكون من(26) فقرة موزعة على محورين كما يلي: المحور الأول: الابتكار الرقمي (18)، موزعة على ثلاث أبعاد (الابتكار التقني، الابتكار التنظيمي، الابتكار التسويقي)، المحور الثاني: الكفاءة المقاولاتية (8)،

وقد تم عرض جميع العبارات باستخدام مقياس ليكرت (likert) الخماسي والمتدرج.

ثبات وصدق أداة الدراسة

تم التحقق من ثبات أداة الدراسة من خلال قياس الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، وذلك بالاعتماد على بيانات عينة الدراسة. كما تم تقدير معامل الصدق الداخلي للأداة من خلال احتساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات، ويبين الجدول (3) نتائج معاملات الثبات والصدق لمختلف متغيرات الدراسة، حيث جاءت في مجملها ضمن الحدود المقبولة ، حيث تراوحت بين (0.75) و(0.80)، بينما سجلت الأداة ككل مستوى ثبات مرتفعا (0.90)، وهو ما يعكس درجة جيدة من الاتساق الداخلي (Hair & Anderso, 2019, p. 137). كما أن قيم معامل الصدق كانت مرضية، خاصة على المستوى الكلي (0.95)، مما يدل على أن الأداة تقيس ما صممت من أجله فعليا.

جدول 3: معاملات ألفا كرونباخ ومعامل الصدق لمتغيرات الدراسة

المتغير	عدد الأسئلة	معامل ألفا كرونباج (α)	معامل الصدق ($\sqrt{\alpha}$)
الابتكار التقني	6	0.78	0.88
الابتكار التنظيمي	6	0.75	0.86
الابتكار التسويقي	6	077	0.87
الكفاءة المقاولاتية	8	080	0.89
بالنسبة لجميع الفقرات	26	0.90	0.95

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

التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة:

تشير نتائج الموضحة في الجدول (4) عن ملامح غير متجانسة لمستوى توظيف الابتكار الرقمي والكفاءة المقاولاتية لدى طلبة الماستر في جامعة سعيدة، بما يعكس طبيعة انتقالية بين التبني التقني والاستخدام المقاولاتي الفعلي. فقد كان المتوسط الحسابي للإبتكار الرقمي (3.45)، ، وهو ما يدل على حضور معتبر للممارسات الرقمية، ويعكس هذا الوضع توافر قاعدة تقنية واعدة لدى الطلبة، تقابلها محدودية في تحويل هذه الإمكانات إلى تطبيقات ذات بعد اقتصادي واضح. أما على مستوى الأبعاد، فيتصدر الابتكار التقني بمتوسط (3.58) ، وهو ما يعكس قدرة الطلبة في التحكم في الأدوات الرقمية. غير أن هذا التفوق يرتبط بالاستخدام الوظيفي للتكنولوجيا أكثر من ارتباطه بتطوير حلول ابتكارية موجهة للسوق، ما يطرح إشكالية الانتقال من الاستهلاك الرقمي إلى الإنتاج الرقمي.من جهة أخرى سجل الابتكار التنظيمي مستوى متوسطًا (3.42)، يعكس قدرة مقبولة على إدارة الأنشطة باستخدام الوسائط الرقمية، لكنه يظل محدودًا ، خاصة فيما يتعلق بالتخطيط والتنسيق والعمل الجماعي المنظم. أما الابتكار التسويقي، الذي جاء في المرتبة الأخيرة بمتوسط (3.35) ، وهو ما يمكن تفسيره بضعف انخراط الطلبة في بيئات سوقية حقيقية، وقلة فرص الاحتكاك بالتجارب المقاولاتية التطبيقية. وتوضح هذه النتائج عن فجوة واضحة بين امتلاك الأدوات الرقمية والقدرة على

استثمارها بفعالية. ويتعزز هذا الاستنتاج عند النظر إلى الكفاءة المقاولاتية، التي سجلت متوسطًا (3.10) ، بما يدل على وجود استعداد أولي لدى الطلبة، غير أنه لم يرتقِ بعد إلى مستوى الكفاءة العملية القابلة للتنفيذ. مما يدل ان التوجه نحو العمل المقاولاتي لا يزال في إطاره النظري، في ظل محدودية آليات الدعم والمرافقة داخل البيئة الجامعية.

وخلاصة لهذا التحليل يمكن القول أن التحدي الحقيقي لا يكمن في إتاحة الأدوات الرقمية، بل في إعادة توجيه استخدامها نحو خلق قيمة، عبر تعزيز التكامل بين التعلم التقني والتجربة المقاولاتية.

الجدول 4 : نتائج التحليل الوصف الإحصائي لمتغيرات الدراسة

البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
الابتكار التقني	3.58	0.60	1
الابتكار التنظيمي	3.42	0.63	2
الابتكار التسويقي	3.35	0.66	3
محور الابتكار الرقمي	3.45	0.55	
محور الكفاءة المقاولاتية	3.10	0.62	

(n=130)، (Test value = 3)

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

اختبار فرضية الارتباط:

تشير نتائج اختبار فرضية الارتباط، كما وردت في الجدول (5)، إلى وجود علاقات ارتباط إيجابية وذات دلالة إحصائية بين جميع أبعاد الابتكار الرقمي ومتغير الكفاءة المقاولاتية، حيث جاءت مستويات الدلالة (Sig = 0.00)أقل من الحد الإحصائي (0.05)، مما يضفي موثوقية علمية على هذه النتائج ويتيح إمكانية تعميمها ضمن حدود مجتمع الدراسة. وتعكس هذه المخرجات أن أي ارتفاع في مستوى الابتكار الرقمي لدى الطلبة يقترن بتحسن ملموس في قدراتهم المقاولاتية، بما يدعم الإطار النظري الذي يعتبر الابتكار الرقمي رافعة أساسية لبناء القدرات الريادية وتعزيز القيمة المدركة لمخرجات العملية التعليمية. وعند تحليل الأبعاد الفرعية، يظهر الابتكار التقني كالبعد الأكثر تأثيرًا على الكفاءة المقاولاتية(r = 0.63) ، وهو ارتباط قوي نسبيًا يشير إلى أن اكتساب المهارات الرقمية لا يقتصر على الاستخدام الأداتي للتكنولوجيا، بل يمتد ليكون محركًا مباشرًا لتمكين الطلبة من بلورة أفكار مشاريع قابلة للتطبيق. ومن ثم، يعكس هذا التحليل تحول التكنولوجيا من مجرد وسيلة مساندة إلى عنصر تمكيني حقيقي يعيد تشكيل الفعل المقاولاتي داخل البيئة الجامعية. أما الابتكار التنظيمي، فقد سجل ارتباطًا متوسطًا إلى قوي(r = 0.58) ، مما يدل على أن القدرة على تنظيم الموارد الرقمية، والتخطيط الفعّال، والعمل ضمن هياكل مرنة، تشكل دعامة أساسية لتحويل الأفكار الابتكارية إلى مبادرات عملية مستدامة، وهو بعد غالبًا ما يُغفل في الدراسات التقليدية رغم أهميته الاستراتيجية. في المقابل، يعكس الابتكار التسويقي، على الرغم من دلالته الإحصائية(r = 0.55) ، نقطة ضعف نسبية في السياق الجامعي، حيث يبرز فجوة بين إدراك الطلبة لأهمية التسويق الرقمي والقدرة على ممارسته بشكل فعّال. ويمكن تفسير ذلك

بانخفاض مستوى الخبرة التطبيقية والاحتكاك المباشر ببيئات السوق، مما يحد من قدرة الطلبة على تحويل المعرفة الرقمية إلى أداء تسويقي ملموس يدعم تجربة الطالب ويعزز الصورة الذهنية المؤسسية للجامعة. وعند النظر إلى الابتكار الرقمي ككل، بلغ معامل الارتباط مع الكفاءة المقاولاتية (0.72)، وهو ارتباط قوي يؤكد وجود علاقة متماسكة وذات صلة مباشرة بين المتغيرين. وتشير هذه النتيجة إلى أن الابتكار الرقمي، بمختلف أبعاده، يمثل إطارًا متكاملاً يعزز القدرة الريادية لدى الطلبة ويساهم في تطوير الكفاءات اللازمة للتموضع الاستراتيجي للجامعة في بيئة التعليم العالي الرقمية.

بناءً على ذلك، يمكن قبول الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الابتكار الرقمي والكفاءة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين، مع التأكيد على أن طبيعة هذه العلاقة تختلف في شدتها بحسب البعد المدروس، مما يستدعي توجيه السياسات التربوية والبرامج التكوينية المستقبلية نحو تحقيق توازن أفضل بين مختلف مكونات الابتكار الرقمي، لا سيما تعزيز البعد التسويقي وربطه بتجارب ميدانية فعلية لتعظيم القيمة المدركة ورضا المستفيدين.

الجدول5: نتائج معامل الارتباط بين متغيرات الدراسة

البعد	معامل الارتباط (r)	مستوى الدلالة (.sig)
الابتكار التقني	0.63	0.00
الابتكار التنظيمي	0.58	0.00
الابتكار التسويقي	0.55	0.00
محور الابتكار الرقمي	0.72	0.00

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

اختبارفرضيات التأثير:

تشير نتائج تحليل الانحدار البسيط الواردة في الجدول (6) إلى وجود أثر إيجابي ودال إحصائيًا للابتكار الرقمي على الكفاءة المقاولاتية، وهو ما يمكن استخلاصه بوضوح من قيمة معامل الارتباط (R = 0.70)، التي تعكس وجود علاقة ارتباط قوية نسبيًا بين المتغيرين. وتدل هذه القيمة على أن ارتفاع مستوى الابتكار الرقمي لدى الطلبة يرتبط بشكل مباشر بارتفاع مستوى كفاءتهم المقاولاتية، وهو ما يعزز الطرح النظري القائل بأن البيئة الرقمية المبتكرة تمثل محفزًا أساسيا لتنمية القدرات الريادية.

كما يبين معامل التحديد (R^2 = 0.49) أن الابتكار الرقمي يفسر ما نسبته 49% من التباين في الكفاءة المقاولاتية، وهي نسبة تفسيرية معتبرة تعكس القوة التفسيرية للنموذج، وتؤكد أن ما يقارب نصف التغير في مستوى الكفاءة المقاولاتية يعود إلى الابتكار الرقمي، في حين تبقى النسبة المتبقية مرتبطة بعوامل أخرى لم يتم تضمينها في النموذج. وتعزز قيمة (F = 124.85) عند مستوى دلالة (Sig = 0.00) من موثوقية النموذج الإحصائي، حيث تؤكد معنويته الكلية وصلاحيته لتفسير العلاقة بين المتغيرين، بما يسمح بالاعتماد عليه في اختبار الفرضيات. أما معامل الانحدار (B = 0.46)، فيشير إلى أن أي زيادة بوحدة واحدة في مستوى الابتكار الرقمي تؤدي إلى ارتفاع الكفاءة المقاولاتية بمقدار (0.46)، وهو تأثير ذو دلالة عملية معتبرة، يعكس أهمية

الاستثمار في الابتكار الرقمي كمدخل أساسي لتعزيز الروح المقاولاتية لدى الطلبة. وبناءً على هذه النتائج، يمكن قبول الفرضية الرئيسية التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار الرقمي على الكفاءة المقاولاتية.

الجدول 6: نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر الابتكار الرقمي على الكفاءة المقاولاتية

	المتغير المستقل: الابتكار الرقمي				
المتغير التابع: الكفاءة المقاولاتية	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2	معامل الانحدار B	قيمة f المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
	0.70	0.49	0.46	124.85	0.00

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

بهدف تعميق الفهم لطبيعة هذا التأثير، تم اللجوء إلى تحليل الانحدار المتعدد لاختبار أثر أبعاد الابتكار الرقمي (التقني، التنظيمي، التسويقي) على الكفاءة المقاولاتية، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول7: نتائج التحليل الانحدار المتعدد لاختبار أثر أبعاد الابتكار الرقمي على الكفاءة المقاولاتية

النموذج	المعاملات غير المعلمية	المعاملات المعلمية	قيمة T	مستوى الدلالة Sig
	B	Beta		
الابتكار التقني	0.29	0.34	4.80	0.000
الابتكار التنظيمي	0.21	0.25	3.20	0.002
الابتكار التسويقي	0.18	0.22	2.90	0.004

المصدر: مخرجات برنامج (SPSS.V.26) بعد إعادة التنظيم

تشير النتائج إلى أن جميع الأبعاد الثلاثة للابتكار الرقمي لها أثر إيجابي ودال إحصائيًا على الكفاءة المقاولاتية، حيث جاءت قيم مستوى الدلالة لجميع الأبعاد أقل من (0.05)، وهو ما يؤكد معنوية تأثيرها وإسهامها الفعلي في تفسير التغير في المتغير التابع. وعلى مستوى تحليل الأثر النسبي، تبيّن أن الابتكار التقني يحتل المرتبة الأولى من حيث قوة التأثير(B = 0.34) ، يليه الابتكار التنظيمي(B = 0.25) ، ثم الابتكار التسويقي (B = 0.22)، وهو ترتيب يبين بوضوح عن مركزية البعد التكنولوجي في تنمية الكفاءة المقاولاتية لدى الطلبة. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء الطبيعة الرقمية المتسارعة لبيئة الأعمال، حيث يُعد امتلاك المهارات التقنية والقدرة على توظيف الأدوات الرقمية في تطوير الأفكار والمشاريع حجر الزاوية في بناء القدرات الريادية وتعزيز القيمة المدركة لمخرجات العملية التعليمية. وفي السياق ذاته، يُظهر الابتكار التنظيمي تأثيرًا معتبرًا، بما يعكس أهمية تمكين الطلبة من تطوير قدراتهم في تنظيم الموارد والعمل ضمن هياكل مرنة واتخاذ قرارات فعّالة، وهي عناصر أساسية في تحويل الأفكار الابتكارية إلى مشاريع قابلة للتجسيد. أما الابتكار التسويقي، فعلى الرغم من تسجيله لأدنى مستوى تأثير نسبي، إلا أنه يظل عنصرًا محوريًا في فهم ديناميكيات السوق وبناء القيمة المشتركة وتعزيز التفاعل مع احتياجاته، وهو ما قد يُعزى إلى محدودية تعرض الطلبة لممارسات تسويقية تطبيقية مقارنة بالجوانب التقنية، الأمر الذي يطرح ضرورة إعادة النظر في تصميم البرامج التعليمية بما يعزز هذا البعد ويُثري تجربة الطالب.

وبالاستناد إلى معاملات الانحدار، يمكن صياغة نموذج الانحدار المتعدد على النحو التالي:

الكفاءة المقاولاتية = 0.29 (الابتكار التقني) + 0.21 (الابتكار التنظيمي) + 0.18 (الابتكار التسويقي)

وتؤكد هذه المعادلة أن مختلف أبعاد الابتكار الرقمي تسهم بصورة إيجابية في تنمية الكفاءة المقاولاتية، مع بروز واضح لهيمنة الابتكار التقني، وهو ما يعكس التحول المتزايد نحو الطابع الرقمي لريادة الأعمال في البيئة الجامعية، ويعزز من أهمية تبني استراتيجيات تعليمية قائمة على الابتكار بما يدعم تموقع الجامعات ويرسّخ صورتها الذهنية كمؤسسات محفزة للإبداع والقيمة.

مناقشة فرضيات الدراسة:

تكشف نتائج الدراسة الراهنة عن دعم الفرضية الرئيسية الأولى، إذ أظهرت وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الابتكار الرقمي والكفاءة المقاولاتية، بما يشير إلى أن ترسيخ الممارسات الابتكارية الرقمية لدى الطلبة يسهم بصورة مباشرة في تنمية قدراتهم الريادية وتعزيز جاهزيتهم لخلق قيمة اقتصادية. ويعكس هذا الارتباط من منظور تسويق التعليم العالي أهمية توظيف الابتكار الرقمي في تحسين جودة الخدمة المدركة وتطوير تجربة الطالب، بما يدعم بناء قيمة مشتركة بين المؤسسة الجامعية وطلبتها، ويعزز من تموقعها الاستراتيجي في بيئة تعليمية تنافسية.

وفي هذا السياق، تنسجم هذه النتيجة مع الطرح النظري الذي ينظر إلى الابتكار الرقمي كحاضنة ديناميكية لإنتاج القيمة الريادية، وهو ما أكدته دراسة(Nambisan & Lyytinen, 2017) التي اعتبرت أن الابتكار الرقمي لم يعد مجرد أداة داعمة، بل تحول إلى منظومة متكاملة تمكّن الأفراد من تصميم نماذج أعمال مرنة وقابلة للتكيف. غير أن الإسهام النوعي للدراسة الحالية يتمثل في نقل هذا التحليل إلى البيئة الجامعية، مع التركيز على الطلبة باعتبارهم فاعلين محتملين في بناء القيمة المقاولاتية، وهو بعد لم يحظَ بالاهتمام الكافي في الأدبيات السابقة.

وعلاوة على ذلك، تتقاطع هذه النتائج جزئيًا مع ما توصلت إليه دراسة (Li & Mao, 2018) التي أثبتت وجود علاقة إيجابية بين الابتكار التكنولوجي والكفاءات الريادية، خاصة من خلال تنمية مهارات التفكير الإبداعي واتخاذ القرار. إلا أن الدراسة الحالية تتجاوز هذا المنظور الأحادي، من خلال تبني مقاربة تحليلية شمولية تدمج بين الأبعاد التقنية والتنظيمية والتسويقية، الأمر الذي أتاح تفسيرًا أكثر عمقًا وتعقيدًا لطبيعة العلاقة بين الابتكار الرقمي والكفاءة المقاولاتية، بما يعكس فهمًا متقدمًا لديناميكيات خلق القيمة في سياق التعليم العالي.

فيما يخص الفرضية الرئيسية الثانية، أظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي ذي دلالة إحصائية للابتكار الرقمي على الكفاءة المقاولاتية، بما يؤكد أن العلاقة بين المتغيرين تتجاوز مجرد الارتباط إلى مستوى التأثير السببي الفعلي. ويعكس هذا المعطى، من منظور تسويق التعليم العالي، الدور الحيوي للابتكار الرقمي في تعزيز جودة الخدمة المدركة وتطوير تجربة الطالب، بما يسهم في تنمية قدراته على خلق القيمة وتحويلها إلى مخرجات

ريادية ملموسة، وهو ما يدعم في الوقت ذاته تموقع المؤسسات الجامعية ويعزز صورتها الذهنية في بيئة تنافسية.

وفي هذا السياق، تتقاطع هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Li & Mao, 2018) التي أبرزت الأثر المباشر للابتكار التكنولوجي في تنمية الكفاءات الريادية، غير أن الدراسة الحالية تضيف بعدًا تحليليًا أعمق من خلال إبراز القوة التفسيرية المرتفعة للابتكار الرقمي في تفسير التباين في مستويات الكفاءة المقاولاتية داخل البيئة الجامعية، وهو ما يعكس شمولية المقاربة المعتمدة وتجاوزها للتفسيرات الجزئية.

ومن جهة أخرى، يمكن قراءة هذه النتائج في ضوء ما توصلت إليه دراسة (حسين، 2021) التي ركزت على دور التعليم المقاولاتي في تعزيز نية إنشاء المشاريع لدى الطلبة، حيث تشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن الابتكار الرقمي يمثل امتدادًا عمليًا لهذا التوجه، من خلال تحويل المعارف والمهارات النظرية إلى كفاءات تطبيقية ذات بعد رقمي، بما يعزز من القيمة المشتركة بين مخرجات التعليم ومتطلبات السوق. وبذلك، تسهم هذه الدراسة في سد فجوة معرفية مهمة عبر إدماج البعد الرقمي في تفسير السلوك المقاولاتي، وهو بعد لم يحظَ بالمعالجة الكافية في الأدبيات السابقة.

3. خاتمة

في الاخير يمكن القول أن التحدي الحقيقي لا يكمن في ضعف الابتكار الرقمي وإنما في صعوبة تحويله إلى كفاءة مقاولاتية منتجة في أرض الواقع، ومن هذا المنطلق فإن الرهان الجامعة لاينبغي أن يقتصر على الاهتمام و التركيز على البنية الرقمية ، بل يجب أن يشمل إلى دورها كفاعل مهم في بناء جيل من الطلبة له القدرة على المبادرة و الابتكار ، وخلق قيمة مضافة في الاقتصاد الرقمي الجديد.

نتائج الدراسة:

- أظهرت النتائج أن مستوى الابتكار الرقمي لدى الطلبة جاء متوسطًا، مع تفوق لبعد الابتكار التقني .
- سجلت الكفاءة المقاولاتية مستوى متوسطًا يميل إلى الانخفاض، مما يعكس محدودية ترجمة القدرات الرقمية إلى سلوك ريادي فعلي .
- وجود علاقة ارتباط موجبة ودالة إحصائيًا بين جميع أبعاد الابتكار الرقمي والكفاءة المقاولاتية .
- وجود أثر معنوي للابتكار الرقمي على الكفاءة المقاولاتية.
- تصدر الابتكار التقني قائمة الأبعاد الأكثر تأثيرًا، يليه الابتكار التنظيمي ثم الابتكار التسويقي .

توصيات الدراسة:

- توجيه السياسات الجامعية نحو تعزيز الابتكار الرقمي كمدخل لتطوير الكفاءة المقاولاتية.
- التركيز على تنمية المهارات التقنية التطبيقية لدى الطلبة، مع ربطها مباشرة بمشاريع ريادية واقعية .
- إدماج برامج تدريبية في الابتكار التنظيمي لتعزيز قدرات الطلبة في التسيير واتخاذ القرار والعمل الجماعي .
- تطوير المهارات التسويقية الرقمية لدى الطلبة، خاصة في مجالات تحليل السوق والتسويق الإلكتروني، لضمان تكامل الكفاءة المقاولاتية .

- إنشاء حاضنات أعمال جامعية رقمية تدعم تحويل الأفكار الابتكارية إلى مشاريع ناشئة قابلة للتنفيذ .
- تشجيع الشراكات بين الجامعة والمؤسسات الاقتصادية لتمكين الطلبة من الاحتكاك بالواقع المقاولاتي واكتساب خبرات ميدانية .

قائمة المراجع:

Autio, E., & Nambisan, S. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal. , 12* (01), 72–95.

- Bird, B. (1995). Toward a Theory of Entrepreneurial Competency. *JAI Press* , 51-72.
- Damanpour, F. (2014). Footnotes to research on management innovation. *Organization Studies , 35* (09), 1265-1285.
- Hair, J. F., & Anderso, R. (2019). *Multivariate data analysis (8th ed.).* Andover, Hampshire, UK: Cengage Learning.
- Kotler, P., & Kartajaya, H. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital.* USA: iley & Sons, John WHoboken, New Jersey.
- Li, L., & Mao, J.-Y. (2018). Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. *Information Systems Journal , 28* (06), 1129-1157.
- Man, T., & Theresa, C. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing , 17* (02), 123-142.
- Nambisan, S., & Lyytinen, K. (2017). Digital innovation management: Reinventing innovation management research in a digital world. *MIS Quarterly , 41* (01), 223-238.
- OECD. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation (4th Edition).* Paris, France.: OECD Publishing.
- Yoo, Y., & Boland, R. (2012). Organizing for innovation in the digitized world. *Organization Science , 23* (05), 1398-1408.

- أحمد بن عيسى. (2020). التحول الرقمي ودوره في تحسين أداء المؤسسات التعليمية. *مجلة العلوم الادارية* ، 45–62.
- عبد الرحمن مقدم. (2021). تنمية الكفاءة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين في الجزائر: دراسة ميدانية. جامعة وهران 2.
- عبد القادر حسين. (2021). دور التعليم المقاولاتي في تنمية نية إنشاء المشاريع لدى الطلبة الجامعيين. *مجلة الريادة والابتكار، جامعة القاهرة ، 3* (1)، 101–120.

-محمد بوعلاق، و أحمد بن عيسى. (2021). أثر التقنيات الرقمية في تحسين جودة الخدمات التعليمية: دراسة تطبيقية. *مجلة الاقتصاد الرقمي، جامعة سطيف، الجزائر ، 5* (2)، 77–95.

-محمد عبد الفتاح الخضيري. (2019). *الاقتصاد الرقمي وأثره في تعزيز تنافسية المؤسسات*. الإسكندرية، مصر: دار الفكر الجامعي.

-محمود حسن. (2018). *الكفاءات المقاولاتية ودورها في دعم المشاريع الناشئة*. عمّان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

-موفق ,م & .,سالم ,ح .(2017) .مساهم التسويقي في طلب التأمين الخاص بالضمان المشترك فقط الأجراء في الجزائر :دراسة ميدانية لآراء فنية من فئة المهنيين غير الإجراء المناعي في CASNOSسعيدة .*مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال* .191-173 ,(1)*1* ,

-يوسف العربي. (2020). دور الابتكار الرقمي في تطوير المهارات المقاولاتية لدى الشباب. *الاقتصاد الرقمي* (الصفحات 130-150). الجزائر: جامعة قسنطينة.

الملاحق:

إستبيان الدراسة:

أخي الطالب، أختي الطالبة...

تحية طيبة وبعد

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الابتكار الرقمي في تعزيز الكفاءة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين: دراسة تطبيقية على عينة من طلبة ماستر جامع سعيدة.

نرجو منكم التكرم بتعبئة هذه الاستبانة بدقة وموضوعية. علماً أن المعلومات المقدمة منكم ستعامل بسرية ولن تستخدم إلا لغايات البحث العلمي فقط.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

أولاً: البيانات الشخصية:

1- الجنس:

*ذكر ☐،

*أنثى ☐،

2-المستوى التعليمي:

*السنة الأولى ماستر ☐،

*السنة الثانية ماستر ☐،

3-الكلية:

*كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير ☐،

*كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الانسانية ☐ ،

*كلية العلوم و التكنولوجيا ☐،

*كلية الحقوق و العلوم السياسية ☐،

ثانياً: أسئلة الاستبيان:

يرجى وضع إشارة (×) أمام الحالة التي تلائمك:

	الفقرات	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق على الاطلاق
الابتكار التقني						
1	أستخدم التطبيقات الرقمية الحديثة في إنجاز المهام الدراسية					
2	أمتلك القدرة على توظيف الأدوات الرقمية في تطوير أفكار جديدة					
3	أواكب التطورات التكنولوجية المرتبطة بمجال تخصصي					
4	أستخدم المنصات الرقمية لتحسين جودة العمل الأكاديمي					
5	أستفيد من التقنيات الرقمية في حل المشكلات بطريقة مبتكرة					
6	أمتلك مهارات تقنية تساعدني على تطوير مشاريع رقمية					
الابتكار التنظيمي						
7	أمتلك القدرة على تنظيم العمل باستخدام أدوات رقمية					
8	أستخدم التكنولوجيا في تخطيط وتنفيذ المشاريع الدراسية					
9	أستطيع إدارة الوقت بكفاءة باستخدام التطبيقات الرقمية					
10	أتبنى أساليب جديدة لتنظيم العمل الجماعي عبر الوسائط الرقمية					
11	أستخدم الحلول الرقمية لتحسين الأداء التنظيمي					
12	أستفيد من المنصات الرقمية في تنسيق الأنشطة الجماعية					
الابتكار التسويقي						
13	أستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للترويج للأفكار أو المشاريع					
14	أمتلك القدرة على تسويق المنتجات أو الخدمات عبر الإنترنت					

15	أستفيد من الأدوات الرقمية في فهم احتياجات السوق					
16	أستخدم استراتيجيات رقمية مبتكرة لجذب الزبائن					
17	أتابع الاتجاهات الحديثة في التسويق الرقمي					
18	أستطيع تصميم محتوى رقمي للترويج للأفكار أو المشاريع					
الكفاءة المقاولاتية						
19	أمتلك القدرة على توليد أفكار مشاريع جديدة					
20	أستطيع تحويل الأفكار إلى مشاريع قابلة للتنفيذ					
21	أمتلك روح المبادرة في إنشاء مشروع خاص					
22	أستطيع تحمل المخاطر المرتبطة بالمشاريع					
23	أمتلك مهارات اتخاذ القرار في بيئة غير مستقرة					
24	أستطيع استغلال الفرص المتاحة في السوق					
25	أمتلك القدرة على التخطيط الجيد للمشاريع					
26	أتمتع بالثقة في قدرتي على النجاح في العمل المقاولاتي					