

أثر ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة: دراسة حالة شركة تامارا في قطاع التقنية بالمملكة العربية السعودية

The Impact of Innovation Culture on the Success of Startups: A Case Study of Tamara Company in the Technology Sector in the Kingdom of Saudi Arabia

الباحث: خالد سعد الزهراني

جامعة ميدأوشن - كلية الإدارة - ماجستير إدارة أعمال

المخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة، وذلك من خلال دراسة حالة شركة تامارا في قطاع التقنية بالمملكة العربية السعودية، نظرًا لما تمثله ثقافة الابتكار من عنصر أساسي في تعزيز تنافسية واستدامة الشركات الحديثة. اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي لملاءمته لطبيعة الموضوع، واستخدمت الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة من موظفي الشركة، حيث تم تحليل البيانات إحصائيًا لاختبار فرضيات البحث وتحديد العلاقة بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة. وتهدف الدراسة إلى إبراز الدور الذي تؤديه أبعاد ثقافة الابتكار (الابتكار السائد، الجودة والابتكار الإداري، ومرونة الابتكار الإداري) في تحقيق الكفاءة التشغيلية، وتحسين الأداء المؤسسي، وزيادة فرص البقاء والنمو في السوق. وقد توصلت النتائج إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة، مما يؤكد أن المؤسسات التي تتبنى ثقافة تنظيمية محفزة على الإبداع تكون أكثر قدرة على مواجهة التحديات وتحقيق الاستدامة. أما الإضافة العلمية للدراسة فتتمثل في مساهمتها في إثراء الأدبيات المتعلقة بإدارة الابتكار في بيئة الشركات الناشئة السعودية، وتوضيحها لأهمية الثقافة التنظيمية كعامل استراتيجي مؤثر في الأداء المؤسسي. بينما تتمثل الإضافة العملية في تقديمها نموذجًا يمكن تطبيقه في الشركات التقنية الناشئة لتعزيز الابتكار وتحقيق النمو المستدام. كما يمكن الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في تطوير السياسات الإدارية وبرامج التحفيز والتدريب التي تركز على

نشر ثقافة الابتكار داخل بيئات العمل السعودية، بما يتوافق مع مستهدفات رؤية المملكة 2030 في دعم ريادة الأعمال والاقتصاد المعرفي.

الكلمات المفتاحية: ثقافة الابتكار، نجاح الشركات الناشئة، ريادة الأعمال.

Abstract

This study aims to examine the impact of innovation culture on the success of start-up companies, through a case study of Tamara Company in the technology sector in the Kingdom of Saudi Arabia. Innovation culture is considered a fundamental element in enhancing the competitiveness and sustainability of modern enterprises. The study relied on the quantitative method due to its suitability for the research objectives, and a questionnaire was used as the main tool for data collection from a sample of the company's employees. The collected data were analyzed statistically to test the research hypotheses and identify the relationship between innovation culture and the success of start-ups. The study seeks to highlight the role of innovation culture dimensions (prevailing innovation, administrative innovation and quality, and innovation flexibility) in achieving operational efficiency, improving organizational performance, and increasing growth opportunities in the market. The results indicated a statistically significant positive relationship between innovation culture and the success of start-ups, confirming that organizations that foster an innovative and supportive environment are more capable of overcoming challenges and achieving sustainability. The scientific contribution of this study lies in enriching the literature on innovation management within Saudi start-ups, emphasizing the importance of organizational culture as a strategic factor influencing performance. The practical contribution is represented in providing a model that can be applied in emerging technology companies to enhance

innovation and achieve sustainable growth. Furthermore, the findings can be utilized in developing managerial policies and training programs that promote innovation culture within Saudi work environments, aligning with the goals of Saudi Vision 2030 in supporting entrepreneurship and the knowledge economy.

Keywords: Innovation Culture, Start-up Success, Entrepreneurship.

1. المقدمة:

في ظل التغيرات السريعة التي وضحها العالم اليوم، تواجه الشركات الناشئة تحديات كبيرة تتعلق بالتحول الرقمي وزيادة توقعات المستهلكين وضغوط الأسواق العالمية. لم يصبح النجاح يعتمد فقط على الموارد المالية أو التكنولوجيا المتاحة، بل أصبح مرتبط بشكل وثيق بقدرة المؤسسة على بناء ثقافة ابتكار قوية تعزز من تطوير الأداء التنظيمي وتحفز على التجديد المستمر (الشمري، 2022). وتعتبر ثقافة الابتكار بمكانه الإطار الذي يدعم التفكير الإبداعي ويحفز الموظفين على طرح أفكار جديدة وتحولها إلى واقع عملي داخل الشركة. وهي عنصر أساسي تساعد الشركات الناشئة على التكيف مع التغيرات السريعة، كما ان تنمي القدرة على المرونة التنظيمية وتساعد على استباق التغيرات البيئية، مما يزيد من فرص البقاء والنمو في المراحل الأولى من عمر الشركة (جلاب، 2025). وتشير الابحاث الجديدة إلى أن الشركات التي تتبنى ثقافة ابتكارية قوية تكون أكثر امكانية على تحويل المعرفة إلى منتجات أو خدمات جديدة، حيث ان يعزز من فرص نجاحها في السوق ويزاد من ثقة المستثمرين. يحث ان وجود ثقافة تشجع المخاطرة المحسوبة وتقبل الفشل كجزء من عملية التعلم ويساعد على خلق بيئة عمل تحفز الإبداع والاستمرار (الحربي، 2023). ومع ذلك، فإن بناء ثقافة الابتكار لا يحدث بشكل تلقائي، يتطلب قيادة داعمة وقيم تنظيمية واضحة ومناخ إداري يشجع على حرية التعبير والمبادرة. وحيث

ان القادة الذين يشجعون التجريب والانفتاح يسهمون في خلق بيئة عمل إيجابية تعزز من روح الفريق والالتزام بالتغيير، مما ينعكس ايجابيا على مؤشرات نجاح الشركات الناشئة مثل النمو والإنتاجية والاستمرارية (العتبي، 2021). تلعب التكنولوجيا الحديثة دوراً نشطاً في تعزيز ثقافة الابتكار، حيث انها توفر ادوات وموارد تستخدم لتحسين العمليات وزيادة كفاءات الشركات الناشئة التي تستغل هذه التكنولوجيا بشكل متطور وفعال حيث انها تتمكن من تطوير حلول مبتكرة تلبي احتياجات السوق بشكل سريع، مما يعطيها ميزة تنافسية. ويعد التعاون والشراكة مع الجهات الخارجية مثل الجامعات ومراكز البحث عنصر مهم في تعزيز الابتكار. من خلال تبادل المعرفة والخبرات، يمكن للشركات الناشئة الوصول إلى أفكار جديدة وتطبيقات مبتكرة، مما يسهم في تسريع نموها وزيادة قدرتها التنافسية في السوق. ومن هنا، يسعى هذا البحث إلى دراسة تأثير ثقافة الابتكار على نجاح الشركات الناشئة، من خلال تحليل العلاقة بين الممارسات الابتكارية والقيم التنظيمية، ومؤشرات النجاح المؤسسي مثل البقاء في السوق وجذب التمويل وتحقيق النمو المستدام. حيث ان فهم هذه العلاقة يعد ضروريا لوضع السياسات ورواد الأعمال والمستثمرين الذين يستهدفون إلى بناء بيئة عمل تعزز فرص نجاح المشاريع الريادية في ظل السرعات الاقتصادية والتكنولوجية المتزايدة (جلاب، 2025).

2. مشكلة الدراسة:

تواجه الشركات الناشئة تحديات معقدة تتعلق بالاستمرارية والنمو في بيئة تنافسية غير مستقرة. على ان وجود دعم حكومي وتمويلي في العديد من الدول العربية، الا أن معدلات فشل هذه الشركات لا تزال مرتفعة. يؤدي ذلك إلى نقص في ثقافة الابتكار داخل هذه الشركات. فالكثير من المشاريع تركز على الجوانب التقنية أو التمويلية، بينما تهمل بناء نظام قيم وسلوكيات مؤسسية تشجع على التجريب والإبداع وتقبل الأخطاء كفرص للتعلم. هذا الأمر يؤدي إلى ضعف المرونة التنظيمية وتراجع القدرة على التكيف مع المتغيرات في السوق. تهدف هذه

الدراسة إلى فهم تأثير ثقافة الابتكار على نجاح الشركات الناشئة، وتحليل كيف يمكن أن تساعد القيم والممارسات الابتكارية في تعزيز الأداء والاستدامة، خصوصاً في البيئات العربية التي مازالت متأثرة بالنماذج الإدارية التقليدية التي تحد من الإبداع (الشمري، 2022).

2.1 الفجوات العلمية:

رغم الاهتمام المتزايد بدراسة الابتكار التنظيمي وريادة الأعمال في الأدبيات العربية، فإن معظم الدراسات القديمة ركزت على الابتكار كعملية لتطوير منتج أو تقنية جديدة، بدون التعمق في البعد الثقافي الذي يلحق ذلك. حيث أن النماذج النظرية التي قدمت العلاقة بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة لا زالت محدودة وغير موحدة في المفاهيم والمؤشرات المستخدمة في القياس. فبعض الدراسات اعتبرت الابتكار قيمة تنظيمية عامة، بينما تعاملت أخرى معه كمتغير سلوكي دون ربطه بالأداء أو النجاح المؤسسي. هذا التشتت المفاهيمي يخلق فجوة نظرية في الأدبيات العربية، مما يستدعي صياغة إطار متكامل يربط بين قيم الثقافة الابتكارية وآليات إدارة المعرفة ونتائج الأداء المؤسسي في سياق الشركات الناشئة. (العنزي، 2023). لذا، هناك حاجة مهمة لإعادة صياغة المفهوم بشكل شامل، وتطوير نموذج يفسر تفاعل عناصر الثقافة مثل القيادة، والحوافز، والمناخ التنظيمي مع مراحل نمو الشركات الناشئة. هذا سيمكن من بناء قاعدة معرفية حول هذا الموضوع.

2.2 الفجوات العملية:

أما على المستوى التطبيقي، فإن الدراسات الميدانية في البيئات العربية تظهر أن أغلب الأبحاث ركزت على الشركات الكبرى أو المؤسسات الحكومية، بينما تعاني الشركات الناشئة من نقص الأدلة التجريبية التي تربط بين ثقافة الابتكار ومؤشرات النجاح الفعلية مثل الاستدامة المالية، وجذب التمويل، وبقاء الشركة في السوق. كما أن أدوات القياس المستخدمة بالغالب تستورد من دراسات غربية دون التكيف مع الخصوصية الثقافية والتنظيمية العربية، مما يؤدي إلى ضعف دقة النتائج وقابليتها للتعميم. وبالتالي، تظهر الفجوة التطبيقية في الحاجة إلى دراسات ميدانية حديثة تقيس أثر ثقافة الابتكار في الشركات الناشئة باستخدام مؤشرات ومعايير تتناسب مع واقعها المحلي، مما يعزز الفهم العملي لكيفية بناء بيئة عمل ابتكارية قادرة على تحقيق النجاح والاستمرارية.

(العنبي، 2021). وعليه تتمثل مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي: ما مدى تأثير ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة دراسة حالة شركة تمارا في قطاع التقنية بالمملكة العربية السعودية؟

3. أهمية الدراسة:

تتمكن أهمية هذا البحث في تناوله لموضوع حيوي يرتبط بشكل مباشر بقدرة الشركات الناشئة على الاستمرارية في النمو في بيئة اقتصادية تتميز بالتغيرات السريعة والمنافسة الشديدة. مع تكاثر التحولات الرقمية والتكنولوجية، أصبحت ثقافة الابتكار عنصراً مهماً في نجاح هذه الشركات. فهي تمثل الإطار الذي يوجه سلوك الأفراد نحو الإبداع والمبادرة وتقبل المخاطر الإيجابية. يهدف هذا البحث إلى تسلط الضوء على دور الثقافة الابتكارية كأحد المحركات الرئيسية للأداء المؤسسي، مما يساعد في تقديم رؤية جديدة لفهم ريادة الأعمال في السياق العربي (الحسني، 2023).

3.1 الأهمية العلمية:

من الناحية النظرية، يساعد هذا البحث إلى تعزيز الفهم العميق للعلاقة بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة. وذلك من خلال دمج المفاهيم الثقافية والتنظيمية في إطار تحليلي موحد يربط بين السلوك التنظيمي والابتكار المؤسسي. وحيث أن الأدبيات العربية مازالت محدودة في تناول هذه العلاقة من منظور ثقافي شامل، حيث أن تركيز معظم الدراسات القديمة على الابتكار كعملية إنتاجية أو تقنية، دون أخذ في الاعتبار العوامل القيمية والسلوكية التي تسبق وتدعم حدوث ذلك داخل المنظمات. لذلك، تساعد هذه الدراسة إلى إثراء الجانب النظري من خلال بناء نموذج معرفي يوضح كيف يمكن أن تكون الثقافة المؤسسية رافعة حقيقية للابتكار والنجاح في الشركات الناشئة (عبد الحميد، 2021).

3.2 الأهمية العملية:

أما من الناحية التطبيقية، فإن هذا البحث يقدم إطاراً عملياً يساعد مؤسسي الشركات الناشئة وصناع القرار في الحاضنات على تقييم مستوى ثقافة الابتكار لديهم. حيث أن يساهم في تحديد نقاط القوة والقصور داخل بيئة العمل. النتائج التي تتمكن عنها هذه الدراسة يمكن أن تساعد في تطوير سياسات وبرامج تدريبية تهدف إلى

تعزيز قيم الابتكار بين الموظفين وربطها بمؤشرات الأداء الفعلية مثل الإنتاجية، وجذب التمويل، واستمرارية الشركات في السوق. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للجهات المعنية تدعم ريادة الأعمال للاستفادة من نتائج هذا البحث لتصميم مبادرات تمويلية تعتمد على مؤشرات ثقافية مبتكرة، مما يعزز من تأثير ريادة الأعمال في التنمية الاقتصادية والاجتماعية (المطيري، 2024).

4. اهداف الدراسة:

يتناول هذا البحث مجموعة من الأسئلة الرئيسية والفرعية المتعلقة بتأثير ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة في شركة تمارا في المملكة العربية السعودية. يساعد هذا البحث إلى استكشاف كيفية تأثير ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة داخل الشركة وكذلك فهم العوامل المؤثرة على هذه العملية. حيث تهدف هذه الدراسة بشكل رئيسي الى التعرف على اثر ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة في قطاع التقنية في شركة تمارا بالمملكة العربية السعودية. وتشمل الأهداف الفرعية للدراسة التعرف على اثر ابعاد ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة، دراسة تأثير حالة الابتكار السائدة في نجاح الشركات الناشئة، دراسة تأثير الجودة والابتكار الإداري في نجاح الشركات الناشئة، دراسة تأثير مرونة الابتكار الإداري في نجاح الشركات الناشئة.

5. الإطار النظري:

5.1 المقدمة:

تعتبر ثقافة الابتكار من العوامل الأساسية التي تمنح الشركات الناشئة ميزة تنافسية في عصر يظهر بالتغير التكنولوجي السريع. تحتاج هذه الشركات إلى بيئة مؤسسية تشجع على الابتكار وتقبل التجارب الجديدة. تظهر الدراسات إلى أن الشركات التي تروج لثقافة تدعم الابتكار—مثل توفير بيئة للمبادرة وتعزيز تبادل المعرفة—تحقق أداءً أفضل وفرص نجاح أعلى. على سبيل المثال، وضحت بعض الأبحاث أن الثقافة الابتكارية في الشركات الرقمية السعودية تؤثر إيجابياً على نجاحها المؤسسي. لذا، يبرز في بحثنا أهمية دراسة مكونات الثقافة الابتكارية في الشركات الناشئة وكيف تؤثر هذه المكونات على النجاح المؤسسي، سواء من حيث التوسع أو الاستمرارية. إن فهم هذه العلاقة تمكن رواد الأعمال من خلق بيئة تدعم الإبداع، مما يساعد في بناء مؤسسات قادرة على النمو والاستمرارية في الأسواق الحديثة.

5.2 المتغير ثقافة الابتكار:

تعرف ثقافة الابتكار بأنها البيئة التنظيمية التي يخلقها القادة لتعزيز التفكير الإبداعي وتطبيق الأفكار الجديدة في جميع مستويات المؤسسة. وهذا يجعل الابتكار جزءاً لا يتجزأ من السلوك اليومي للموظفين (Robinson & Dyché, 2024). تعتبر أيضاً مجموعة من القيم والممارسات والسلوكيات التي تحفز الأفراد على توليد أفكار جديدة وتطبيقها لتحقيق تحسينات مستمرة وتعزيز الميزة التنافسية (FBA Journal, 2023). يهدف بعض الباحثين إلى أن ثقافة الابتكار تمثل السياق التنظيمي الذي يدعم التعلم المستمر، ويشجع على المخاطرة المحسوبة والتعاون بين العاملين، مما يساعد في زيادة القدرة الابتكارية للمؤسسة (PMC, 2021). كما ينظر إليها كمنظومة من القيم والمعايير والعادات المشتركة التي تحدد كيفية تعامل الأفراد مع التحديات التقنية والاقتصادية بطرق مبتكرة (Lažnjak, 2011). يمكن استنتاج من هذه التعريفات أن ثقافة الابتكار تشكل الإطار العام الذي يوجه الأفراد نحو تبني الأفكار الإبداعية وتطبيقها بفعالية، من خلال مجموعة من القيم والممارسات التي تشجع على التعلم المستمر والمخاطرة المحسوبة والتطوير الذاتي. تعتبر هذه الثقافة عاملاً استراتيجياً يعزز قدرة الشركات الناشئة على النمو والنجاح في بيئات تتسم بالتغير السريع والتنافس، وخاصة في قطاع التقنية الذي يعتمد على الابتكار كمصدر رئيسي للتميز والاستدامة.

5.3 نظريات ثقافة الابتكار:

تشير نظرية التوافق بين استراتيجية الابتكار وثقافة المؤسسة إلى أن نجاح الابتكار لا يعتمد فقط على وجود استراتيجية واضحة، بل يتطلب أيضاً توافق حالة الابتكار السائدة مع تلك الاستراتيجية. فإن الثقافة المرنة التي تشجع على المخاطرة تناسب استراتيجيات الابتكار الاستكشافية، بينما تحتاج الاستراتيجيات الاستغلالية إلى ثقافة أكثر استقراراً وانضباطاً (Chen et al., 2018). من الناحية الأخرى، توضح نظرية نموذج Denison لثقافة المنظمات أن الثقافة تؤثر على الأداء الابتكاري عبر عدة أبعاد، منها الانخراط، الاتساق، القدرة على التكيف، والمهمة. وقد ارتبطت القدرة على التكيف والانخراط بشكل إيجابي بزيادة قدرة المؤسسة على الابتكار (Majid et al., 2022). كما تقترح نظرية حالة الابتكار السائدة الداعمة للابتكار أن الثقافة الابتكارية تتشكل من قيم وسلوكيات تشجع المخاطرة المحسوبة، والتعلم من التجارب، ومشاركة المعرفة، مما تعزز قدرة الشركة على الابتكار.

وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة (Al-Bugisy, 2025). بالإضافة إلى ذلك، تشير نظرية الإدارة الابتكارية إلى أن ممارسات إدارة الابتكار، مثل دعم الأفكار الجديدة، ونظم التحفيز، والتعلم التنظيمي، تشكل الأساس الذي ينشأ منه ثقافة الابتكار داخل المؤسسة (Bayhan & Korkmaz, 2021). استكشفت نظرية السياق التنظيمي والابتكار أن خصائص حالة الابتكار السائدة، مثل الأمان النفسي، والتعلم، والمسافة من السلطة، تعد متغيرات وسيطة تؤثر في العلاقة بين الثقافة والنتائج الابتكارية (Mingaleva et al., 2022). وفي النهاية يفترض النموذج المفاهيمي لثقافة الابتكار أن هذه الثقافة تتكون من عناصر مثل القيم والممارسات والبيئات الداعمة والمبادرات التي تلائم الابتكار، وتعتبر عاملاً يمكن تطويره داخل المؤسسة (Ismail & Abdmajid, 2021). من خلال هذه النظريات، يمكن الاستنتاج أن ثقافة الابتكار ليست مجرد قيم أو ممارسات عشوائية، بل هي منظومة استراتيجية متكاملة تشكل بيئة مؤسسية تعزز الإبداع، وتشجع على التعلم المستمر والمخاطرة المحسوبة، وتساعد في تحويل الأفكار إلى مشاريع واقعية. كما تعد هذه الثقافة عاملاً أساسياً في تعزيز قدرة الشركات الناشئة على النجاح والنمو في بيئات تنافسية سريعة التغير، خاصة في قطاع التقنية، حيث يعتبر الابتكار المصدر الرئيسي للتميز والاستمرارية.

5.4 أبعاد ثقافة الابتكار :

تتميز ثقافة الابتكار في المؤسسات بعدة أبعاد رئيسية تعزز من قدرة الشركة على النجاة وتحقيق النجاح في بيئات تنافسية متغيرة. يعد البعد الأول هو حالة الابتكار السائدة، والتي تعكس مدى تبني المؤسسة للأفكار الجديدة والممارسات الإبداعية في العمل اليومي، بالإضافة إلى تشجيع المخاطرة المحسوبة والتجريب. يشمل البعد الثاني الجودة والابتكار الإداري، والذي يتعلق بالقدرة على تطوير وتحسين العمليات الداخلية بشكل مستمر، مع تطبيق معايير الجودة في تنفيذ الأفكار الجديدة لضمان فعالية الابتكار واستدامته. أما بعد مرونة الابتكار الإداري، فيعد من العوامل الأساسية التي تدعم القدرة التنظيمية على التكيف مع التغيرات الخارجية. فهو يمكن المؤسسات من إعادة هيكلة العمليات والموارد بسرعة للاستجابة لمتطلبات السوق الجديدة، ويشجع التعاون بين الفرق والإدارات المختلفة. وتعد أيضاً أبعاد التعلم المستمر ومشاركة المعرفة، والاتصال الداخلي الفعال، والبيئة التنظيمية الداعمة، والتخطيط الاستراتيجي، عناصر متكاملة تعزز من فاعلية الأبعاد الأساسية. هذه العناصر

تتيح للموظفين تطوير مهاراتهم، وتبادل الأفكار، وتجربة حلول مبتكرة. من خلال تكامل هذه الأبعاد، يمكن القول إن ثقافة الابتكار تعمل كمنظومة متكاملة تساهم المؤسسات الناشئة في تحويل الأفكار الإبداعية إلى مشاريع ناجحة، مع ضمان جودة التنفيذ ومرونة الاستجابة للتغيرات السوقية. كما تعزز هذه الثقافة القدرة التنافسية للشركات وتساهم في استدامة نجاحها، خاصة في القطاعات سريعة التطور مثل قطاع التقنية، حيث يعتبر الابتكار عاملاً جوهرياً للتميز والنمو المستدام (Garza & López, 2020).

5.5 تطورات ثقافة الابتكار:

شهدت ثقافة الابتكار في المؤسسات تحولات ملحوظة، حيث انتقلت من كونها مبادرة جانبية إلى عنصر أساسي في الاستراتيجية التنظيمية. هذا الانتقال يسمح ببناء إطار شامل يدعم الابتكار ويعزز في جميع مستويات الإدارة (Bendak et al., 2020) كما تطورت الثقافة الابتكارية من التركيز على التجارب الفردية إلى نظم مؤسسية متكاملة تعزز المشاركة وتشجع القيادة على تبني المخاطرة المحسوبة، مما يساعد في تحسين الأداء المؤسسي وزيادة كفاءة اتخاذ القرار. (Lukhmanov & Tsakalerou, 2024). تزايدت الحاجة إلى المرونة في الثقافة الابتكارية، لاسيما في الشركات الناشئة والشركات الرقمية، لتستطيع التكيف مع التغيرات السريعة في الأسواق والتقنيات الحديثة. وقد وضحت الدراسات أن المؤسسات التي تتمتع بمرونة أكبر تحقق نتائج أفضل في نجاح مشاريعها وتعزيز قدرتها التنافسية. (Saudi digital firms, 2025) كما انتقل التركيز من الابتكار الاستغلالي، الذي يهدف إلى تحسين العمليات القائمة، إلى احتضان الابتكار الاستكشافي، الذي يتيح تطوير منتجات ونماذج أعمال جديدة، وهو ما يُعرف بـ "الثنائية الابتكارية". (Ambidextrous Innovation, 2023). من خلال هذه التطورات، يمكننا الاستنتاج بأن ثقافة الابتكار أصبحت ركيزة أساسية لنجاح الشركات الناشئة. فهي توفر بيئة تنظيمية تدعم الإبداع، وتشجع على المخاطرة المحسوبة، وتعمل على تحويل الأفكار المبتكرة إلى مشاريع ناجحة. بالإضافة إلى ذلك، تساعد هذه الثقافة القدرة التنافسية للشركات وتساهم في استدامة نجاحها، خاصة في القطاعات سريعة التغير مثل قطاع التقنية.

5.6 المتغير نجاح الشركات الناشئة:

يعرف نجاح الشركات الناشئة بان قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها التشغيلية والاقتصادية والاجتماعية بكفاءة، مما يتضمن خلق قيمة مستدامة للعملاء واستمرارية الأعمال في بيئة تنافسية عالية.(Ben Saad, 2024) . ويعتبر نجاح المشروع الناشئ استمرار المؤسسة في السوق وتحقيق النمو المالي، سواء من خلال زيادة الأرباح أو توسيع نطاق العمليات، مما يعكس قدرتها على مواجهة المخاطر وتحقيق الاستدامة المالية (Studying the Successor Startup Enterprises, 2022). كما يوضح النجاح بالنسبة للشركات الناشئة بأنه القدرة على النمو المستمر في الإيرادات أو عدد العملاء أو التأثير السوقي، مع ترك أثر إيجابي ملموس في المجتمع أو القطاع الذي تعمل فيه الشركة.(Startups.com, 2025) . استنادا الى هذه التعريفات، يمكن ان نستنتج نجاح الشركات الناشئة لا يقتصر فقط على الربحية، بل يشمل أيضًا استدامة الأداء، والقدرة على النمو، والتأثير الإيجابي في البيئة المحيطة. وبالتالي، فإن فهم هذه الأبعاد يعد أمرًا ضروريًا لتقييم نجاح الشركات الناشئة في أي قطاع، بما في ذلك قطاع التقنية، ويعزز من فرص تحقيق نتائج إيجابية مستمرة ومستدامة عند ربط هذه الأبعاد بثقافة الابتكار.

5.7 نظريات نجاح الشركات الناشئة:

تهدف نظرية التوجه الريادي إلى أن الشركات الناشئة التي تتبنى خصائص الريادة مثل الابتكار، والمبادرة، وتحمل المخاطر المحسوبة، تتمتع بأداء أفضل وتتفوق في الأسواق الديناميكية (Galindo-Martín et al., 2025). توضح نظرية التبعية على الموارد أهمية إدارة الشركات الناشئة لعلاقاتها مع أصحاب الموارد، مثل المستثمرين، والحاضنات، والشركاء. فهذه العلاقات تسهم في تأمين الدعم اللازم لتحقيق النمو والاستدامة (Arrigo et al, 2024). من وجهة نظر أخرى، تفترض نظرية أبعاد التفكير الريادي أن قدرة رواد الأعمال على التعرف على الفرص، والابتكار، وتحمل عدم اليقين تعتبر عوامل رئيسية لنجاح الشركات الناشئة، حيث تميزها عن الشركات التي تقتصر إلى الروح الريادية.(Hnatek et al., 2025) . كما تؤكد نظرية السمات الشخصية لريادة الأعمال على أن السمات الفردية للرواد، مثل الدافعية للإنجاز، والجرأة في اتخاذ القرارات، والتحمل النفسي للمخاطر، تلعب دورًا مهمًا في نجاح المشاريع الناشئة، خاصة في مراحلها الأولى.(Yadav, 2015) .

خلال النظريات السابقة، يمكننا الاستنتاج بأن نجاح الشركات الناشئة يعتمد على تفاعل عدة عوامل، بما في ذلك التوجه الريادي والابتكار، وإدارة الموارد الخارجية بكفاءة، وتبني أساليب التفكير الريادي، وامتلاك السمات الشخصية المناسبة لدى الرواد. وبذلك، تقدم هذه النظريات إطارًا لفهم كيفية ربط ثقافة الابتكار بمستوى نجاح الشركات الناشئة، مما يساعد قدرتها على المنافسة والنمو المستدام في بيئة الأعمال.

5.8 تطورات نجاح الشركات الناشئة:

وضحت الأبحاث الحديثة أن الأفعال المنظمة والمحددة من قبل رواد الأعمال لها تأثير مباشر على نجاح الشركات الناشئة. فحينما يتم اتخاذ القرارات في الوقت المناسب وبكفاءة، تزداد فرص استمرارية المشروع وتحقيق نمو مستدام. (Wagner & Welter, 2022). كما أصبح من الواضح أن تحويل الابتكار إلى منتجات وخدمات ملموسة يعد من أهم عوامل النجاح. إذ تشير النتائج إلى أن الشركات الناشئة التي تطبق ابتكارات عملية تتميز بمعدلات بقاء ونمو أعلى مقارنة بتلك التي تركز فقط على البحث النظري (Fiorentino et al., 2024). وقد تطورت الأبحاث لتقديم إطار منهجي لتصنيف عوامل النجاح إلى فئات شخصية، وتنظيمية، وبيئية، مع ترتيب أولويات هذه العوامل بناءً على تأثيرها على نمو واستمرارية المشاريع. وهذا يوفر آلية علمية لتقييم نجاح الشركات الناشئة. (AlShamsi et al., 2024). أظهرت الأبحاث أن توقيت تأسيس الشركة ونوع التمويل لهما تأثير مباشر على سرعة نمو الشركة واستدامتها. تلعب البيئة الاقتصادية والدعم المالي المناسب دورًا محوريًا في نجاح المشاريع الناشئة. (Nováková & Sarfaraz, 2024). يمكننا القول إن نجاح الشركات الناشئة يعتمد على تفاعل عدة عوامل متشابكة تشمل قدرات رواد الأعمال، الابتكار التطبيقي، البيئة التنظيمية، التمويل، وتوقيت التأسيس. لذلك، فإن فهم هذه التطورات يعد مهماً لدراسة أثر ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة، حيث يقدم أساسًا علميًا يربط بين الثقافة الابتكارية وأبعاد نجاح المشاريع في بيئة تنافسية متغيرة.

5.9 العلاقة بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة:

في بيئة الأعمال المعاصرة، التي تتسم بالتغير السريع والتنافسية العالية، تعتبر ثقافة الابتكار من أهم العوامل الداخلية التي تحدد نجاح الشركات الناشئة، وخاصة في قطاع التقنية. فتقافة الابتكار ليست مجرد ممارسة تنظيمية عابرة، بل هي نظام متكامل من القيم والمعتقدات والممارسات التي تشجع على الإبداع، والتجريب،

والمخاطرة المحسوبة، وتعلم الدروس من الأخطاء. تظهر الأبحاث إلى أن الشركات الناشئة التي تستثمر في بناء هذه الثقافة الداخلية تتمتع بقدرة أعلى على تطوير منتجات وخدمات جديدة بسرعة، وتتكيف بشكل أفضل مع تغيرات السوق، مما يساهم في تحقيق استدامة طويلة الأمد. (Amamou, 2025). حيث توضح دراسات أخرى أن الابتكار المؤسسي يتضمن عدة عناصر أساسية، مثل توفير بيئة داعمة لتبادل المعرفة، وتمكين الموظفين من اتخاذ المبادرات، وتحفيز التفكير النقدي، بالمزيد إلى تخصيص الموارد اللازمة لتجربة الأفكار الجديدة. وهذا يظهر دور الثقافة الابتكارية في تعزيز معدل نجاح المشاريع الناشئة، حيث تصبح الشركات التي تتبنى هذه القيم أكثر قدرة على التكيف مع الأزمات، والاستجابة بسرعة للفرص والتحديات في السوق (Bellhi-hi & Ait (2023). علاوة على ذلك، تشير الأبحاث مقارنة إلى أن الأبعاد الثقافية والتنظيمية مثل القدرة على التكيف، والمرونة الإدارية، والتمكين المؤسسي، وسرعة الاستجابة للتغيرات تلعب دورًا مهمًا في نجاح الشركات الناشئة. تساهم هذه الأبعاد على تحسين العمليات الداخلية، وتعزيز التعاون بين الفرق، وتوفير آليات واضحة لتطبيق الأفكار المبتكرة بشكل فعال، مما يعزز الأداء التنافسي وزيادة فرص البقاء والنمو (Al-Saied et al., 2025). وتوضح ايضا الدراسات الحديثة إلى أن تبني ثقافة الابتكار يمكن أن يكون ميزة استراتيجية للشركات الناشئة في جذب المستثمرين والشركاء. حيث ينظر المستثمرون إلى الشركات التي تمتلك ثقافة تنظيمية مبتكرة على أنها أكثر قدرة على النمو، وتحقيق عوائد مالية مستقرة، والتوسع في الأسواق الجديدة. وبالتالي، تتحول الثقافة الابتكارية من مجرد قيمة داخلية إلى عامل جذب خارجي يؤثر بشكل ملموس على نجاح الشركات (The Influence of Company Culture on Startup Financial Performance, 2019). ومن هنا يمكننا القول إن نجاح الشركات الناشئة لا يعتمد فقط على إطلاق الفكرة أو المشروع، بل يتطلب قدرة مستمرة على الابتكار والتطوير، واستخدام المعرفة والأدوات المناسبة لتحويل الأفكار إلى منتجات وخدمات قابلة للتطبيق. ومن هذا الأساس يظهر الربط بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة أن الشركات التي تهتم ببناء بيئة ابتكارية متكاملة تحقق نموًا أسرع، وتتمتع بمرونة أعلى، وتحقق أداءً ماليًا وتشغيليًا أفضل في الأسواق التنافسية.

5.9.1 أوجه التشابه بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة:

تتقاطع ثقافة الابتكار مع نجاح الشركات الناشئة في كون كليهما يعتمدان على القدرة المستمرة على توليد أفكار جديدة وتحويلها إلى حلول عملية تعزز النمو والبقاء في سوق تنافسي سريع التغير. فالشركات الناشئة التي تتبنى

ثقافة ابتكارية تميل إلى تطوير منتجات وخدمات بطرق أكثر مرونة، وتستجيب بسرعة لاحتياجات العملاء، مما يرفع فرصها في تحقيق أداء قوي وتوسّع مستدام. كما أن هذه الثقافة تعزز روح التجربة وتقبل المخاطر المحسوبة، وهي عناصر تعد جوهرية لنجاح الشركات الناشئة التي تعتمد على التميز والسرعة في التنفيذ. وبذلك يصبح الابتكار ليس مجرد قيمة داخلية، بل محركاً مباشراً لزيادة فرص النجاح والبقاء في المراحل المبكرة للنمو.

5.9.2 أوجه الاختلاف بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة:

تختلف ثقافة الابتكار عن نجاح الشركات الناشئة من حيث الدور والمضمون؛ فثقافة الابتكار تمثل توجهاً داخلياً يعكس القيم والممارسات التي تشجع على التجربة والإبداع وتطوير الأفكار داخل المنظمة، بينما يُعد نجاح الشركات الناشئة نتيجة خارجية تُقاس بمؤشرات مثل النمو، وتحقيق الأرباح، وجذب العملاء، والقدرة على الاستمرار في السوق. كما أن ثقافة الابتكار تعمل كعامل تمكيني يهيئ البيئة المناسبة لولادة الأفكار، في حين أن النجاح هو الحصلة النهائية لتطبيق تلك الأفكار وتحويلها إلى قيمة قابلة للتسويق. بمعنى آخر، ثقافة الابتكار هي وسيلة تنظيمية لتعزيز التفكير المتجدد، أما النجاح فهو مخرَج يعتمد على مدى فاعلية هذا الابتكار في حل المشكلات وخلق ميزة فعلية في السوق.

5.10 الخاتمة:

توضح الأدبيات أن ثقافة الابتكار تمثل قاعدة أساسية تعتمد عليها الشركات الناشئة في بناء قدرتها على التكيف والمنافسة داخل الأسواق التقنية المتسارعة. وتبرز أهمية هذه الثقافة من خلال دورها في تعزيز الإبداع، ورفع كفاءة العمليات، وتقوية المرونة التنظيمية، وهو ما يمنح الشركات قدرة أكبر على تطوير منتجات وخدمات جديدة وتلبية احتياجات السوق المتغيرة. كما تشير الدراسات إلى أن ثقافة الابتكار لا تتكون من عنصر واحد، بل هي منظومة تشمل الابتكار السائد داخل المنظمة، والابتكار الإداري وجودة الممارسات التنظيمية، إضافة إلى مرونة الابتكار التي تسمح بإعادة تصميم الإجراءات بما يتوافق مع التطورات التقنية والسوقية. وتؤكد الأدبيات كذلك أن العلاقة بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة علاقة مباشرة وقوية، حيث تؤدي الثقافة الابتكارية إلى تحسين الأداء التشغيلي والمالي، وزيادة القدرة على النمو، ورفع مستوى الجاذبية للمستثمرين، وتمكين المنظمة من مواجهة التحديات باحترافية أعلى. وفي إطار الشركات التقنية السعودية، مثل شركة تمارا، يبرز هذا الدور بوضوح

باعتبار أن القطاع يعتمد بشكل كبير على التطوير المستمر والابتكار كمصدر رئيسي للتميز. وبناءً على ذلك، يشكّل الإطار النظري أساسًا علميًا متينًا لفهم كيفية تأثير ممارسات ثقافة الابتكار في تحقيق النجاح المؤسسي، ويهيئ الأرضية المناسبة لاختبار الفرضيات المرتبطة بأثر الابتكار في تحسين الأداء ورفع مستوى التنافسية. كما يساهم في توضيح الأبعاد التي ينبغي التركيز عليها داخل الشركات الناشئة لتعزيز استدامتها ونموها بما ينسجم مع مستهدفات رؤية المملكة 2030 المتعلقة بالاقتصاد المعرفي وريادة الأعمال.

6. مراجعة الدراسات السابقة:

▪ دراسة وفية نقيري (2025) بعنوان: استكشاف لعوامل نجاح الشركات الناشئة.

تساعد هذه الدراسة إلى تحديد العوامل الرئيسية التي تؤثر على نجاح الشركات الناشئة في المغرب. تم إجراء تحليل للإطار المفاهيمي ومراجعة الأدبيات، واستخدمت منهجية استكشافية نوعية لفحص تأثير ثلاث متغيرات رئيسية: ملف رائد الأعمال، ملف الشركة الناشئة، وبيئة الشركة الناشئة.

وضحت نتائج الدراسة، المستندة إلى سبع مقابلات مع مؤسسي شركات ناشئة مغربية، أن النجاح يعتمد على توازن مهارات رواد الأعمال، والابتكار، وفهم السوق، بالإضافة إلى البيئة الاقتصادية والدعم الحكومي. إذن، فإن تحسين الوصول إلى التمويل وتعزيز الدعم الحكومي سيكونان ضروريين لدعم ازدهار الشركات الناشئة المغربية، مما يساعد في تحسين الأداء الريادي في البلاد.

▪ دراسة نجم الدرين عيداروس واخرون (2024) بعنوان: حوكمة الذكاء الاصطناعي مدخل

لترسيخ ثقافة الابتكار المستدام.

يهدف هذا البحث إلى استكشاف واقع حوكمة الذكاء الاصطناعي في تعزيز ثقافة الابتكار المستدام بجامعة المنوفية. تم استخدام المنهج الوصفي نظراً لملاءمته لطبيعة الدراسة، حيث تم تطبيق استبانة على 415 من أعضاء هيئة التدريس من بعض كليات الجامعة بطريقة عشوائية.

وضحت نتائج البحث وجود ضعف في تطبيق حوكمة الذكاء الاصطناعي لتثبيت ثقافة الابتكار المستدام في الجامعة. وفي نهاية الدراسة، تم تقديم رؤية استراتيجية تتضمن أسس وأبعاد ومكونات وآليات تنفيذ حوكمة الذكاء الاصطناعي بهدف تعزيز ثقافة الابتكار المستدام بجامعة المنوفية.

▪ دراسة عبد الرحيم واخرون (2024) بعنوان: تطوير دور جامعة الأزهر في تنمية ثقافة الابتكار في ضوء مدخل الريادة الاستراتيجية.

توضح هذا البحث إلى استكشاف الأسس النظرية لثقافة الابتكار والريادة الاستراتيجية، وتحديد دور جامعة الأزهر في تعزيز هذه الثقافة لدى الطلاب، بالإضافة إلى التعرف على المعوقات التي تواجهها من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وطُبقت استبانة على 387 عضو هيئة تدريس. أظهرت النتائج أن دور الجامعة في تنمية ثقافة الابتكار كان متوسطاً، بينما كانت المعوقات مرتفعة. كما كشفت النتائج عن فروق ذات دلالة إحصائية في الدور والمعوقات بناءً على متغيرات مثل الدرجة الوظيفية ونوع الكلية. في النهاية، قدمت الدراسة تصور لتطوير دور جامعة الأزهر في تعزيز ثقافة الابتكار لدى طلابها وفقاً لمفهوم الريادة الاستراتيجية.

▪ دراسة يسرى واخرون (2023) بعنوان: دور التجارة الإلكترونية في تعزيز الميزة التنافسية لدى المؤسسات الناشئة.

توضح هذه الدراسة استكشاف دور التجارة الإلكترونية في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة الجزائرية، مع التركيز على شركة "يسير" كنموذج للدراسة. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف البحث. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أبرزها أن نجاح شركة "يسير" يعود إلى اعتمادها على سوق المنتجات الرقمية، مما يوفر فرصاً مربحة لمن يُحسن استغلالها. كما أن الشركة تتمتع بسرعة التكيف مع الاحتياجات الاستهلاكية في السوق الوطني وبعض الأسواق الدولية. بالإضافة إلى ذلك، يتمتع مؤسسو الشركة بثقافة ريادية وروح المبادرة، مما يساعدهم على الصمود والنجاح في بيئة أعمال صعبة.

▪ دراسة جباري واخرون (2023) بعنوان: مرتكزات نجاح الشركات الناشئة.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف أهمية المؤسسات الناشئة كأحد عناصر التنمية الاقتصادية والاجتماعية، بالمزيد إلى التعرف على العوامل الرئيسية التي تساهم في نجاح الشركات الناشئة الجزائرية. تهتم الدراسة بشكل خاص على تجربة شركة "يسير" كنموذج رائد يمكن الاستفادة منه. اكتشفت الدراسة إلى أن الشركات الناشئة في الجزائر بحاجة إلى اعتماد مرتكزات النجاح التي ساعدت

شركة "يسير" في تحقيق نمو مستدام. تتضمن هذه المرتكزات كفاءة مؤسسي الشركة، واستخدام التكنولوجيا لمعالجة تحديات النقل، واستهداف أسواق واعدة تساهم في النمو والتطور. كما يجب على هذه الشركات الاستفادة من وسائل التمويل الحديثة لتلبية احتياجاتها المتزايدة.

■ دراسة أسماء الصالح (2021) بعنوان: عوائق وتحديات بناء ثقافة الابتكار في منظمات القطاع الخدمي.

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف مفهوم ثقافة الابتكار في القطاع الخدمي بمدينة المدينة المنورة، والتعرف على العوائق والتحديات التي تعترض تطوير هذه الثقافة. كما ساهمت إلى تقديم حلول للتغلب على هذه العقبات. تركزت مشكلة الدراسة حول معرفة العوائق التي تواجه بناء ثقافة الابتكار، وما إذا كانت هناك اختلافات في إدراك العاملين لهذه العوائق. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وشملت عينة عشوائية من العاملين، حيث تم استرداد 457 استبانة بنسبة 91.4%. وضحت النتائج أن العاملين يدركون مفهوم ثقافة الابتكار والعوائق التي تحد من تنميتها، دون وجود فروق دالة إحصائية بناءً على الجنس أو نوع القطاع. ومن الاستنتاجات الرئيسية أن هناك استراتيجيات فعالة، مثل تشجيع المخاطرة، يمكن أن تعزز ثقافة الابتكار في منظمات القطاع الخدمي بالمدينة المنورة.

التعليق على الدراسات السابقة:

تشير الدراسات السابقة إلى أن ثقافة الابتكار تلعب دورًا أساسيًا في نجاح الشركات الناشئة. حيث أظهرت دراسة نقيري (2025) أن الابتكار، إلى جانب مهارات رواد الأعمال وفهم السوق، يساهم بشكل كبير في تحقيق النجاح الريادي. كما أكدت دراسة عيداروس وزملائه (2024) وعبد الرحيم وزملائه (2024) على أهمية تعزيز ثقافة الابتكار من خلال حوكمة فعالة وتعزيز الريادة الاستراتيجية في المؤسسات التعليمية. في الوقت نفسه، أكدت دراسات يسرى وجباري (2023) أن اعتماد الابتكار والتكنولوجيا يعدان أساس نجاح الشركات الناشئة في بيئات تنافسية، مثل شركة "يسير". وأوضحت دراسة الصالح (2021) أن دعم ثقافة المخاطرة والإبداع يساعد في التغلب على معوقات الابتكار في

المؤسسات الخدمية. بناءً على ذلك، تبرز هذه الدراسات العلاقة القوية بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة، لكنها تركزت على قطاعات أو بيئات خارجية، مما يترك فجوة بحثية تتعلق بدراسة هذا الأثر في قطاع التقنية بالمملكة العربية السعودية. وهذا ما يسعى البحث الحالي إلى معالجته.

7. المنهجية:

اعتمد هذا البحث على المهج الكمي التحليلي بهدف دراسة أثر ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة في قطاع التقنية في شركة تمارا بالمملكة العربية السعودية وتحديدًا في منطقة الرياض. استخدم الباحث المنهج الوضعي الاستنتاجي الذي يقوم على تحليل البيانات الكمية واستخلاص النتائج العامة من خلال الأدلة التجريبية. تم تطبيق استراتيجية دراسة الحالة لكونها الأنسب لفهم الظاهرة في سياقها الواقعي داخل الشركة المستهدفة. تم جمع البيانات باستخدام الاستبيان كأداة رئيسية، ووزع على عينة عشوائية بسيطة مكونة من 52 موظفًا من أصل مجتمع بحث يبلغ 60 موظفًا. تضمن الاستبيان محورين رئيسيين يمثلان متغيري البحث، حيث قياس ثقافة الابتكار من خلال ثلاث أبعاد وهي حالة الابتكار السائدة والجودة والابتكار الإداري ومرونة الابتكار الإداري، بينما قياس نجاح الشركات الناشئة من خلال المتغير نفسه. استخدم الباحث مقياس ليكرت الثلاثي لتحديد اتجاهات المشاركين نحو العبارات. وبعد جمع البيانات، تم تحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية الصفية والاستنتاجية عبر برنامج SPSS للتحقق من الصدق والثبات واختبار فرضيات البحث. وظهرت نتائج التحليل دلالات إحصائية قوية تدعم وجود علاقة إيجابية بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة، مما يعزز موثوقية المنهج المستخدم وملاءمته لأهداف الدراسة.

8. النتائج:

تظهر نتائج الدراسة تأثيرًا إيجابيًا لثقافة الابتكار على نجاح الشركات الناشئة، حيث توصلت البيانات إلى استنتاجات تؤكد أن الحالة المستدامة لثقافة الابتكار داخل المؤسسات تعزز نجاح تلك المؤسسات. وتبين من خلال التحليل الإحصائي، أن هناك علاقة معنوية قوية بين المتغيرات المستقلة، مثل حالة الابتكار السائدة، وجودة الابتكار الإداري، ومرونة الإدارة، ونجاح الشركات الناشئة. فيما يتعلق بحالة الابتكار السائدة، أثرت بشكل إيجابي على نجاح الشركات الناشئة، حيث أن المؤسسات التي تحافظ على ثقافة ابتكار قوية تتمتع بزيادة في

فرص النجاح. كما أظهرت الدراسة أن جودة الابتكار الإداري لها تأثير ملحوظ على الأداء التنافسي للمؤسسات، مما يجعلها قادرة على تلبية احتياجات السوق المتغيرة وتحقيق الاستدامة. المرونة الإدارية أيضاً كانت من العوامل الأساسية التي تدعم نجاح الشركات الناشئة. تأكيد النتائج على أهمية القدرة على التكيف مع التغيرات في بيئة الأعمال وكيف أن هذه المرونة يمكن أن تُعزز من الابتكار وتساهم في بقاء الشركات ونموها. بشكل عام، أظهرت النتائج أن الشركات الناشئة التي تتبنى ثقافة الابتكار تكون في وضع أفضل لتحقيق النجاح على المدى الطويل.

9. الخاتمة ومناقشة النتائج:

خلصت الدراسة إلى أن تعزيز ثقافة الابتكار داخل الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية يمثل عنصراً محورياً لنجاح هذه المؤسسات. يُظهر التحليل الإحصائي أن وجود مقارنة إيجابية بين عناصر الابتكار ونجاح الشركات، مما يؤكد على أهمية الإدارة التي تشجع على الابتكار وتكامل المعارف الجديدة. من خلال مناقشة النتائج، يمكن التأكيد على أن الشركات التي تعتمد على ثقافة الابتكار لديها القدرة على مواجهة التحديات السريعة في السوق وتعديل استراتيجياتها وفقاً لمتطلبات الديناميكية الاقتصادية. وهذا يتطلب تخطيطاً استراتيجياً يدعم الابتكار ويعزز استخدام التقنية في تحسين الأداء. بالإضافة لذلك، يجب على القائمين على إدارة الشركات الناشئة العمل على خلق بيئة حاضنة تدعم الأفكار الجديدة وتمنح الموظفين الحرية في التجريب. التعلم من التجارب الفاشلة ويكون جزءاً من ثقافة المؤسسة، حيث يمكن أن يُسهم في تطوير حلول مبتكرة تتناسب مع احتياجات المستهلكين المتزايدة. في النهاية، تبين أن هناك حاجة ماسة لدعم الابتكار كاستراتيجية رئيسية لضمان استدامة نجاح الشركات الناشئة.

10. التوصيات:

توصي الدراسة بضرورة تعزيز ثقافة الابتكار في الشركات الناشئة من خلال إيجاد بيئة عمل محفزة تدعم التفكير الإبداعي وتشجع الموظفين على المبادرة وتقبل الأفكار الجديدة دون خوف من الفشل. كما ينبغي على الإدارة العليا أن تُرسخ مبدأ المشاركة في اتخاذ القرار وأن توفر آليات تحفيزية تشجع الأداء القائم على الابتكار والإنتاجية العالية. ويعد الاستثمار في تدريب الكوادر البشرية عنصراً أساسياً لرفع الكفاءة وتنمية مهارات التفكير

الابتكاري وإدارة التغيير بما يتناسب مع متطلبات بيئة الأعمال الحديثة. كما تؤكد الدراسة أهمية تبني أنماط إدارية مرنة تُمكن الشركات من سرعة التكيف مع التغيرات التكنولوجية والمنافسة المتزايدة في قطاع التقنية، إلى جانب توظيف التحول الرقمي لتطوير المنتجات والخدمات وفق احتياجات العملاء المتجددة. وتوصي الدراسة أيضًا بتعزيز التعاون بين الشركات الناشئة والجامعات ومراكز الأبحاث لتبادل الخبرات العلمية والتطبيقية، مما يخلق قاعدة معرفية تسهم في دعم الابتكار الوطني وتحقيق الاستدامة. وفي السياق ذاته، تدعو الدراسة الجهات الحكومية والمؤسسات الداعمة لريادة الأعمال إلى استمرار دعمها للشركات الناشئة عبر برامج تمويل وحاضنات أعمال ومسرّعات ابتكار تسهم في تطوير بيئة ريادة جاذبة. كما تشدد على أهمية نشر ثقافة الابتكار كقيمة مؤسسية في مختلف المستويات الإدارية لضمان استمرارية النجاح وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة تتماشى مع مستهدفات رؤية المملكة 2030.

قائمة المراجع

- أسماء الصالح. (2021). عوائق وتحديات بناء ثقافة الابتكار في منظمات القطاع الخدمي في منطقة المدينة المنورة. مجلة جامعة الاستقلال للأبحاث، 6(1).
- العتيبي، س. (2021). دور القيادة التحويلية في تعزيز ثقافة الابتكار داخل المؤسسات الريادية. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة بغداد، 28 (4)، 112-130.
- العنزي، م. (2023). حالة الابتكار السائدة ودورها في دعم الابتكار داخل بيئة ريادة الأعمال. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة القصيم، 21 (1)، 112-135.
- الحربي، ن. (2023). العلاقة بين حالة الابتكار السائدة والابتكار في بيئة ريادة الأعمال. مجلة الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز، 37 (1)، 55-74.
- الحسني، س. (2023). ثقافة الابتكار كعامل استراتيجي في تعزيز أداء المؤسسات الريادية. مجلة الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، 41 (2)، 155-172.
- الشمري، ع. (2022). أثر الابتكار التنظيمي في تعزيز التنافسية: دراسة تحليلية في الشركات الناشئة. مجلة جامعة الملك سعود للعلوم الإدارية، 34 (2)، 77-98.
- جباري، شوقي، قطراني، & زهيرة. (2023). مرتكزات نجاح الشركات الناشئة الجزائرية-تجربة يسير نموذجاً. مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، 5 (3)، 264-282.
- جلّاب، ع. (2025). دور الابتكار في نجاح المؤسسة الناشئة: دراسة حالة مؤسستي ISPAQ INDISTRY و POUEL NET. المجلة الجزائرية للعلوم الاقتصادية والإدارية. (ASJP)
- د. وفية نقيري. (2025). دراسة استكشافية لعوامل نجاح الشركات الناشئة في المغرب. *مجلة بوابة الباحثين للدراسات والأبحاث، 1 (2)، 771-808.

عبد الحميد، ر. (2021). العلاقة بين حالة الابتكار السائدة والابتكار في المؤسسات العربية: دراسة تحليلية. مجلة دراسات إدارية واقتصادية، جامعة الجزائر 3، 15 (1)، 98-117.

عبد الرحيم، محمد عباس محمد، إبراهيم، & محمود مصطفى محمد. (2024). تطوير دور جامعة الأزهر في تنمية ثقافة الابتكار لدى طلابها في ضوء مدخل الريادة الاستراتيجية. *مجلة البحث العلمي في التربية، 25*(5)، 1-79.

المطيري، ن. (2024). تأثير ممارسات الابتكار في استدامة الشركات الناشئة: دراسة ميدانية على حاضنات الأعمال في الخليج العربي. مجلة جامعة الملك عبد العزيز للاقتصاد والإدارة، 38 (1)، 66-90.

نجم الدين عيداروس، أحمد، أشرف عرندس حسين، & أسماء. (2024). حوكمة الذكاء الاصطناعي مدخل لترسيخ ثقافة الابتكار المستدام بجامعة المنوفية. مجلة كلية التربية - جامعة المنوفية، 2024(4)، 449-576.

يسرى، دغير، & بن يوب. (2023). دور التجارة الإلكترونية في تعزيز الميزة التنافسية لدى المؤسسات الناشئة - تجربة يسير. مجلة غير محددة التفاصيل الكاملة.

AlShamsi, K., & colleagues. (2024). The pathway to startup success: A comprehensive systematic review of critical factors and the future research agenda in developed and emerging markets. *Systems*, 12(12).

Amamou, M. (2025). The effect of an innovation-driven corporate culture on firm success: A new survey of Saudi digital firms. *Future Business Journal*, 11, Article 136.

Ambidextrous Innovation. (2023). Cultural dynamics and ambidextrous innovation: Insights from Saudi Arabia's project-based organizations. *Behavioural Sciences*, 15(4), 116.

Arrigo, E., Torrisi, S., & Zare, S. (2024). Navigating startup success: A comprehensive systematic review of business accelerators through the lens of resource dependence theory. SSRN.

Bellihi, H., & Ait Oufkir, A. (2023). Innovation culture and performance of processes and products in Moroccan startups. *Revue de Gestion et d'Économie*, 10(1–2).

Ben Saad, F. (2024). How to measure the success of technology-based start-ups – A comprehensive overview of the perspectives of academics & practitioners. *Junior Management Science*, 9(1).

Bendak, S., Shikhli, A. M., & Abdel-Razek, R. H. (2020). How changing organizational culture can enhance innovation? *Cogent Business & Management*, 7(1).

Chen, Z., Huang, S., Liu, C., & Zhou, L. (2018). Culture–strategy fit and innovation performance. *Journal of Organizational Change Management*, 31(6), 1205–1223.

Fiorentino, R., et al. (2024). Productivity of innovation: The effect of innovativeness on start-up survival. *The Journal of Technology Transfer*.

FBA Journal. (2023). Innovative culture is a pivotal driver of a firm's innovation excellence. *FBA Journal*.

Galindo-Martín, M. Á., et al. (2025). Success in entrepreneurship: The impact of self-esteem and entrepreneurial orientation. *International Entrepreneurship and Management Journal*.

Garza, J., & López, A. (2020). Measuring innovation culture: A synthesis of the innovation culture construct and identification of its research clusters. *Journal of Innovation Management*, 8(3), 45–62.

Hnatek, P., et al. (2025). Entrepreneurial thinking dimensions and business success: The mediating role of entrepreneurial thinking. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*.

Ismail, N., & Abdmajid, M. (2021). Framework for cultivating a culture of innovation in organizations. *Journal of Organizational Change Management*, 34(7), 1432–1450.

Lažnjak, J. (2011). Dimensions of innovation culture. *Društvena istraživanja*, 20(4), 1015–1038.

Lukhmanov, Y., & Tsakalerou, M. (2024). Innovation culture and organizational capability: A study of their interplay in emerging markets. In A. Visvizi, O. Troisi, V. Corvello, & M. Grimaldi (Eds.), *Research and Innovation Forum* (pp. 707–721). Springer.

Majid, M. Y., Mahadzir, K. R., & Maarof, F. (2022). Organizational culture and innovation: A conceptual framework. *International*.

Mingaleva, M., Ivanov, P., & Petrova, S. (2022). Organizational context and innovation: Mediating role of organizational culture characteristics. *Journal of Business Research*, 145, 341–355.

Nováková, B. M., & Sarfaraz, B. (2024). Year of founding as a determinant of start-up success. *International Journal of Science and Research Archive*, 12(02), 2019–2026.

PMC. (2021). Innovative culture and firm performance of medical device companies: Mediating effects of investment in education and training. PMC.

Robinson, S., & Dyché, J. (2024, July 1). What is an innovation culture? TechTarget.

Saudi digital firms. (2025). The effect of an innovation-driven corporate culture on firm success. *Future Business Journal*, 11, 136.

Studying the successor startup enterprises—A case study of Quang Binh Province, Vietnam. (2022). Scientific Research Publishing.

Startups.com. (2025). What is startup success? Key indicators and growth measures. Startups.com.

Wagner, A., & Welter, F. (2022). Entrepreneurs' actions and venture success: A structured literature review and suggestions for future research. *Small Business Economics*, 60, 199–226.

Yadav, M. P. (2015). Model of entrepreneurial success: A review and research agenda. *Journal of Advanced Academic Research*, 2(1).