

دكتوراه الإدارة قضايا بحثية ٣

إشراف :
د. محمد الخولي

التكليف التاسع

تقديم :

عبدالعزیز بن محمد آل محسن
٢٤٣٠٠٢١٧١



دراسة بعنوان

"دور الثقافة التنظيمية في تعزيز الابتكار في الشركات
في العصر الرقمي" (SMEs الصغيرة والمتوسطة)

1

تحليل الدراسات السابقة في ضوء أطر ونظريات معينة



نستعرض اليوم عرض تحليل الدراسات السابقة في ضوء أطر
ونظريات معينة، بإذن الله تعالى.



أولاً : التحليل في ضوء الأطر والنظريات

١. إطار الثقافة التنظيمية (Organizational Culture Frameworks)

تُعد الثقافة التنظيمية عنصراً حاسماً في قدرة المنظمات على التكيف والابتكار. يمكن تحليل الدراسة المقترحة باستخدام أطر عمل مثل نموذج دينيسون (Denison Model) أو إطار القيم المتنافسة (Competing Values Framework) لفهم كيفية تأثير الثقافة على الابتكار في الشركات الصغيرة والمتوسطة:

نموذج دينيسون: يركز هذا النموذج على أربع سمات ثقافية أساسية تؤثر على الأداء التنظيمي، بما في ذلك الابتكار:

القدرة على التكيف (Adaptability): إلى أي مدى تستجيب الثقافة التنظيمية للتغيرات الخارجية وتتبنى الأفكار الجديدة؟ الثقافات التي تشجع التجربة والتعلم من الأخطاء تكون أكثر ابتكاراً.

المهمة (Mission): هل تمتلك الشركة رؤية واضحة ومستقبلية تحفز الموظفين على البحث عن حلول مبتكرة؟ الثقافات ذات المهمة الواضحة توجه جهود الابتكار نحو أهداف محددة.

المشاركة (Involvement): هل تشجع الثقافة مشاركة الموظفين وتمكينهم، مما يعزز ملكيتهم للأفكار الجديدة ورغبتهم في الابتكار؟ الثقافات التي تقدر التعاون والعمل الجماعي غالباً ما تنتج ابتكارات أفضل.

الاتساق (Consistency): هل توفر الثقافة أنظمة وقيماً قوية تعزز التنسيق والتكامل، حتى في وجه التغيير؟ الثقافات المتسقة تضمن أن المبادرات الابتكارية تُدعم عبر المنظمة.

إطار القيم المتنافسة: يقدم هذا الإطار أربعة أنواع رئيسية للثقافة (ثقافة العشيرة، ثقافة الأدوقراطية، ثقافة السوق، ثقافة التسلسل الهرمي)، كل منها يؤثر بشكل مختلف على الابتكار:

ثقافة الأدوقراطية (Adhocracy Culture): تركز على الابتكار، الديناميكية، والمخاطرة. هذه الثقافة هي الأكثر ملاءمة لتعزيز الابتكار في الشركات الصغيرة والمتوسطة، حيث تشجع على التجربة والمرونة.

ثقافة العشيرة (Clan Culture): تركز على التعاون، الولاء، وتنمية الموظفين. يمكن أن تدعم الابتكار من خلال تشجيع تبادل الأفكار وبناء الثقة.

أولاً : التحليل في ضوء الأطر والنظريات

٢. نظرية انتشار الابتكارات (Diffusion of Innovations Theory - DOI) لإيفرت روجرز

تفسر هذه النظرية كيفية انتشار الأفكار والممارسات الجديدة داخل المجتمع أو المنظمة، وكيفية تبني الأفراد لها. يمكن تطبيقها لفهم كيفية انتشار الابتكارات في الشركات الصغيرة والمتوسطة، خاصة في سياق العصر الرقمي:

الميزة النسبية (Relative Advantage): هل يُنظر إلى الابتكار (سواء كان منتجًا، خدمة، أو عملية داخلية) على أنه أفضل من البدائل الحالية؟ الشركات الصغيرة والمتوسطة ستبني الابتكارات التي تقدم لها ميزة واضحة.

التوافق (Compatibility): هل يتوافق الابتكار مع القيم، التجارب، والاحتياجات الحالية للشركة؟ الابتكارات التي تتناسب بسهولة مع الثقافة القائمة تكون أسرع في التبني.

التعقيد (Complexity): ما مدى سهولة فهم واستخدام الابتكار؟ الابتكارات البسيطة تكون أسهل في التبني من تلك المعقدة التي تتطلب تدريبًا مكثفًا.

قابلية التجربة (Trialability): هل يمكن تجربة الابتكار على نطاق صغير قبل الالتزام الكامل به؟ هذا يقلل المخاطر ويشجع الشركات الصغيرة والمتوسطة على تبني الابتكار.

القدرة على الملاحظة (Observability): هل نتائج الابتكار مرئية بوضوح للآخرين؟ عندما ترى الشركات الأخرى فوائد الابتكار، فمن المرجح أن تحذو حذوها.

باستخدام هذه الأطر والنظريات، يمكن للباحث تحليل كيفية تأثير الثقافة التنظيمية على كل مرحلة من مراحل تبني الابتكار في الشركات الصغيرة والمتوسطة، وتحديد العوامل التي تسهل أو تعيق هذا الانتشار في سياق التحول الرقمي.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



شكراً لكم

