

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

اعداد الطالب:

خالد سعد الزهراني

إشراف

د. الفيصل حسن

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

العام الدراسي:

1447- 2025

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

إنه لمن دواعي سروري أن أقدم هذا البحث العلمي الذي لم يكن ليكتمل لولا توفيق الله عز وجل ثم دعم ومساندة العديد من الأشخاص الذين كان لهم الفضل الكبير في إنجازه.

أود أن أعبر عن خالص شكري وتقديري لأستاذي الفاضل الفیصل حسن الذي لم ييخل عليّ بتوجيهاته السديدة ونصائحه القيمة طوال فترة إعداد هذا البحث. لقد كان لدعمه وتشجيعه الأثر الكبير في تجاوز الصعوبات والعقبات التي واجهتني.

كما أتوجه بالشكر الجزيل إلى جميع أعضاء هيئة التدريس في جامعة میدأوشن على ما قدموه من علم ومعرفة، وعلى ما بذلوه من جهد في سبيل توفير بيئة تعليمية محفزة ومشجعة على البحث العلمي.

ولا يفوتني أن أشكر زملائي الأعزاء الذين كانوا لي خير عون وسند، والذين شاركوني أفكارهم وآرائهم البناءة، مما ساهم في إثراء هذا البحث وإخراجه بالصورة التي هو عليها الآن.

وأخص بالشكر عائلتي الكريمة التي كانت لي الداعم الأول، والتي لم تتوان عن تقديم كل ما أحтаجه من دعم معنوي ومادي، فلهم مني كل الحب والتقدير.

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم، الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله تتحقق الأمناني والطموحات. أهدي هذا العمل المتواضع إلى كل من كان له الأثر الكبير في حياتي ودعمي في مسيرتي العلمية.

إلى والديّ العزيزين، اللذين غمراني بحبهما وحنانهما، وكانا دوماً السند والقوة التي تدفعني للأمام. لا كلمات تستطيع أن توفي حقكما، فقد كنتم على الدوام النور الذي أضاء دربي، والأمل الذي رافقني في كل خطوة.

إلى والدتي الحبيبة، رمز التضحية والعطاء، التي كانت تدعمني بدعائها وحبها اللامتناهي. شكراً لكِ على كل لحظة قضيتها في تفهمك لي ومساندتي في كل الأوقات.

إلى والدي العزيز، قدوتي في الحياة، الذي علمني معنى المثابرة والإصرار، وكان دائماً مشجعاً ومحفزاً لي لتحقيق النجاح. شكراً لك على كل ما قدمته لي من نصائح وتوجيهات، وعلى دعمك المتواصل.

إلى أساتذتي الأفاضل، الذين لم يخلوا بعلمهم ونصائحهم طوال مسيرتي الدراسية. أنتم الأضواء التي أنارت طريقي، وكانت توجيهاتكم سبباً في تحقيق هذا الإنجاز.

وأخيراً، إلى كل من ساهم في إتمام هذا البحث، سواءً بالكلمة أو الدعم، أهديكم هذا العمل بتقدير وامتنان عميقين.

مستخلص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة، وذلك من خلال دراسة حالة شركة تمارا 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.

جدول المحتويات

2.....	الشكر والتقدير
3.....	الإهداء
4.....	مستخلص الدراسة
3.....	قائمة الاشكال
4.....	قائمة الجداول
5.....	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
6.....	1.1. المقدمة
7.....	1.2. مشكلة البحث
8.....	1.2.1. الفجوة العلمية:
8.....	1.2.2. الفجوة العملية:
9.....	1.3. أهمية الدراسة
9.....	1.3.1. الأهمية العلمية:
10.....	1.3.2. الأهمية العملية:
10.....	1.4. اسئلة الدراسة
11.....	1.5. اهداف الدراسة
11.....	1.6. فرضيات الدراسة
12.....	1.7. نموذج الدراسة
13.....	1.8. الدراسة الميدانية
14.....	1.9. مخطط المشروع المقترح
15.....	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري
16.....	2.1. المقدمة
24.....	2.3. نجاح الشركات الناشئة:
29.....	2.4. العلاقة بين أثر ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة:
34.....	2.5. الخاتمة
35.....	3. الفصل الثالث: منهجية البحث
36.....	3.1. المقدمة
36.....	3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث
37.....	3.3. تصميم البحث (بصلة البحث)
38.....	3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات اخذ العينات
39.....	3.5. طريقة جمع البيانات
41.....	3.6. أنواع البيانات
42.....	3.7. إجراءات التحليل الاحصائي
43.....	3.8. الخاتمة
44.....	4. الفصل الرابع: التحليل الاحصائي ومناقشة النتائج

4.1. المقدمة.....	45
4.2. توصيف عينة الدراسة (الاحصائيات الوصفية لعينة الدراسة)	45
4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات	49
4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة (الإجابة على أسئلة البحث)	53
4.5. اختبارات الفرضيات ومناقشة النتائج	58
4.6. الخاتمة	63
5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات	64
5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية	65
5.2. توصيات الدراسة	67
5.3. الخاتمة	68
قائمة المراجع	69
قائمة الملاحق	77

قائمة الاشكال

رقم الصفحة	العنوان	رقم الشكل
12	نموذج البحث. المصدر (الطالب)	1
14	مخطط المشروع المقترح. المصدر (الطالب)	2
27	دورة حياة المؤسسات الناشئة. المصدر (جباري وآخرون, 2023)	3
37	منهجية البحث. المصدر (الطالب)	4

قائمة الجداول

رقم الصفحة	العنوان	رقم الجدول
38	مجتمع البحث	1
38	عينة المجتمع من اعداد (Krejcie1970)	2
40	المقياس المستخدم لقياس المتغير المستقل ثقافة الابتكار من اعداد الطالب	3
40	المقياس المستخدم لقياس المتغير التابع نجاح الشركات الناشئة من اعداد الطالب	4
46	توصيف عينة الدراسة من اعداد الطالب بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية	5
50	صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة للمتغيرات المستقل والتابع من اعداد الطالب بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية	6
52	قياس الثبات لأداة الدراسة من اعداد الطالب بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية	7
53	دلالة المتوسطات الحسابية	8
54	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة من اعداد الطالب بالاعتماد على النتائج الإحصائية لدراسة الميدانية	9
56	معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة من اعداد الطالب بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية	10

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. 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).

تعتبر 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).

تشير 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 يساهم 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).

1.2. مشكلة البحث

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).

1.2.1. الفجوة 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 إن 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 مهمه 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.

1.2.2. الفجوة 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 الى 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 (العتبي، 2021).

وعليه تتمثل مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى تأثير ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة؟

1.3. 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 عنصرًا مهمًا 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).

1.3.1. 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).

1.3.2. الأهمية العملية:

أما من الناحية التطبيقية، ان هذا البحث يقدم إطارًا عملي يساعد مؤسسي الشركات الناشئة وصناع القرار في الحاضنات على تقييم مستوى ثقافة الابتكار لديهم. حيث ان 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).

1.4. اسئلة الدراسة

يتناول هذا البحث مجموعة من الأسئلة الرئيسية 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.

✦ سؤال البحث الرئيسي: كيف يمكن ان تأثر ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة؟
الاسئلة الفرعية:

- كيف يمكن ان تأثر حالة الابتكار السائدة في نجاح الشركات الناشئة؟
- كيف يمكن ان تأثر الجودة والابتكار الإداري في نجاح الشركات الناشئة؟
- كيف يمكن ان تأثر مرونة الابتكار الإداري في نجاح الشركات الناشئة؟

1.5. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة في شركة تمارا بالمملكة العربية السعودية. تم صياغة أهداف البحث بناءً على الأسئلة الفرعية للبحث وفرضياته، وفقاً لإطار SMART ، بحيث تكون الأهداف محددة، قابلة للقياس، يمكن تحقيقها، ذات صلة، ومحددة زمنياً.

✦ **الهدف الرئيسي: دراسة تأثير ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة.**

الاهداف الفرعية:

- 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.

1.6. فرضيات الدراسة

تم صياغة فرضيات البحث بناءً على العلاقة المفترضة بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة في شركة تمارا في المملكة العربية السعودية. تهدف هذه الفرضيات إلى اختبار التأثيرات المختلفة لثقافة الابتكار على مكونات نجاح الشركات الناشئة، والتي تشمل حالة الابتكار السائدة، والجودة والابتكار الإداري، ومرونة الابتكار الإداري.

▪ **H1: الفرضية الرئيسية**

هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة.

▪ **Ha: الفرضية الأولى**

هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين حالة الابتكار السائدة ونجاح الشركات الناشئة.

▪ Hb: الفرضية الثانية

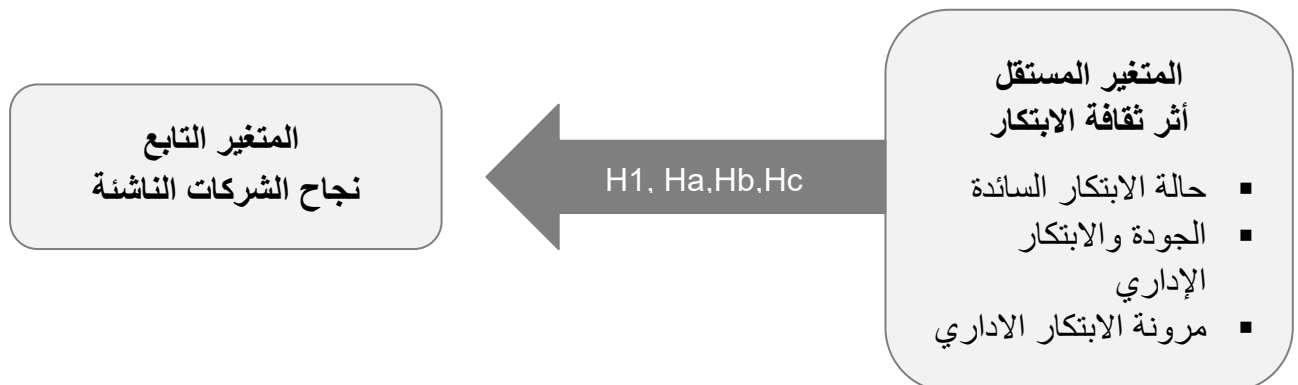
هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الجودة والابتكار الإداري ونجاح الشركات الناشئة.

Hc: الفرضية الثالثة

هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مرونة الابتكار الإداري ونجاح الشركات الناشئة.

1.7. نموذج الدراسة

يوضح الشكل التالي العلاقة بين متغيرات الدراسة وفرضيات الدراسة كما يلي:



الشكل 1: (اعداد الطالب)

1.8. الدراسة الميدانية

تستكشف هذه الدراسة الميدانية دور ثقافة الابتكار في تعزيز نجاح الشركات الناشئة في قطاع التقنية بالمملكة العربية السعودية، مع الانتباه على شركة "تمارا"، الرائدة في التكنولوجيا المالية. تم اختيار "تمارا" لأهمية نموها السريع منذ تأسيسها في عام 2020، واستطاعتها على تطوير نموذج عمل مرن يعتمد على حلول الدفع المبتكرة.

تساعد هذه الدراسة إلى تحليل واقع ثقافة الابتكار داخل الشركة من خلال دراسة ممارسات القيادة وطرق اتخاذ القرار، ومستوى مشاركة الموظفين. استخدمت المنهج الوصفي الاستنتاجي لفحص الظاهرة في سياقها الواقعي (العنزي، 2023).

اعتمدت الدراسة على جمع بيانات من مصادر، بما في ذلك استبيانات مع الموظفين وتحليل تقارير الأداء، مما يظهر أن "تمارا" تتبنى ثقافة تدعم الإبداع وتمنح فرق العمل مرونة في اتخاذ القرارات. كما أن القيادة العليا تدمج قيم الابتكار في استراتيجيات النمو.

وتشير النتائج إلى أن البيئة التنظيمية تساعد الأفراد من تبادل المعرفة، مما يساهم في تسريع تطوير المنتجات وتحسين تجربة المستخدمين. وتؤكد الدراسة على أن بناء ثقافة ابتكارية متكاملة يعد عاملاً مهماً في تحقيق النمو والاستمرارية في بيئة تنافسية، مما يعزز أهمية القيادة التحويلية وتطوير سياسات تشجع على التفكير الإبداعي (الزعبى، 2022).

1.9. مخطط المشروع المقترح



الشكل 2: (اعداد الطالب)

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري

2.1. المقدمة

تعتبر الدراسات السابقة من الأسس الأساسية للبحوث العلمية، حيث انها تشكل الخلفية المعرفية التي يعتمد عليها الباحث لفهم الظاهرة المدروسة وتحليلها. من خلال مراجعة الأبحاث السابقة، يمكن تحديد النتائج التي تم الوصول إليها، واكتشاف أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات، وكذلك تحديد الثغرات العلمية التي تحتاج إلى مزيد من البحث.

يساعد ذلك في بناء إطار نظري شامل يوجه الباحث نحو تحديد متغيرات البحث بدقة، واختيار المنهجية المناسبة لتحقيق أهدافه.

أولاً: الدراسات السابقة

■ دراسة وفيّة 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 .

اذن، 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 الدين عيادروس وآخرون (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 وآخرون (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 وطبقت 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 فرصًا مهيأة 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، يسهم 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.

ثانياً: الإطار النظري

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.

2.2. مفهوم ثقافة الابتكار:

▪ تعريفاته

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.

■ نظرياته

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 تفترض نظرية حالة الابتكار السائدة الداعمة للابتكار أن الثقافة الابتكارية تتشكل من قيم وسلوكيات تشجع المخاطرة المحسوبة، والتعلم من التجارب، ومشاركة المعرفة، مما تعزز قدرة الشرة 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.

■ أبعاده

تتميز ثقافة الابتكار في المؤسسات بعدة أبعاد رئيسية تعزز من قدرة الشركة على التقاليم 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 يمكّن 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).

■ تطورات:

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.

2.3. نجاح الشركات الناشئة:

■ تعريفاته

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 أيضاً استدامة الأداء، والقدرة على النمو، والتأثير الإيجابي في البيئة المحيطة. وبالتالي، فإن فهم هذه الأبعاد يعد أمراً ضروريا 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.

■ نظرياته

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 تساهم في تأمين الدعم اللازم لتحقيق النمو والاستدامة (Arrigo et al, 2024).

من وجهه 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 تفتقر 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، وتحمل النفسي للمخاطر، تلعب دورًا مهمًا في نجاح المشاريع الناشئة، خاصة في مراحلها الأولى (Yadav, 2015).

من 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.

■ تطورات:

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).

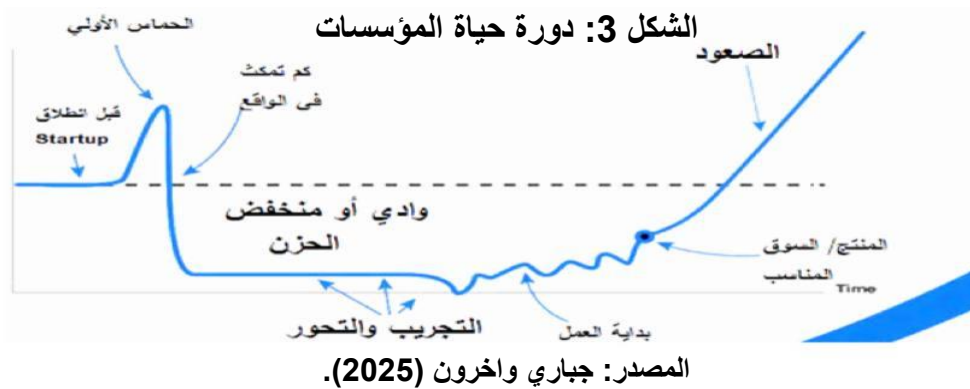
وقد تطورت الأبحاث لتقديم إطار منهجي لتصنيف عوامل النجاح إلى فئات شخصية، وتنظيمية، وبيئية، مع ترتيب أولويات هذه العوامل بناءً على تأثيرها على نمو واستمرارية المشاريع. وهذا يوفر آلية علمية لتقييم نجاح الشركات الناشئة (AlShamsi et al., 2024).

أظهرت الأبحاث أن توقيت تأسيس الشركة ونوع التمويل لهما تأثير مباشر على سرعة نمو الشركة واستدامتها. تلعب البيئة الاقتصادية والدعم المالي المناسب دوراً محورياً 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 أساساً علمياً يربط بين الثقافة الابتكارية وأبعاد نجاح المشاريع في بيئة تنافسية متغيرة.

■ دورة حياة المؤسسات الناشئة:

قد توضح التعريفات السابقة أن المؤسسات الناشئة تتميز بنمو مستمر، ولكن الواقع يشير إلى غير ذلك، حيث تواجه هذه المؤسسات العديد من التحديات وتتعثر في مراحل صعبة من قبل أن تتمكن من الوصول إلى النجاح. يوضح الشكل البياني التالي المراحل المختلفة التي تمر بها هذه الشركات:



1. المرحلة الأولى: مرحلة الفكرة

تبدأ هذه المرحلة قبل انطلاق المؤسسة، حيث يقوم فرد أو مجموعة بطرح نموذج أولي لفكرة جديدة. خلال هذه المرحلة، يتم عمل أبحاث معمقة لدراسة الفكرة وسوقها وسلوك المستهلكين، تهدف التأكد من إمكانية تنفيذها واستمرارها في المستقبل. غالبًا ما يكون التمويل في هذه المرحلة ذاتي، مع إمكانية الحصول على بعض المساعدات الحكومية.

2. المرحلة الثانية: مرحلة الانطلاق

في هذه المرحلة، يتم إطلاق الجيل الأول من المنتج أو الخدمة، الذي قد يكون غير معروف. يواجه رائد الأعمال تحديًا كبيرًا في العثور على تمويل للفكرة، وعادة ما يلجأ إلى الأصدقاء والعائلة، ما يعرف بـ (FFFF) (الأصدقاء، العائلة، الحمقى)، كمصدر أول للتمويل، حيث يتحمل هؤلاء الأشخاص المخاطر العالية المرتبطة بالبداية.

3. المرحلة الثالثة: مرحلة الإقلاع والنمو المبكر

في هذه المرحلة، يصل المنتج إلى ذروته ويبدأ الحماس في الازدياد. يمكن أن يتوسع النشاط ليشمل جمهورًا أوسع، لكن مع ذلك قد يواجه رائد الأعمال صعوبات سلبية نتيجة تزايد المنافسة، مما قد يؤدي إلى ظهور عوائق أو فشل.

4. المرحلة الرابعة: الانزلاق في الوادي

رغم استمرار التمويل من رأس المال المغامر، من الممكن يتراجع المشروع إلى ما يُعرف بـ "وادي الموت". إذا لم يتم تدارك الأمور، فقد يساهم ذلك إلى خروج المشروع من السوق، خاصة أن معدلات النمو في هذه المرحلة تكون منخفضة.

5. المرحلة الخامسة: تسلق المنحدر

يستمر رائد الأعمال في هذه المرحلة بإدخال تعديلات على المنتج وإطلاق إصدارات مطورة، مما يعيد النشاط إلى الشركة الناشئة. بفضل الاستراتيجيات المتبعة والخبرة المكتسبة، يتم إطلاق الجيل الثاني من المنتج وضبط سعره، مع توسيع نطاق التسويق.

6. المرحلة السادسة: مرحلة النمو المرتفع

في هذه المرحلة، يتم تطوير المنتج بالشكل النهائي، ويخرج من مرحلة التجريب إلى التسويق الفعال. تبدأ الشركة الناشئة في تحقيق نمو مستمر، مما يؤدي إلى زيادة الأرباح وبدء تحقيق اقتصاديات الحجم.

من خلال هذه المراحل، يمكننا فهم التحديات التي تواجهها المؤسسات الناشئة وكيفية تعاملها معها لتحقيق النجاح والنمو (جباري وآخرون، 2023).

2.4. العلاقة بين أثر 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. فثقافة 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 يسهم 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 (Belli-hi & Ait Oufkir, 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 (AlSaied 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.

ثالثا المنطلقات النظرية:

أولا مفهوم ثقافة الابتكار

ثقافة الابتكار تعرف بأنها مجموعة من القيم والمعتقدات والممارسات التنظيمية التي تساهم توليد الأفكار الجديدة، وتشجع على التجريب، وتحمل المخاطر المحسوبة، وتطبيق حلول مبتكرة داخل المؤسسة. إنها بيئة تدعم التعلم المستمر وتبادل المعرفة بين الموظفين، مما يساعدهم نحو الإبداع في الأداء والمنتجات والخدمات (Dimitrova, 2018).

ثانيا: النظريات المرتبطة بثقافة الابتكار

1- نظرية التوافق بين الثقافة والاستراتيجية: تؤكد هذه النظرية أن توافق الثقافة الداخلية للمؤسسة مع استراتيجيتها الابتكارية تعزز من فعالية الابتكار ويزيد من القدرة على تنفيذ الأفكار الجديدة بنجاح (Chen et al., 2018).

2- إطار دينيسون للثقافة التنظيمية: يربط هذا الإطار بين أبعاد حالة الابتكار السائدة مثل التضمن، والقدرة على التكيف، والاستقرار، والمهمة، وبين النتائج الابتكارية والقدرة على الأداء العالي (Majid et al., 2022).

3- نظرية الابتكار المفتوح: توضح هذه النظرية إلى أن المؤسسات التي تتبنى ثقافة ابتكارية تشجع على التعاون الداخلي والخارجي، والاستفادة من المعرفة المتاحة في البيئة، مما تساهم في تطوير منتجات وخدمات مبتكرة. (Chesbrough, 2003)

ثالثا: مفهوم نجاح الشركات الناشئة

تعد الشركات الناشئة من أبرز المحركات الحديثة للنمو الاقتصادي والإبداع في عصر الرقمية، حيث تلعب دورًا مهمًا في تقديم حلول مبتكرة وتوفير فرص عمل جديدة. ومع ذلك، فإن نجاح هذه الشركات لا يحدث بشكل عشوائي، بل يعتمد على مجموعة من المقومات والعوامل الأساسية التي تشكل الأساس لاستمراريتها وقدرتها على

المنافسة في الأسواق المتغيرة. تمثل هذه المقومات الركائز التي تتيح لرواد الأعمال تحويل أفكارهم إلى مشاريع ناجحة وقابلة للتوسع.

رابعاً: مقومات نجاح الشركات الناشئة

يمكن تحديد عدد من المؤشرات التي توضح مدى توافر مقومات النجاح في الشركات الناشئة، ومن أبرزها:

1. وضوح الرؤية والأهداف الاستراتيجية للشركة.
2. امتلاك فكرة مبتكرة تلبي احتياجات السوق.
3. كفاءة فريق العمل وتكامله في المهارات والخبرات.
4. وجود نموذج عمل فعال وقابل للتوسع.
5. توفر التمويل الكافي والإدارة المالية الرشيدة.
6. الاستجابة السريعة للتغيرات السوقية والتكنولوجية.
7. وجود ثقافة تنظيمية تشجع على الابتكار والمخاطرة.
8. رضا العملاء واستمرارية العلاقة معهم.
9. جودة المنتجات أو الخدمات المقدمة.

خامساً: العلاقة بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة

تشير العديد من الدراسات الحديثة إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة، حيث تعتبر ثقافة الابتكار من العوامل الأساسية التي تعزز قدرة الشركات على المنافسة والاستمرار في الأسواق المتغيرة. فالشركات التي تتبنى ثقافة تشجع على الأفكار الجديدة، وتقبل المخاطرة، وتدعم التعلم التنظيمي، تكون أكثر قدرة على تطوير منتجات وخدمات مبتكرة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل (الزعيبي، 2021).

تتجلى أوجه العلاقة بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة في النقاط التالية:

1. تحفيز الابداع التنظيمي

2. تعزيز التكيف مع بيئة العمل المتغيرة

3. تحسين الأداء المالي والتشغيلي

4. جذب المستثمرين

5. زيادة رضا العملاء وولائهم

سادسا: الإطار المفاهيمي للدراسة

يعتمد هذا البحث على نموذج مفاهيمي يربط بين:

■ المتغير المستقل: ثقافة لابتكار (بأبعادها الثلاثة: حالة الابتكار السائدة، الجودة والابتكار الإداري، مرونة الابتكار الإداري).

■ المتغير التابع: نجاح الشركات الناشئة.

يتم تحليل العلاقة بين هذه المتغيرات من خلال أدوات كمية (استبيان) وتحليل احصائي لاختبار الفرضيات الموضوعة.

2.5. الخاتمة

في ختام الفصل الثاني الذي تناول الدراسات السابقة والإطار النظري حول تأثير ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة، يمكن القول إن هذا الفصل قدم الأساس العلمي والفكري الذي اعتمدت عليه الدراسة الحالية في تطوير منهجها وأدواتها. حيث تم عرض مجموعة من الجهود العلمية التي تناولت موضوع الابتكار وثقافته ودوره في تعزيز أداء المؤسسات الناشئة، مما ساعد في توضيح المفاهيم الأساسية المرتبطة بالابتكار، والعوامل المؤثرة فيه، والعلاقة بينه وبين النجاح المؤسسي.

أظهرت تلك الدراسات تنوعاً في المناهج والمجالات التطبيقية، لكنها اتفقت على أن ثقافة الابتكار تُعتبر من المقومات الأساسية لبقاء الشركات الناشئة واستمراريتها في بيئة تنافسية تتسم بالتغير السريع. كما كشفت الدراسات عن أن وجود بيئة تنظيمية تشجع على التجريب والإبداع يسهم في رفع جودة الأداء المؤسسي، ويعزز القدرة على التكيف مع التحولات التقنية والسوقية.

من الناحية النظرية، استعرض الفصل أهم النماذج الفكرية التي تفسر العلاقة بين ثقافة الابتكار ونجاح المؤسسات الناشئة، مثل نظرية الابتكار التنظيمي والنظرية السلوكية للإبداع، بالإضافة إلى نماذج دينيسون وإسماعيل وعبد المجيد التي تفسر كيفية تشكيل ثقافة تنظيمية تحفز الإبداع من خلال المشاركة والتمكين والتعلم المستمر. كما تم التركيز على أبعاد ثقافة الابتكار، مثل الجودة الإدارية والمرونة وحالة الابتكار السائدة، باعتبارها متغيرات أساسية ترتبط بشكل إيجابي بمؤشرات النجاح المؤسسي.

وبذلك، يعد هذا الفصل تمهيداً لبناء الإطار الميداني للدراسة من خلال تحديد المفاهيم والمداخل النظرية ذات الصلة، وصياغة الفرضيات التي ستُختبر لاحقاً. كما يشكل حلقة وصل بين الجانب النظري والتطبيقي، مما يعزز الفهم العميق لدور ثقافة الابتكار كقوة دافعة نحو النجاح والاستدامة في بيئة الأعمال الحديثة.

3. الفصل الثالث: منهجية البحث

3.1. المقدمة

يوضح هذا الجزء المنهجية التي تم تطبيقها في المشروع الحالي، وذلك للإجابة على أسئلة الدراسة، واختبار فرضيات الدراسة. توضح العناوين التالية التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة وما تم تطبيقه، كما يلي:

3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

تم تطبيق منهجية البحث العلمي في المشروع الحالي للإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضيات الدراسة. تم استخدام العديد من الإجراءات والتقنيات لضمان الدقة والموثوقية في الدراسة تم تعريف المتغيرات المستخدمة في الدراسة وتوضيح كيفية قياسها وتحديد بطرق علمية تم جمع البيانات من خلال استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات مثل الاستبيانات والمقابلات وتحليل الوثائق كما يلي

✦ المتغير المستقل (ثقافة الابتكار):

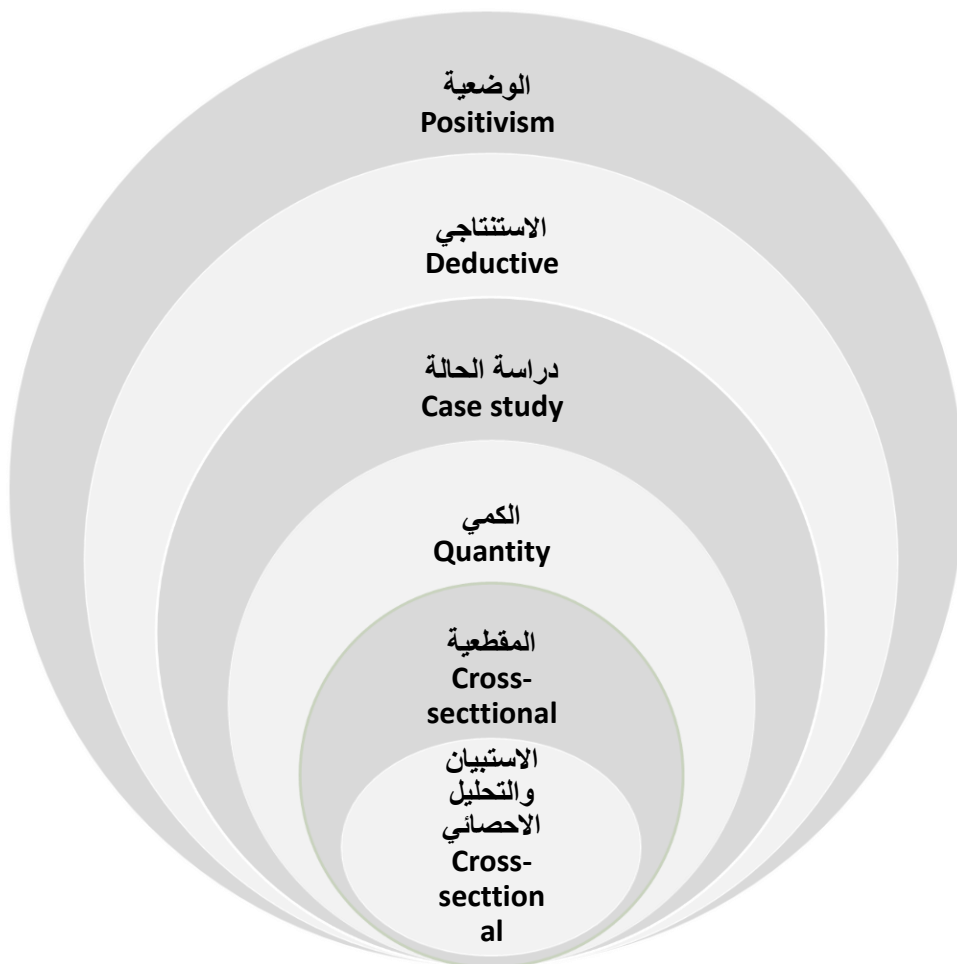
سيتم تقييم ثقافة الابتكار باستخدام استبيان يستند إلى مجموعة من العوامل المتعلقة ثقافة الابتكار. سيتم تحليل هذه العوامل لتقييم جوانب مختلفة من ثقافة الابتكار مثل حالة الابتكار السائدة، الجودة والابتكار الإداري، مرونة الابتكار الإداري. يتمتع هذا الاستبيان بالقدرة على تحديد القواعد والأدوات التي يتم استخدامها لتعزيز نجاح الشركات الناشئة وتطويرها. سيتم تحليل النتائج وتقديم توصيات وإجراءات لتحسين ثقافة الابتكار بناء على النتائج المستخلصة.

✦ المتغير التابع (نجاح الشركات الناشئة):

سيتم تقييم نجاح الشركات الناشئة باستخدام استبيان متعدد العوامل يهدف إلى قياس جوانب مختلفة تؤثر على نجاح الشركات الناشئة سيتم تحليل هذه العوامل لتقييم مستوى نجاح الشركات الناشئة بناء على الأسئلة التي تخص نجاح الشركات الناشئة ككل. يهدف الاستبيان إلى تأثير نجاح الشركات الناشئة عن هذه الجوانب المختلفة وتحديد المجالات التي يمكن تحسينها لنجاح الشركات الناشئة. سيتم تحليل البيانات المجمعة وتقديم توصيات وإجراءات نجاح الشركات الناشئة للموظفين لبناء النتائج المستخلصة.

3.3. تصميم البحث (بصلة البحث)

- فلسفة البحث: الوضعية
- منهج البحث: استنتاجي
- استراتيجية البحث: مسحي
- اختيار البحث: كمي
- الافق الزمنية: المقطعية
- تقنيات والاجراءات: الاستبيان والتحليل الاحصائي



الشكل 4: (اعداد الطالب)

3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

يتكون مجتمع البحث من جميع الموظفين العاملين في شركة تمارا بمختلف مستوياتهم الإدارية والفنية، حيث يمثلون الفئة المستهدفة التي يمكن من خلالها قياس أثر ثقافة الابتكار في نجاح الشركة. ولجمع البيانات بشكل علمي ودقيق، تم اختيار عينة البحث باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة، والذي يمنح جميع أفراد المجتمع فرصاً متساوية للاختيار دون تحيز، مما يسهم في زيادة موضوعية النتائج ودقتها. وقد تم توزيع الاستبانة إلكترونياً على أفراد العينة المختارة بهدف تسهيل عملية الوصول إليهم وضمان مشاركة أوسع تعكس واقع ثقافة الابتكار داخل الشركة ومستوى تأثيرها على نجاحها في قطاع التقنية.

✦ مجتمع البحث:

مجتمع البحث لهذا الدراسة موظفي شركة تمارا في مدينة الرياض والبالغ عددهم (60) موظف، تم اختيار عينة عشوائية والتي شملت (52) موظف، وقد قام (52) موظف بتعبئة الاستبيان الخاص بالدراسة، وهي تمثل 86.67% من مجتمع البحث.

جدول رقم 1: مجتمع البحث

التصنيف	عدد الموظفين	النسبة المئوية
موظفي شركة تمارا	60	100%
المجموع	60	100%

✦ عينة البحث:

وفقاً لجدول krejcie(1970) فإن عدد العينة (52) هو عدد العينة الممثلة لحجم المجتمع (60) بناءً على ذلك تم توزيع الاستبيان على عينة عشوائية من مجتمع البحث البالغ عددهم 60 موظف وقد تم استخدام جداول الأرقام العشوائية لضمان التمثيل الملائم لمختلف الفئات العمرية في العينة.

جدول رقم 2: عينة البحث

التصنيف	عدد الموظفين	النسبة المئوية
موظفي شركة تمارا	52	86.67%
المجموع	52	86.67%

✦ طرق وتقنيات اخذ العينة:

في هذا البحث تم استخدام العينة العشوائية البسيطة. وفقا لهذه التقنية، تم اختيار الخصائص من مجتمع البحث بطريقة عشوائية، مما يتضمن تمثيل المجتمع بشكل دقيق. وقد تم استخدام جداول الأرقام العشوائية لضمان التمثيل الملائم لمختلف الفئات العمرية في العينة، ثم تم اختيار عينة عشوائية منها وهذه الطريقة ضمنت ان يكون لكل معلم فرصة متساوية للاختيار في العينة، مما اعطى تمثيلا دقيقا للمجتمع الأصلي.

وتعتبر تقنية العينة العشوائية البسيطة نوعا من تقنيات اخذ العينة المحتملة، حيث ان جميع افراد المجتمع لديها فرصة متساوية للاختيار في العينة. وهذا يضمن الحصول على نتائج موثوقة وقابلة للتعميم على مجتمع الدراسة.

3.5. طريقة جمع البيانات

يصف هذا القسم أدوات البحث التي تم استخدامها لجمع البيانات المطلوبة للإجابة على أسئلة البحث واختبار فرضيات البحث. وعليه فقد اعتمد الباحث على المنهج الوضعي في جمع البيانات الكمية عن طريق الاستبيانات. وتعرض الأقسام التالية الأدوات التي تم استخدامها لقياس متغيرات البحث.

✦ المتغير المستقل: (ثقافة الابتكار)

واعتمد الباحث على استبانة (طرشاني & سهام). وذلك لقياس ثقافة الابتكار وذلك من حيث 3 ابعاد وهي حالة الابتكار السائدة والجودة والابتكار الاداري ومرونة الابتكار الاداري بأجمالي 12 للمتغير حيث ان يبعد حالة الابتكار السائدة يتكون 4 عناصر، وبعد الجودة والابتكار الاداري يتكون من 4 عناصر، وبعد مرونة الابتكار الاداري يتكون من 4 عناصر. نوع الاستبيان هو ليكرت الثلاثي حيث 1= موافق، 2= محايد، 3= غير موافق .

جدول 3: المقياس المستخدم لقياس المتغير المستقل ثقافة الابتكار.

المتغير المستقل	الابعاد	عدد العبارات	المصدر
ثقافة الابتكار	حالة الابتكار السائدة	4	طرشاني، & سهام. (2019). ثقافة الابتكار الإداري كمدخل استراتيجي لتدعيم الميزة التنافسية للمؤسسة الخدمية- دراسة حالة مؤسسة موبيليس وكالة عين الدفلى.
	الجودة والابتكار الإداري	4	
	مرونة الابتكار الإداري	4	
	العدد الكلي	12	

المصدر: الطالب

✦ المتغير التابع: (نجاح الشركات الناشئة)

واعتمد الباحث على استبانة (احمد محمد & سعد محمد). وذلك لقياس المتغير التابع نجاح الشركات الناشئة، وذلك من حيث العبارات الخاصة لنجاح الشركات الناشئة، بأجمالي 12 للمتغير، نوع الاستبانة نوع الاستبيان هو ليكرت الثلاثي حيث 1= موافق، 2= محايد، 3= غير موافق

جدول 4: المقياس المستخدم لقياس المتغير التابع نجاح الشركات الناشئة.

المتغير التابع	عدد العبارات	المصدر
نجاح الشركات الناشئة	12	احمد محمد علي مخيمر، & سعد محمد. (2023). دور الادارة الاستراتيجية في نجاح شركات التجارة الالكترونية من خلال زيادة رضا العملاء ورضاء الموردين والقدرة التنافسية. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 14(3)، 805-766.

المصدر: الطالب

3.6. أنواع البيانات

✦ في هذا القسم، سنقوم بالتمييز بين البيانات الأولية والبيانات الثانوية التي تم استخدامها في هذه الدراسة.

- البيانات الأولية هي تلك المعلومات التي يتم جمعها مباشرةً من المصادر الأساسية، مثل المقابلات الشخصية أو الاستبيانات أو الملاحظات المباشرة. هذه البيانات تكون مصممة خصيصاً لأغراض الدراسة الحالية.
- بينما البيانات الثانوية هي تلك المعلومات التي تم جمعها من قبل آخرين لأغراض مختلفة، والتي يتم الاستفادة منها في هذه الدراسة. وهذه البيانات قد تأتي من مصادر مثل التقارير السابقة أو الإحصاءات الرسمية أو قواعد البيانات الموجودة.

← تحليل كل من البيانات الأولية والثانوية سيساعدنا في الحصول على نظرة شاملة حول موضوع الدراسة وتعزيز النتائج النهائية.

✦ البيانات الأولية:

- إعداد استبيان للموظفين لقياس مستوى نجاح الشركات الناشئة وربطه بثقافة الابتكار. سيتضمن الاستبيان أسئلة حول ثقافة الابتكار مثل حالة الابتكار السائدة، الجودة والابتكار الإداري، مرونة الابتكار الإداري وارتباطها بمستوى نجاح الشركات الناشئة.
- تحديد مجتمع البحث والعينة المستهدفة من الموظفين بطريقة عشوائية لضمان تمثيل شامل.
- توزيع الاستبيان على العينة المختارة وجمع البيانات الخام حول تقييم نجاح الشركات الناشئة للموظفين في شركة تمارا.

✦ البيانات الثانوية:

- مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة حول ثقافة الابتكار وعلاقتها بنجاح الشركات الناشئة.

- الاطلاع على الأبحاث المنشورة في المجلات العلمية المحكمة والرسائل الجامعية ذات الصلة.
- تحليل الأطر المفاهيمية والنظرية المرتبطة بمتغيرات البحث.
- استخلاص أهم العوامل والمؤشرات المؤثرة على نجاح الشركات الناشئة للموظفين في شركة تمارا.

3.7. إجراءات التحليل الإحصائي

بعد جمع البيانات، من الضروري تحليل المعلومات التي تم جمعها لاستخلاص استنتاجات ذات معنى. حيث تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وتحديداً الإصدار 28 لتحليل البيانات المجمعة.

- تم إجراء اختبار توصيف العينة، من خلال التحليل الوصفي للحصول على نظرة ثاقبة لخصائص مجتمع العينة. يساعد الباحثين على فهم التركيبة السكانية والتفضيلات والمعلومات الأخرى ذات الصلة بالأفراد المشاركين في الدراسة.

- تعتبر اختبارات الصلاحية والموثوقية حاسمة في ضمان دقة البيانات المجمعة واتساقها. اختبارات الصدق التحليلي العاملي (الاستكشافي) لتحديد ما إذا كانت أدوات البحث تقيس ما تهدف إلى قياسه، بينما تقوم اختبارات الثبات (اختبار كرونباخ ألفا بتقييم ثبات النتائج مع مرور الوقت.

- تم إجراء اختبار توصيف العينة من خلال التحليل الوصفي، للحصول على نظرة ثاقبة لخصائص مجتمع العينة. يساعد الباحثين على فهم التركيبة السكانية والتفضيلات والمعلومات الأخرى ذات الصلة بالأفراد المشاركين في الدراسة.

3.8. الخاتمة

يُعد هذا الفصل بمثابة الأساس العلمي الذي بُني عليه البحث، حيث تناول المنهجية المتبعة في دراسة أثر ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة، من خلال دراسة حالة شركة تمارا في قطاع التقنية بمدينة الرياض. وقد تم في هذا الفصل توضيح فلسفة ومنهج البحث وأسلوبه، إلى جانب تحديد مجتمع البحث والعينة وأدوات جمع البيانات وطرق تحليلها الإحصائي.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الكمي باستخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة مختارة عشوائيًا من موظفي شركة تمارا، وذلك بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة. كما تم تطبيق الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج (SPSS) لتحليل البيانات واختبار الفرضيات بما يحقق أهداف البحث.

وقد ساهم هذا الفصل في إرساء القواعد المنهجية التي تم على أساسها بناء التحليل الإحصائي للبيانات في الفصل الرابع، مما يُمكن من تفسير النتائج واستنباط الدلالات العلمية التي تساعد في فهم العلاقة بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة. ومن ثم فإن هذا الفصل يُعد مرحلة تمهيدية مهمة للانتقال إلى عرض النتائج ومناقشتها في الفصول التالية من الدراسة.

4. الفصل الرابع: التحليل الاحصائي ومناقشة النتائج

4.1. المقدمة

يتناول هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة الميدانية التي تم تحليلها إحصائياً باستخدام كلاً من: حزمة البرامج الإحصائية SPSS الإصدار ٢٨ وبرنامج 3.0 SmartPLS. الفصل الحالي للتحليل الإحصائي يتضمن الإحصاء الوصفي للعينة محل الدراسة باستخدام SPSS V 28. اختبار صدق وثبات الاستبيانات المستخدمة في جمع البيانات المطلوبة من عينة الدراسة الحالية باستخدام 3.0 PLS. بالإضافة إلى ذلك من أجل اختبار فرضيات البحث ومدى ملاءمة النموذج ، تم إجراء تحليل الانحدار الخطي البسيط عبر SPSS 28 وتم تأكيد النتائج الإحصائية من خلال استخدام Smart3.0 .

4.2. توصيف عينة الدراسة (الاحصائيات الوصفية لعينة الدراسة)

✦ خصائص عينة الدراسة:

■ تم توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً إلى الجنس – العمر – المستوى التعليمي – سنوات الخبرة.

■ تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وتتمثل في المعلومات العامة الديموغرافية التي تشمل:

← الجنس ويشمل على (ذكر – أنثى).

← العمر ويشمل (أقل من 25 سنة – من 26 إلى 30 سنة – من 31 إلى 35 سنة – أكبر من 40 سنة).

← المستوى التعليمي ويشمل (دبلوم – بكالوريوس – ماجستير – أخرى).

← سنوات الخبرة ويشمل (أقل من 5 سنوات – من 5 إلى 10 سنوات – من 10 إلى 15 سنة – من 15 سنة فأكثر).

الجدول ولرسومات والفقرات توضح تصنيف العينة محل الدراسة كما يلي:

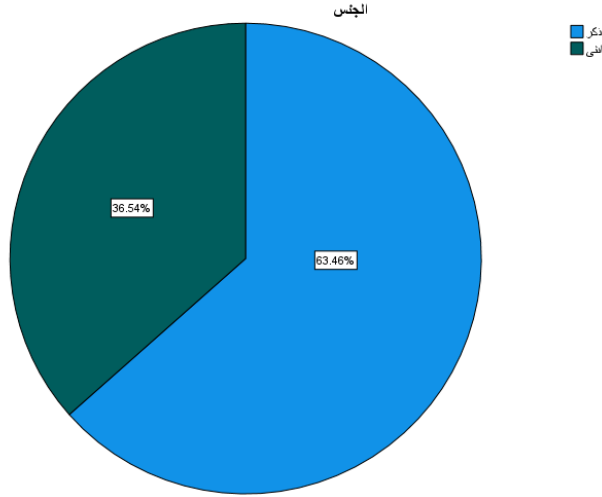
جدول 5: توصيف عينة الدراسة

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة من إجمالي العينة
النوع	ذكر	33	63.5%
	أنثى	19	36.5%
	الإجمالي	52	100%
الفئة العمرية	أقل من 25 سنة	20	38.5%
	من 26 إلى 30 سنة	9	17.3%
	من 31 إلى 35 سنة	15	28.8%
	أكبر من 40 سنة	8	15.4%
	الإجمالي	52	100%
المستوى التعليمي	دبلوم	10	19.2%
	بكالوريوس	16	30.8%
	ماجستير	3	5.8%
	أخرى	23	44.2%
	الإجمالي	52	100%
عدد سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	27	51.9%
	من 5 إلى 10 سنوات	13	25.0%
	من 10 إلى 15 سنة	5	9.6%
	من 15 سنة فأكثر	7	13.5%
	الإجمالي	52	100%

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية. (ن-52 شخص)

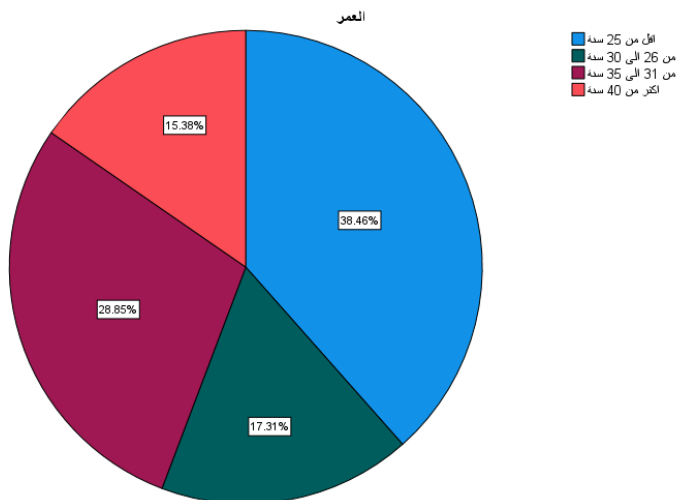
✦ من بيانات الجدول رقم (5) تم استخلاص النتائج التالية:

- بالنسبة للجنس: أظهرت النتائج الإحصائية ان، عدد الذكور تجاوز عدد الاناث حيث يبلغ عدد الإناث 19 حيث يعادل 36.5% من العينة بينما عدد الذكور يبلغ 33 حيث يعادل 63.5% من العينة. كما هو موضح بالشكل التالي:



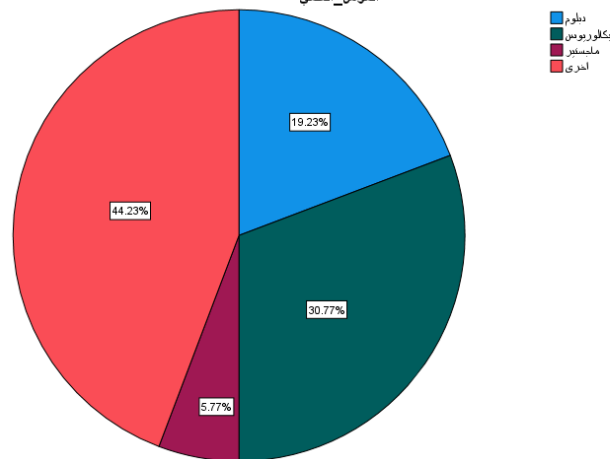
تصنيف العينة وفقا للجنس

- أما بالنسبة للعمر: أظهرت النتائج الإحصائية ان، هناك 20 شخص أعمارهم اقل من 25 سنة أي ما يعادل 38.5% من عينة الدراسة، وهناك 9 اشخاص أعمارهم تتراوح بين 26 الى 30 سنة أي ما يعادل 17.3% من عينة الدراسة، وهناك 15 شخص أعمارهم تتراوح بين 31 الى 35 سنة أي ما يعادل 28.8% من عينة الدراسة، وهناك 8 اشخاص أعمارهم اكبر من 40 سنة أي 15.4% كما هو موضح بالشكل التالي:



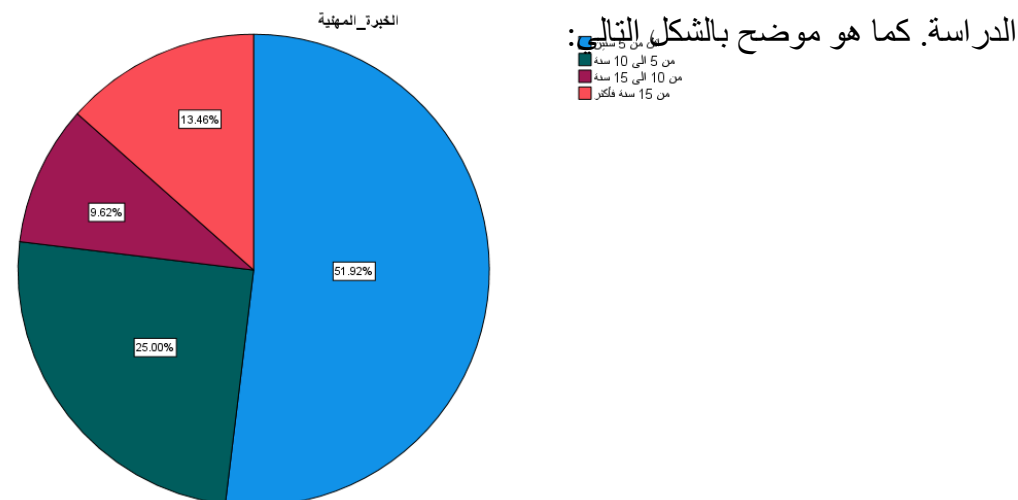
تصنيف عينة الدراسة وفقا للعمر

- **بالنسبة للمؤهل التعليمي:** أظهرت النتائج الإحصائية ان، هناك 10 أشخاص حاصلين على شهادة الدبلوم أي ما يعادل 19.2% من عينة الدراسة، وهناك 16 شخص حاصلين على شهادة البكالوريوس أي ما يعادل 30.8% من عينة الدراسة، وهناك 3 اشخاص حاصلين على شهادة الماجستير أي ما يعادل 5.8% من عينة الدراسة وهناك 23 شخص لديهم شهادة اخرى أي ما يعادل 44.2% كما هو موضح بالشكل التالي:



تصنيف عينة الدراسة وفقا للمستوى التعليمي

- **أما بالنسبة للخبرة المهنية:** أظهرت النتائج الإحصائية ان، هناك 27 شخص خبرتهم المهنية اقل من 5 سنوات اي ما يعادل 51.9% من عينة الدراسة، وبينما هناك 13 اشخاص خبرتهم المهنية تتراوح من 5 الى 10 سنوات ما يعادل 25.0% من عينة الدراسة، وكذلك هناك 5 اشخاص خبراتهم المهنية تتراوح من 10 الى 15 سنة ما يعادل 9.6% من عينة الدراسة، وأيضا هناك 7 اشخاص تتراوح خبرتهم المهنية من 15 سنة فاكثر ما يعادل 13.5% من عينة الدراسة.



تصنيف العينة وفقا للخبرة المهنية

4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

من أجل التحقق من صدق وثبات المقاييس المستخدمة في الدراسة تم اختبار صدق الاتساق الداخلي للاستبيانات المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة بالإضافة إلى قياس الصدق التقاربي عن طريق قياس متوسط التباين المستخرج (Average Variance Extracted (AVE). بينما تم قياس الثبات للمقاييس المستخدمة في الدراسة عن طريق قياس كلاً من قيمة ألفا كرونباخ Cronbach's، باستخدام برنامج التحليل الإحصائي بالاصدار 28. الفقرات والجداول توضح ذلك.

✦ صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة:

تم اختبار صدق الاتساق الداخلي للمقاييس المستخدمة في قياس متغيرات الدراسة بالإضافة إلى قياس الصدق التقاربي عن طريق قياس متوسط التباين المستخرج Average Variance Extracted(AVE)

- صدق الاتساق الداخلي: يقصد به مدي اتساق كل عبارة من عبارات الاستبانة للمتغير الذي تنتمي إليه، لذا قامت الباحثة بقياس الاتساق الداخلي للاستبيانات من خلال حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمتغير التي تنتمي إليه . وفقاً لدراسة (Kaiser (1974, معامل الارتباط أقل من 0.5 يتم حذفه من الاستبانة.
- الصدق التقاربي Convergent Validity: يتم قياس متوسط التباين بين العبارات التي تقيس نفس المقياس، وذلك عن طريق احتساب متوسط التباين المستخرج AVE, التي يجب ان تكون قيمتها أكبر 0.5 وفقاً لـ (Hair et al. (2006).

← الجداول التالية توضح النتائج الإحصائية الخاصة بـ (معاملات الارتباط الانحراف المعياري، قيمة T المحسوبة، وقيم P- value) بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمتغير لقياس صدق الاتساق الداخلي للاستبيانات. كذلك احتساب قيمة متوسط التباين المستخرج AVE لقياس الصدق التقاربي للاستبيانات وذلك من خلال نموذج المعادلة البنائية، PLS - SEM كما يلي:

جدول 6: صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة للمتغيرات المستقل والتابع:

متوسط التباين المستخرج		P Values	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	KMO	العبارات	المتغير	
0.762	0.745	0.00	0.397	0.932	0.735	A1	حالة الابتكار الساندة	ثقافة الابتكار
		0.00	0.382	0.616		A2		
		0.00	0.445	0.884		A3		
		0.00	0.397	0.551		A4		
	0.673	0.00	0.445	0.728		B1	الجودة والابتكار الاداري	
		0.00	0.617	0.713		B2		
		0.00	0.323	0.570		B3		
		0.00	0.364	0.683		B4		
	0.869	0.00	0.460	0.923		C1	مرونة الابتكار الاداري	
		0.00	0.323	0.854		C2		
		0.00	0.430	0.842		C3		
		0.00	0.444	0.858		C4		
0.741		0.00	0.415	0.715	0.710	D1	نجاح الشركات الناشئة	
		0.00	0.364	0.618		D2		
		0.00	0.415	0.710		D3		
		0.00	0.235	0.418		D4		
		0.00	0.345	0.656		D5		
		0.00	0.379	0.857		D6		
		0.00	0.323	0.903		D7		
		0.00	0.430	0.890		D8		
		0.00	0.487	0.544		D9		
		0.00	0.298	0.882		D10		
		0.00	0.415	0.811		D11		
		0.00	0.487	0.889		D12		

المصدر: من اعداد الطالب بناء على نتائج التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة

✦ يتضح من الجدول بالأعلى:

■ مقياس ثقافة الابتكار: جميع معاملات الارتباط لكل العبارات ترتبط ارتباط قوي مع المتغير التابعة لها، عند قيم أكبر من 0.7 بالإضافة إلى أن قيم كل معاملات الارتباط للعبارات دالة احصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.001، وفقاً لذلك فقد تحقق صدق الاتساق الداخلي للمقياس بأبعاده الثلاثة. كذلك، من النتائج بالأعلى المتعلقة بقيمة متوسط التباين المستخرج AVE، لمتغير ثقافة الابتكار ككل الذي يساوي 0.762، كذلك قيم متوسط التباين المستخرجة لأبعاد ثقافة الابتكار (حالة الابتكار السائدة، الجودة والابتكار الإداري، مرونة الابتكار الإداري) هي 0.868، 0.673، 0.745، على الترتيب وفقاً لذلك فقد تحقق الصدق التقاربي للاستبانة.

■ مقياس نجاح الشركات الناشئة: جميع معاملات الارتباط لكل العبارات ترتبط ارتباط قوي مع المتغير التابعة لها، عند قيم أكبر من 0.7 بالإضافة إلى أن قيم كل معاملات الارتباط للعبارات دالة احصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.001، وفقاً لذلك فقد تحقق صدق الاتساق الداخلي للمقياس. كذلك، من النتائج بالأعلى المتعلقة بقيمة متوسط التباين المستخرج AVE، يتضح أن قيمته لمتغير نجاح الشركات الناشئة هو 0.741 وفقاً لذلك، فقد تحقق الصدق التقاربي للاستبانة.

✦ ثبات أداة الدراسة:

يشير ثبات الاستبيان إلى الاستقرار في نتائج الاستبيان وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية محددة. لقياس ثبات الاستبيانات المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة، تم احتساب قيم ألفا كرونباخ الثبات المركب Composite reliability، وقيمة rho-A بواسطة نموذج المعادلة البنائية SEM-PLS. وقال (Hair et al (2010)، يجب أن تكون القيم الثلاثة أكبر من 0.7، حتى يتحقق الثبات للمقياس

الجدول التالي موضح به القيم المستخرجة من المعادلة البنائية SEM-PLS فيما يتعلق بالثلاث قيم ألفا كرونباخ الثبات المركب Composite reliability.

جدول 7: قياس الثبات لأدات الدراسة

Cronbach's alpha		عدد العبارات	المتغير	
0.869	0.940	4	حالة الابتكار السائدة	ثقافة الابتكار
	0.914	4	الجودة والابتكار الاداري	
	0.956	4	مرونة الابتكار الاداري	
0.902		12	نجاح الشركات الناشئة	

المصدر: من اعداد الطالب بناء على نتائج التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة

✦ يتضح من الجدول بالأعلى أن قيم معاملات الثبات لمقاييس الدراسة كما يلي:

- مقياس ثقافة الابتكار: أظهرت النتائج الاحصائية أن قيم ألفا كرونباخ الثبات المركب Composite reliability هو: 0.869. قيم ألفا كرونباخ الثبات المركب Composite reliability لأبعاد ثقافة الابتكار، على الترتيب هم حالة الابتكار السائدة: (0.940)، الجودة والابتكار الإداري: (0.914)، مرونة

الابتكار الاداري (0.956). مما يشير إلى أن جميع القيم أكبر من 0.8, وقال
(2010) Hair et al, فقد تحقق ثبات المقياس.

■ مقياس نجاح الشركات الناشئة: أظهرت النتائج الاحصائية ان قيم ألفا كرونباخ
الثبات المركب Composite reliability هو: 0.902 قيم ألفا كرونباخ الثبات
المركب Composite reliability مما يشير إلى أن جميع القيم أكبر من 0.9,
وقال (2010) Hair et al, فقد تحقق ثبات المقياس.

← وفقا للنتائج الاحصائية بالأعلى, التي اثبتت صدق وثبات المقاييس المستخدمة في
الدراسة الحالية, مما يعني إمكانية الاعتماد على نتائجها وصلاحيه هذه الاستبانات
للتطبيق والوثوق بها, واستخدامها في إجراء التحليلات الخاصة باختبار فروض
الدراسة.

4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة (الإجابة على أسئلة البحث)

تم قياس استجابات افراد العينة لفقرات المقياس طبقا لمقياس ليكرت الثلاثي, وفق لما يلي:

لا اوافق	محايد	اوافق
3	2	1

وقد تم حساب مستوى الأهمية وفقا للمعادلة التالية:

تم حساب الوزن النسبي المقابل لكل فئة عن طريق ضرب المتوسط
الحسابي $(3 \div 100) = 3\%$

يوضح الجدول 8: دلالة المتوسطات الحسابية، كما يلي :

قيمة المتوسط الحسابي	النتيجة (الاتجاه العام)	الوزن النسبي %	مستوى (درجة) الممارسة / الأهمية
من 1 الى 1.67	اوافق	من 66.67% الى 100%	موافقة مرتفعة
من 1.68 الى 2.34	محايد	من 33.34% الى 66.66%	موافقة متوسطة
من 2.35 الى 3.0	لا اوافق	من 0% الى 33.33%	موافقة منخفضة

يوضح الجدول التالي التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة متمثلة في الأوساط الحسابية بالاعتماد على مقياس ليكرت الثلاثي، والانحرافات المعيارية للمتغيرات طبقاً للجدول المتعلق بدلالة المتوسط الحسابي. حيث يتم النظر إلى دلالة المتوسط الحسابي الموضح في الجدول بالأعلى لمعرفة مستوى ثقافة الابتكار وابعاده، وكذلك مستوى نجاح الشركات الناشئة ككل، وذلك وفقاً لوجهة نظر عينة الدراسة، وذلك كما يلي:

جدول 9: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة

المتغير		المتوسط الحسابي		الانحراف المعياري		الاتجاه العام		مستوى الأهمية	
ثقافة الابتكار	حالة الابتكار السائدة	1.16	1.17	0.297	0.272	اوافق	اوافق	مرتفع	مرتفع
	الجودة والابتكار الاداري	1.20		0.307		اوافق		مرتفع	
	مرونة الابتكار الاداري	1.14		0.337		اوافق		مرتفع	
نجاح الشركات الناشئة		1.14	0.270		اوافق		مرتفع		مرتفع

✦ يتضح من الجدول بأعلى الخاص بالمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لمتغيرات الدراسة ما يلي:

- تظهر نتائج توصيف العينة المتغير المستقل (ثقافة الابتكار): أوضحت النتائج أن الإتجاه العام لمفردات عينة الدراسة هي نسبة الموافقة عالية، مما يدل على تحقيق مستوى مرتفع من ثقافة الابتكار. حيث بلغ المتوسط الحسابي للمتغير ككل (1.17) بنسبة موافقة بلغت (39%) عند إنحراف معياري (0.272)، كذلك أوضحت النتائج الإحصائية الوصفية لأبعاد ثقافة الابتكار، أن الأبعاد الثلاثة لمتغير ثقافة الابتكار (حالة الابتكار السائدة، الجودة والابتكار الإداري، مرونة الابتكار الإداري) جاء الأتجاه العام لها من قبل مفردات عينة الدراسة

هو مستوى الموافقة عالي عند مستوى تطبيق مرتفع, حيث نجد أن المتوسط الحسابي لبعـد(حالة الابتكار السائدة) هو (1.16) بنسبة موافقة (38.6%) عند إنحراف معياري (0.297), المتوسط الحسابي لبعـد (الجودة والابتكار الإداري) هو (1.20) بنسبة موافقة حوالي (40%) عند إنحراف معياري (0.307), بلغ المتوسط الحسابي لبعـد(مرونة الابتكار الإداري) هو (1.14) بنسبة موافقة (38%) عند إنحراف معياري(0.337).

■ تظهر نتائج توصيف العينة المتغير التابع (نجاح الشركات الناشئة): أوضحت النتائج أن الإتجاه العام لمفردات عينة الدراسة هي النجاح، مما يدل على تحقيق مستوى مرتفع من نجاح الشركات الناشئة في شركة تمارا بالرياض بالمملكة العربية السعودية و حيث بلغ المتوسط الحسابي للمتغير ككل (1.14) بنسبة موافقة بلغت (38%) عند إنحراف معياري (0.270).

← وفقاً للنتائج الوصفية لمتغيرات الدراسة، أشارت النتائج الإحصائية الوصفية فيما يتعلق بالمتغير المستقل (ثقافة الابتكار وابعادها) إلى أن الاتجاه العام لدى عينة الدراسة هو الموافقة وأن تطبيقه من وجهة نظر الموظفين في شركة تمارا بمدينة الرياض مرتفع، بينما كانت النتائج الإحصائية الوصفية للمتغير التابع (نجاح الشركات الناشئة ككل) ذات مستوى مرتفع من وجهة نظر الموظفين في شركة تمارا بمدينة الرياض, وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة.

معاملات الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة:

يعرض الجدول التالي معاملات الارتباط الخطي (لبيرسون) بين متغيرات الدراسة، والتي تم قياسها باستخدام SPSS-V 28 وذلك على النحو التالي:

جدول 10: معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة

المتغير	ثقافة الابتكار	حالة الابتكار السائدة	الجودة والابتكار الإداري	مرونة الابتكار الإداري	نجاح الشركات الناشئة
ثقافة الابتكار	Pearson Correlation	.838**	.930**	.837**	.892**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52
حالة الابتكار السائدة	Pearson Correlation	1	.753**	.680**	.882**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52
الجودة والابتكار الإداري	Pearson Correlation	.837**	.464**	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52
مرونة الابتكار الإداري	Pearson Correlation	.892**	.795**	.882**	.657**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52
نجاح الشركات الناشئة	Pearson Correlation	.892**	.795**	.882**	.657**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

✦ الارتباط الخطي ثقافة الابتكار وابعادها (كمتغير مستقل) و نجاح الشركات الناشئة (كمتغير تابع):

■ تبين وجود ارتباط معنوي قوي موجب (0.892) بين ثقافة الابتكار وأبعادها كمتمغير مستقل و نجاح الشركات الناشئة كمتمغير تابع عند مستوى دلالة أقل من (0.01).

■ تبين وجود ارتباط معنوي قوي موجب بين كل بعد من ثقافة الابتكار (حالة الابتكار السائدة، الجودة والابتكار الاداري، مرونة الابتكار الاداري).

■ عند معامل ارتباط: 0.837، 0.930، 0.838، على الترتيب، كمتمغيرات مستقلة عند مستوى دلالة أقل من (0.01) وبين نجاح الشركات الناشئة كمتمغير تابع.

← يلاحظ مما سبق أن قيم معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة مرتفعة، ومما يدل على قوة هذا الارتباط.

✦ الارتباط الخطي بين ثقافة الابتكار وبين متغير ثقافة الابتكار ككل، وبين بعضها البعض:

■ يتضح من نتائج الجدول السابق وجود ارتباط موجب معنوي قوي بين ثقافة الابتكار وبين أبعادها (حالة الابتكار السائدة، الجودة والابتكار الاداري، مرونة الابتكار الاداري) عند مستوى دلالة (0.01).

4.5. اختبارات الفرضيات ومناقشة النتائج

يتعلق هذا الجزء باختبار صحة الفرض الرئيسي للدراسة وما يتبعه من فروض فرعية, ويتم عرض النتائج الإحصائية التي تم التوصل إليها باستخدام كلا من الحزمة الإحصائية SPSS V, 28, SEM-PLS. على النحو التالي:

✦ الفرض الرئيسي للدراسة:

- توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة.

ويتفرع من هذا الفرض الرئيسي فروضا فرعية كما يلي:

- ف: توجد علاقة إيجابية ذات دلالة معنوية بين حالة الابتكار السائدة ونجاح الشركات الناشئة.
- ف: توجد علاقة إيجابية ذات دلالة معنوية بين الجودة والابتكار الإداري ونجاح الشركات الناشئة.
- ف: توجد علاقة إيجابية ذات دلالة معنوية بين مرونة الابتكار الإداري ونجاح الشركات الناشئة.

✦ نتائج اختبار الفرض الرئيس للدراسة:

- ينص هذا الفرض على انه "- توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة.

← ولاختبار هذا الفرض تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression Analysis بين ثقافة الابتكار (اجمالا) محل الدراسة كمتغير مستقل و نجاح الشركات الناشئة كمتغير تابع.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.795	.791	.12348

a. Predictors: (Constant), ثقافة الابتكار

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.953	1	2.953	193.702	<.001 ^b
	Residual	.762	50	.015		
	Total	3.716	51			

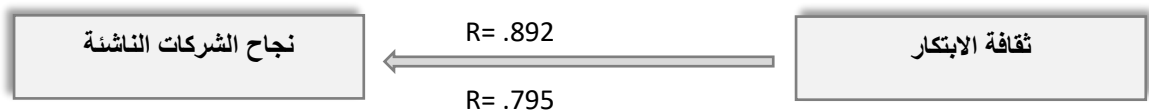
a. Dependent Variable: نجاح الشركات الناشئة

b. Predictors: (Constant), ثقافة الابتكار

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
(Constant)	.109	.076		1.439	.156	-.043	.262
ثقافة الابتكار	.884	.064	.892	13.918	<.001	.757	1.012

a. Dependent Variable: نجاح الشركات الناشئة



✦ يتضح من الجدول بالأعلى ما يلي:

- يشير مستوى المعنوية لاختبار (F) وهو (sig) أقل من (0.01) مما يشير إلى معنوية نموذج الانحدار الخطي البسيط عند مستوى دلالة (0.01).

▪ وتشير قيمة معامل الارتباط ($R = 0.892$) إلى وجود ارتباط موجب قوية بين ثقافة الابتكار (اجمالاً) ونجاح الشركات الناشئة.

▪ يشير معامل التحديد المعدل (R^2) إلى أن (79.5%) من التباين الحاصل ونجاح الشركات الناشئة يمكن تفسيره من خلال التباين في مستوى ثقافة الابتكار.

▪ تشير قيمة (ت) (T.Value) إلى معنوية معامل الانحدار بيتا (B) ، حيث أن مستوى الدلالة المحسوب لاختبار (ت) أقل من (0.01).

← وبناءً على النتائج السابقة يتم قبول صحة الفرض الرئيسي الذي ينص على وجود علاقة ارتباط ايجابية ذات دلالة إحصائية بين ثقافة الابتكار (اجمالاً) كمتغير مستقل ونجاح الشركات الناشئة كمتغير تابع.

✦ نتائج اختبار الفرض الفرعي الأول والثاني والثالث للدراسة:

▪ ينص هذا الفرض الفرعي الأول على أنه "توجد علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين حالة الابتكار السائدة ونجاح الشركات الناشئة" يختبر هذا الفرض العلاقات المباشرة بين حالة الابتكار السائدة محل الدراسة كمتغير مستقل، ونجاح الشركات الناشئة كمتغير تابع.

▪ ينص هذا الفرض الفرعي الثاني على أنه "توجد علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية الجودة والابتكار الإداري ونجاح الشركات الناشئة" يختبر هذا الفرض العلاقات المباشرة بين الجودة والابتكار الإداري محل الدراسة كمتغير مستقل، ونجاح الشركات الناشئة كمتغير تابع.

▪ ينص هذا الفرض الفرعي الثالث على أنه "لا توجد علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين مرونة الابتكار الإداري ونجاح الشركات الناشئة" يختبر هذا الفرض العلاقات المباشرة بين مرونة الابتكار الإداري محل الدراسة كمتغير مستقل، ونجاح الشركات الناشئة كمتغير تابع.

← ولاختبار هذا الفرض تم استخدام أسلوب التحليل الانحدار الخطي البسيط

.Simple Linear Regression Analysis

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.909 ^a	.827	.816	.11576

a. Predictors: (Constant), مرونة الابتكار الاداري, حالة الابتكار السائدة, الجودة والابتكار الإداري

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.073	3	1.024	76.429	<.001 ^b
	Residual	.643	48	.013		
	Total	3.716	51			

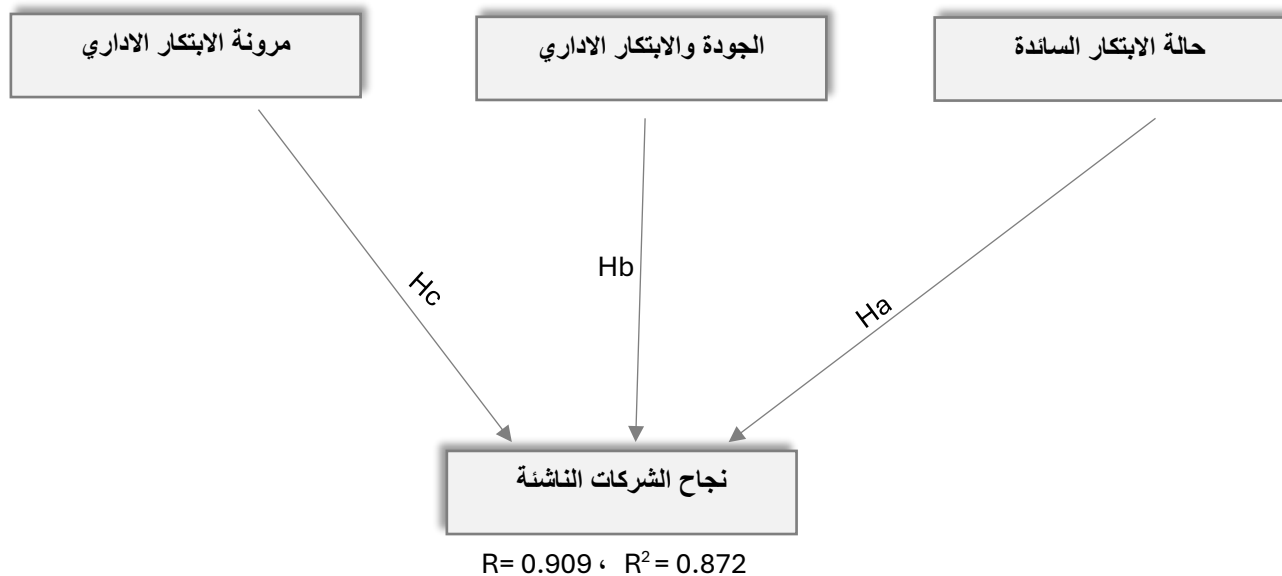
a. Dependent Variable: نجاح الشركات الناشئة

b. Predictors: (Constant), مرونة الابتكار الاداري, الجودة والابتكار الاداري, حالة الابتكار السائدة

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
(Constant)	.103	.072		1.426	.160	-.042-	.247
حالة الابتكار السائدة	.289	.083	.318	3.463	.001	.121	.456
الجودة والابتكار الاداري	.486	.098	.551	4.975	<.001	.289	.682
مرونة الابتكار الاداري	.107	.066	.134	1.626	.110	-.025-	.240

a. Dependent Variable: نجاح الشركات الناشئة



✦ يتضح من الجدول بالأعلى ما يلي:

- يشير مستوى المعنوية لاختبار (F) وهو (sig) اقل من (0.01) مما يشير إلى معنوية نموذج الانحدار الخطي البسيط عند مستوى دلالة (0.01).
- وتشير قيمة معامل الارتباط ($R=0.909$) وجود ارتباط موجب قوي بين ابعاد ثقافة الابتكار (حالة الابتكار السائدة، الجودة والابتكار الاداري، مرونة الابتكار الاداري) و نجاح الشركات الناشئة.
- يشير معامل التحديد المعدل (R^2) إلى أن (82.7%) من التباين الحاصل نجاح الشركات الناشئة يمكن تفسيره من خلال التباين في مستوى ابعاد ثقافة الابتكار.
- تشير قيمة (ت) (T.Value) إلى معنوية معامل الانحدار بيتا (B) ، حيث أن مستوى الدلالة المحسوب لاختبار (ت) (0.01).

← وبناءً على النتائج السابقة تم قبول صحة الفرض الفرعي الأولى والثانية الذي تنص على وجود علاقة ارتباط ايجابية ذات دلالة إحصائية بين حالة الابتكار السائدة والجودة والابتكار الاداري كمتغير مستقل ونجاح الشركات الناشئة كمتغير تابع. بينما لم يتم اثبات صحة الفرضية الثالثة والذي تنص على وجود ارتباط علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مرونة الابتكار الاداري كمتغير مستقل ونجاح الشركات الناشئة كمتغير تابع.

4.6. الخاتمة

في هذا الفصل، تم تحليل البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، بما في ذلك التحليل الوصفي واختبارات الفرضيات. أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة، مما يعكس أهمية تعزيز ثقافة الابتكار داخل المؤسسات.

تُظهر التحليلات أن المتغيرات المستقلة، مثل حالة الابتكار السائدة، والجودة والابتكار الإداري، ومرونة الابتكار الإداري، تؤثر بشكل كبير على نجاح الشركات الناشئة. حيث أظهرت النتائج أن الشركات التي تستثمر في تعزيز هذه العوامل تستطيع تحسين أدائها وزيادة قدرتها التنافسية في السوق.

تم التحقق من صحة الفرضيات من خلال استخدام نماذج تحليل الانحدار، حيث تم التأكيد على أن التحسين المستمر في ثقافة الابتكار يساهم في رفع مستوى الأداء المؤسسي. ويؤكد هذا الفصل على ضرورة تعزيز بيئة الابتكار داخل الشركات الناشئة لضمان استمراريتها ونجاحها في ظل التغيرات السريعة في السوق.

ختامًا، تشير النتائج إلى أن الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية، مثل شركة تمارا، تحتاج إلى تبني استراتيجيات مبتكرة تدعم ثقافة الابتكار لتعزيز قدرتها على المنافسة والنمو في بيئة الأعمال المتغيرة.

5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية

يُعد هذا الفصل خاتمة الدراسة التي تناولت أثر ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة من خلال دراسة حالة شركة تمارا في قطاع التقنية بالمملكة العربية السعودية. وقد سعت الدراسة إلى توضيح العلاقة بين أبعاد ثقافة الابتكار (الابتكار السائد، الجودة والابتكار الإداري، ومرونة الابتكار الإداري) وبين نجاح الشركات الناشئة، حيث أصبح الابتكار عنصرًا حاسمًا في استدامة ونمو المنظمات ضمن بيئة تنافسية تتسم بسرعة التطور التكنولوجي وتغير احتياجات العملاء.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لفهم طبيعة العلاقة بين المتغيرات، واستخدمت الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من موظفي شركة تمارا، إذ تم تحليل النتائج إحصائيًا للتأكد من صحة الفرضيات واختبار العلاقة بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركات الناشئة. أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين ثقافة الابتكار ونجاح الشركة، مما يؤكد أهمية تبني بيئة إبداعية داعمة للأفكار الجديدة في تعزيز الأداء المؤسسي والاستمرارية في السوق.

✦ محددات الدراسة

رغم ما حققته هذه الدراسة من نتائج مهمة، إلا أنها واجهت عددًا من المحددات التي يمكن أن تؤثر على درجة تعميم نتائجها، ومن أبرزها ما يلي:

- **محددات زمنية:** أجريت الدراسة خلال العام الدراسي 1447هـ - 2025م، وهو ما يجعل النتائج مرتبطة بالظروف الزمنية التي كانت سائدة آنذاك.
- **محددات مكانية:** اقتصرَت الدراسة على شركة تمارا في قطاع التقنية بالرياض، وبالتالي فإن تعميم النتائج على شركات أخرى في قطاعات مختلفة يجب أن يتم بحذر.
- **محددات بشرية:** تم تطبيق الاستبانة على عينة محددة من موظفي الشركة، مما يعني أن النتائج تعبر عن وجهات نظرهم فقط دون تمثيل كامل لجميع فئات العاملين في قطاع التقنية.

- **محددات منهجية:** اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وهو منهج لا يُمكن من إثبات العلاقات السببية بشكل قاطع، بل يكتفي بتوضيح طبيعة العلاقة الارتباطية بين المتغيرات.
- **محددات متعلقة بالأداة:** قد تتأثر إجابات المشاركين بعوامل شخصية أو نفسية، كالرغبة في إعطاء إجابات مثالية أو تجنب النقد، مما قد يؤثر جزئياً على دقة النتائج.

✦ الدراسات المستقبلية

- استناداً إلى نتائج الدراسة الحالية، يُوصى بأن تتناول الدراسات المستقبلية المحاور التالية:
- إجراء دراسات مماثلة في شركات ناشئة أخرى داخل المملكة لمقارنة نتائجها مع حالة شركة تمارا.
 - توسيع نطاق البحث ليشمل عوامل تنظيمية أخرى مثل القيادة الابتكارية، أو إدارة المعرفة، أو رأس المال البشري وعلاقتها بنجاح الشركات الناشئة.
 - دراسة أثر ثقافة الابتكار على الأداء المالي والتسويقي للشركات الناشئة، مما يتيح فهماً أعمق للأثر الاقتصادي للابتكار.
 - استخدام مناهج بحثية كمية ونوعية معاً للحصول على رؤية أكثر شمولية حول واقع الابتكار في بيئة الأعمال السعودية.
 - دراسة تأثير البيئة التنظيمية والسياسات الحكومية في دعم الابتكار وريادة الأعمال في المملكة في ضوء رؤية 2030.

5.2. توصيات الدراسة

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 عنصرًا أساسيًا 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 ريادية 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.

5.3. الخاتمة

ختامًا، توصلت هذه الدراسة إلى أن ثقافة الابتكار تمثل حجر الأساس في نجاح الشركات الناشئة، خصوصًا في بيئات الأعمال المعاصرة التي تتسم بسرعة التغير وشدة المنافسة. فقد أثبتت النتائج أن تبني بيئة عمل محفزة على الإبداع يسهم في تحقيق كفاءة تشغيلية أعلى، ويزيد من فرص البقاء والنمو في السوق.

كما أوضحت الدراسة أن الأبعاد الثلاثة لثقافة الابتكار (الابتكار السائد، الجودة والابتكار الإداري، ومرونة الابتكار الإداري) تلعب دورًا تكامليًا في دعم نجاح الشركات الناشئة.

وفي ضوء رؤية المملكة 2030، يُعد تعزيز ثقافة الابتكار أحد المداخل الأساسية لتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة وتنويع مصادر الدخل. ومن هنا، تبرز أهمية تمكين الشركات الناشئة من تبني سياسات ابتكارية مرنة، وتوفير الدعم المؤسسي والتمويلي اللازم لاستمرارها ونموها.

إن الدراسة الحالية تقدم إسهامًا معرفيًا وتطبيقيًا في مجال إدارة الأعمال، وتؤكد أن مستقبل الشركات الناشئة يعتمد بدرجة كبيرة على مدى قدرتها على ترسيخ ثقافة ابتكار مستدامة تجعلها قادرة على مواجهة التحديات، واستغلال الفرص المتاحة بفعالية وكفاءة.

قائمة المراجع

المراجع العربية:

- أسماء الصالح. (2021). عوائق وتحديات بناء ثقافة الابتكار في منظمات القطاع الخدمي في منطقة المدينة المنورة. مجلة جامعة الاستقلال للأبحاث، 6(1).
- احمد محمد علي مخيمر, & سعد محمد. (2023). دور الادارة الاستراتيجية في نجاح شركات التجارة الالكترونية من خلال زيادة رضاء العملاء ورضاء الموردين والقدرة التنافسية. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 14(3)، 766-805.
- العتبي، س. (2021). دور القيادة التحويلية في تعزيز ثقافة الابتكار داخل المؤسسات الريادية. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة بغداد، 28(4)، 112-130.
- العنزي، خ. (2022). أثر الابتكار التنظيمي في نجاح الشركات الريادية في المملكة العربية السعودية. مجلة جامعة الملك سعود للدراسات الإدارية، 34(1)، 88-104.
- 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 عبدالعزيز، 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.
- الزعبي، أ. (2021). دور ثقافة الابتكار في تعزيز القدرة التنافسية للشركات الناشئة. المجلة الأردنية للإدارة والأعمال، 17(2)، 55-72.
- الزعبي، خ. (2022). أثر ثقافة الابتكار في تطوير أداء المؤسسات الريادية: دراسة ميدانية في قطاع الأعمال الأردني. مجلة جامعة عمان الأهلية للعلوم الإدارية والاقتصادية، 19(3)، 44-61.
- الشمري، ع. (2022). أثر الابتكار التنظيمي في تعزيز التنافسية: دراسة تحليلية في الشركات الناشئة. مجلة جامعة الملك سعود للعلوم الإدارية، 34(2)، 77-98.
- 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.

- جباري، شوقي، قطراني، & زهيرة. (2023). مرتكزات نجاح الشركات الناشئة الجزائرية - تجربة يسير نموذجاً. مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، 5(3)، 264-282.
- جلاب، ع. (2025). دور الابتكار في نجاح المؤسسة الناشئة: دراسة حالة مؤسستي ISPAQ INDISTRY و POUEL NET. المجلة الجزائرية للعلوم الاقتصادية والإدارية. (ASJP)
- صلاح الدين عواد الكبيسي، & عبد الستار ابراهيم دهام. (2007). التعلم المنظمي وأثره في نجاح المنظمات: دراسة ميدانية في شركات وزارة الإعمار والإسكان في العراق Journal . of Economics and Administrative Sciences, 13(45)، 135-135.
- طرشاني، & سهام. (2019). ثقافة الابتكار الإداري كمدخل استراتيجي لتدعيم الميزة التنافسية للمؤسسة الخدمية-دراسة حالة مؤسسة موبيليس وكالة عين الدفلى. recherches économiques, 14(2), 27-47.
- 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.
- د. وفية نقيري. (2025). دراسة استكشافية لعوامل نجاح الشركات الناشئة في المغرب. مجلة بوابة الباحثين للدراسات والأبحاث، 1(2)، 771-808.
- 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، دغريز، & بن يوب. (2023). دور التجارة الإلكترونية في تعزيز الميزة التنافسية لدى المؤسسات الناشئة - تجربة يسير. مجلة غير محددة التفاصيل الكاملة.

- Abdellah, A. O., Abdelkarim, A., Hijazi, M. E., et al. (2025). The role of organizational culture in driving managerial innovation: Evidence from Moroccan startups. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14, 84.
- Al-Khalifa, N. (2021). Innovation culture as a driver for customer satisfaction in startups. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 10(3), 1–9.
- Al-Saied, M., McLaughlin, P., Afy-Shararah, M., Patsavellas, J., & Alkhoraif, A. (2025). Cultural dynamics and ambidextrous innovation: Insights from Saudi Arabia's project-based organizations. *Administrative Sciences*, 15(4), 116.
- Al-Shammari, A. (2020). Innovation culture and startup success: Evidence from emerging economies. *Journal of Business Research*, 115, 210–218.
- 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.

- Bayhan, A., & Korkmaz, T. (2021). Innovation management practices as a driver for organizational innovation culture. *Journal of Innovation Management*, 9(3), 45-62.
- 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.
- Chen, Z., Huang, S., Liu, C., & Zhou, L. (2018). Fit between organizational culture and innovation strategy: Implications for innovation performance. *Sustainability*, 10(10), 3378.
- Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business School Press.
- Dimitrova, R. (2018). Innovation culture as a driver for corporate success. *Journal of Business Research*, 92, 45-54.

- FBA Journal. (2023). Innovative culture is a pivotal driver of a firm's innovation excellence. FBA Journal.
- Fiorentino, R., et al. (2024). Productivity of innovation: The effect of innovativeness on start-up survival. The Journal of Technology Transfer.
- 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.
- Hassan, M. (2019). The impact of organizational innovation on financial performance of startups. International Journal of Innovation Management, 23(5), 1–15.
- 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 Journal of Management and Data Analytics*, 2(1).
- 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.
- The Definition of a Successful Startup Is Surprisingly Complex. (2025).
- The Influence of Company Culture on Startup Financial Performance. (2019). *Journal of Social Entrepreneurship and Creative Technology*.
- 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).

قائمة الملاحق

الملاحق

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته...

أتقدم لحضراتكم الكرام بطلب تعبئة هذا الاستبانة بغرض إتمام مشروع التخرج الخاص بحصولي على شهادة الماستر بتخصص إدارة أعمال.

يتناول بحثي عنوان " أثر ثقافة الابتكار في نجاح الشركات الناشئة: دراسة حالة شركة تمارا في قطاع التقنية بالرياض بالملكة العربية السعودية" والذي يهدف إلى إضافة نتائج علمية جديدة يمكن الاستفادة منها، لهذا ارجو من حضراتكم اختيار الإجابات بناء على المصادقية والواقعية لخدمة غرض هذا البحث.

يرجى العلم انه سيتم الحفاظ والتعامل مع معلوماتكم وبياناتكم الشخصية بكل سرية ولن يتم استخدامها خارج إطار هذا البحث.

شاكر لكم حسن تعاونكم ووقتكم.

البيانات الشخصية

الجنس:

☐ ذكر ☐ انثى

العمر:

☐ اقل من 25 ☐ 26 – 30 ☐ 31 – 35 ☐ اكبر من 40

التعليم:

☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ اخرى

الخبرة:

☐ اقل من 5 سنوات ☐ من 5 إلى 10 سنوات ☐ من 10 إلى 15 سنة ☐ من 15 سنة فأكثر

استبيان ثقافة الابتكار (المتغير المستقل)

المتغير	الابعاد	الفقرات	وافق	محايد	لا اوافق
ثقافة الابتكار	حالة الابتكار السائدة	تسعى شركة تمارا إلى تقديم حلول ومنتجات تقنية مبتكرة ومميزة مقارنة بمنافسيها الرئيسيين.			
		تحرص شركة تمارا على أن تكون جودة خدماتها التقنية أعلى من جودة الخدمات التي يقدمها المنافسون.			
		تعمل شركة تمارا على استقطاب الكفاءات المبدعة والابتكارية في مجال التقنية لدعم مسيرة الابتكار.			
		تولي شركة تمارا اهتمامًا كبيرًا بالبحث والتطوير لتحسين منتجاتها التقنية مقارنة بالمنافسين.			
	الجودة والابتكار الاداري	تحرص شركة تمارا على ترسيخ ثقافة الجودة والابتكار في جميع إداراتها وأقسامها.			
		تمتلك شركة تمارا نظامًا متكاملًا يضمن جودة الخدمات التقنية التي تقدمها.			
		تأخذ إدارة شركة تمارا الأفكار الابتكارية التي يقترحها الموظفون بعين الاعتبار لتطوير الأداء.			
		لدى شركة تمارا توجهات واضحة لاستكشاف مجالات جديدة في قطاع التقنية لتعزيز قدرتها التنافسية.			
	مرونة الابتكار الاداري	تتمتع شركة تمارا بالقدرة على التكيف بسرعة مع التغيرات التقنية في السوق.			
		تمتلك شركة تمارا مرونة في تعديل استراتيجياتها بما يتناسب مع متطلبات البيئة التنافسية في قطاع التقنية.			
		تسعى شركة تمارا باستمرار إلى تحقيق ميزة تنافسية من خلال الإبداع والابتكار في خدماتها التقنية.			
		تستفيد شركة تمارا من نقاط قوتها الداخلية لاقتناص الفرص الجديدة في بيئة التقنية الرقمية.			

استبيان نجاح الشركات الناشئة (المتغير التابع)

المتغير	الفقرات	اوافق	محايد	لا اوافق
نجاح الشركات الناشئة	تسهم الحلول التقنية المبتكرة في شركة تمارا في توفير خيارات متعددة تلبي احتياجات العملاء.			
	تمكّن خدمات شركة تمارا التقنية العملاء من الحصول على حلول مالية رقمية بسهولة وبتكلفة مناسبة.			
	توفر شركة تمارا معلومات كافية وواضحة حول خدماتها التقنية لعملائها عبر المنصات الإلكترونية.			
	تساهم شركة تمارا في تعزيز تبادل المعلومات والخدمات مع عملائها من خلال قنوات رقمية مبتكرة.			
	تتنوع الوسائل التقنية في شركة تمارا لعرض وتقديم خدماتها بطريقة تفاعلية تجذب العملاء.			
	تعتمد شركة تمارا على أنظمة إلكترونية تسهّل التواصل السريع والمباشر مع العملاء.			
	تتيح شركة تمارا لعملائها إمكانية مقارنة خدماتها مع الشركات المنافسة بسهولة عبر منصاتها الرقمية.			
	تمكّن شركة تمارا العملاء من تقييم خدماتها التقنية والمشاركة بآرائهم لتحسين جودة الأداء.			
	توضح شركة تمارا سياساتها المتعلقة بالخدمات الرقمية (كالاسترجاع والدفع) بشكل مبسط وواضح للعملاء.			
	تعتمد شركة تمارا على آراء العملاء واقتراحاتهم لتحسين جودة خدماتها التقنية بشكل مستمر.			
	تعمل شركة تمارا على تطوير خدمات جديدة باستمرار لمواكبة احتياجات العملاء المتغيرة في سوق التقنية.			
	تسهم الخدمات الرقمية التي تقدمها شركة تمارا في تعزيز رضا العملاء وزيادة ولائهم للشركة.			

ocean University

Faculty of Management

Department/ Business Administration



**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.**

Student name:

Khalid Saad Alzahrani

Supervisor

Dr. Alfaisal Hasan

**Faculty member- Faculty of management- Midocean
University**

Academic year:

2025- 1447