

تحليل تأثير التكنولوجيا في استراتيجية الاعمال في الشركات الناشئة

اسم الطالب

سارة محمد علي السهيمي

2021201288

مشروع تخرج -2

كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

اشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس -كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الثاني -2024

ملخص المشروع الأول:

تناول هذه الدراسة تأثير التكنولوجيا على استراتيجية الأعمال في الشركات الناشئة، وتبحث في كيفية استخدام التكنولوجيا لتعزيز الأداء وتحقيق التميز التنافسي. وتسلط الدراسة الضوء على أهمية التكنولوجيا في تحسين عمليات الابتكار وتطوير المنتجات، وجذب الاستثمار وتوسيع نطاق النمو، والتفاعل مع السوق، وتحسين استراتيجيات التسويق.

الفصل الأول: مفهوم التكنولوجيا وأهميتها في سياق الشركات الناشئة:

- يقدم هذا الفصل تعريفًا للتكنولوجيا وأهميتها للشركات الناشئة، ويوضح كيف يمكن للتكنولوجيا أن تمكن الابتكار، وتحسن الكفاءة والإنتاجية، وتعزز التواصل والتسويق، وتحسن عملية تحليل البيانات واتخاذ القرارات، وتساهم في التوسع والنمو.
- يتناول الفصل أيضًا أمثلة على كيفية استخدام الشركات الناشئة للتكنولوجيا لتحسين عملياتها الداخلية، مثل أتمتة العمليات، والتخزين السحابي، والتعاون عبر الإنترنت، وتحليل البيانات، واستخدام الروبوتات والذكاء الاصطناعي.

الفصل الثاني: تأثير التكنولوجيا على عمليات الابتكار وتطوير المنتجات:

- يبحث هذا الفصل في تأثير التكنولوجيا على عمليات الابتكار وتطوير المنتجات في الشركات الناشئة.
- يوضح الفصل كيف يمكن للتكنولوجيا أن توفر وسائل وأدوات جديدة للابتكار، وتعزز التعاون والتفاعل في عمليات الابتكار، وتساهم في تسريع وتحسين عمليات تطوير المنتجات، وتوسع حدود الابتكار.

- يستعرض الفصل أيضاً بعض التقنيات الحديثة التي يمكن استخدامها في عمليات الابتكار وتطوير المنتجات، مثل الذكاء الاصطناعي، وتقنيات الواقع الافتراضي والمعزز، والطباعة ثلاثية الأبعاد، وتحليل البيانات الضخمة، والروبوتات والأتمتة، وإنترنت الأشياء، وتقنيات البلوكتشين، والتحليل التنبؤي، والتصنيع الذكي، والتصميم التجريبي والتفاعلي.

الفصل الثالث: جذب الاستثمار وتوسيع نطاق النمو:

- يركز هذا الفصل على دور التكنولوجيا في جذب الاستثمار وتوسيع نطاق النمو في الشركات الناشئة.
- يشرح الفصل كيف يمكن للتكنولوجيا أن تجذب الاستثمار من خلال تقديم حلول مبتكرة وتقليل التكاليف وزيادة القيمة المضافة.

- يوضح الفصل أيضاً كيف يمكن للتكنولوجيا أن تساعد الشركات الناشئة على التوسع والوصول إلى أسواق جديدة، وتعزيز الابتكار والتطوير المستمر.

الفصل الرابع: تأثير التكنولوجيا على التفاعل مع السوق وتحسين استراتيجيات التسويق:

- يتناول هذا الفصل تأثير التكنولوجيا على تفاعل الشركات مع السوق وتحسين استراتيجيات التسويق.
- يوضح الفصل كيف تساهم التكنولوجيا في زيادة التواصل والتفاعل مع العملاء، وتحسين تجربة العملاء، وتحسين استهداف الجمهور، وزيادة كفاءة العمليات التسويقية، وتعزيز الابتكار والإبداع في استراتيجيات التسويق.

الاستنتاجات:

- تؤكد الدراسة على الدور الحاسم للتكنولوجيا في نمو وازدهار الشركات الناشئة، حيث توفر لها فرصاً متعددة ومزايا تنافسية.
- تشدد الدراسة على أهمية مواكبة التطورات التكنولوجية واستخدامها بشكل استراتيجي لتعزيز النجاح في سوق الأعمال الديناميكي.

التوصيات:

- توصي الدراسة الشركات الناشئة بالاستثمار في تحليلات البيانات الضخمة، والتواجد القوي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، واعتماد التسويق الرقمي، واستخدام التكنولوجيا المتقدمة في التسويق، والاستثمار في تجربة المستخدم، والتوجه نحو التسويق الشخصي، وتحقيق التكامل بين القنوات التسويقية، والتحول إلى التسويق الهاتفي، والتعاون مع شركات التكنولوجيا، والتعلم المستمر والابتكار.

2. كيفية الحصول على الاستبانة:

1. ما هو قطاع عمل شركتك الناشئة؟ (على سبيل المثال: تكنولوجيا، تجارة إلكترونية، خدمات، غير ذلك)
2. ما هي التقنيات الرئيسية التي تستخدمها شركتك الناشئة في عملياتها (مثل: الذكاء الاصطناعي، الحوسبة السحابية، تحليلات البيانات، غير ذلك)
3. كيف ساهمت التكنولوجيا في تحسين كفاءة عمليات شركتك؟ (مثل: أتمتة المهام، تحسين إدارة المخزون، تقليل التكاليف، غير ذلك)
4. هل استخدمت التكنولوجيا لتطوير منتجات أو خدمات جديدة؟ (نعم/لا)

5. كيف ساعدتك التكنولوجيا في الوصول إلى عملاء جدد أو أسواق جديدة؟ (مثل: وسائل التواصل الاجتماعي، التسويق الرقمي، التجارة الإلكترونية، غير ذلك)
6. ما هي التحديات الرئيسية التي تواجهها شركتك في استخدام التكنولوجيا؟ (مثل: تكلفة التكنولوجيا، نقص المهارات التقنية، صعوبة التكامل، غير ذلك)
7. هل تعتقد أن التكنولوجيا ساهمت في جذب الاستثمارات لشركتك؟ (نعم/لا)
8. ما هي التقنيات التي تعتقد أنها ستكون الأكثر تأثيراً على مستقبل شركتك الناشئة؟
9. ما هي النصيحة التي تقدمها للشركات الناشئة الأخرى حول استخدام التكنولوجيا؟
10. هل هناك أي شيء آخر تود إضافته حول تجربتك مع استخدام التكنولوجيا في شركتك الناشئة؟

3. نموذج جوجل خاص بأسئلة الاستبيان:

بناءً على المعلومات المتوفرة في الملف المرفق، قمت بإنشاء نموذج Google Form يحتوي على

أسئلة الاستبيان. يمكنك الوصول إلى النموذج من خلال الرابط التالي:

[رابط نموذج جوجل]

4. جدول المتغيرات البحث/أبعاده/المراجع:

عدد العناصر	البعد	المتغير
2	الكفاءة والإنتاجية	التكنولوجيا
1	التواصل والتسويق	التكنولوجيا

1	تحليل البيانات واتخاذ القرارات	التكنولوجيا
1	التوسع والنمو	التكنولوجيا
1	الابتكار	التكنولوجيا
1	جذب الاستثمار	التكنولوجيا
1	التفاعل مع السوق	التكنولوجيا
2	استراتيجيات التسويق	التكنولوجيا

الفصل الأول: منهجية البحث ج1

تصميم البحث

تصميم البحث هو الخطة العامة التي توجه الباحث في جمع وتحليل البيانات. في هذه الدراسة، سيتم استخدام تصميم بحث مختلط يجمع بين البحث النوعي والكمي لتحقيق الأهداف المرجوة. سنقوم بتوضيح كل نوع من الأبحاث كما يلي:

البحث النوعي

سيتم استخدام البحث النوعي للحصول على فهم عميق لتجارب وممارسات الشركات الناشئة في تطبيق استراتيجيات الابتكار. سيتم جمع البيانات من خلال المقابلات الشخصية والمجموعات البؤرية مع مديري الابتكار والعاملين في الشركات الناشئة.

البحث الكمي

سيتم استخدام البحث الكمي لتحليل البيانات المجمعة من الاستبيانات وتقديم استنتاجات كمية حول تأثير استراتيجيات الابتكار على أداء الشركات الناشئة. سيتم استخدام أدوات إحصائية لتحليل البيانات مثل برنامج SPSS.

2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

التعريفات الإجرائية هي التفسيرات المحددة التي تقدمها الدراسة لمتغيراتها، حيث تضع حدودًا واضحة لما تعنيه هذه المتغيرات وكيف سيتم قياسها.

المتغيرات المستقلة

- استراتيجيات الابتكار: وتشمل تطوير التكنولوجيا، التحسين المستمر، الإبداع في المنتجات والخدمات. سيتم قياس هذه المتغيرات من خلال استبانة مخصص يتناول مدى تطبيق كل استراتيجية ونوعية الابتكارات المستخدمة.

المتغيرات التابعة

- أداء الشركات الناشئة: ويشمل النمو المستدام، زيادة الحصة السوقية، وتحسين رضا العملاء. سيتم قياس هذا المتغير من خلال مؤشرات الأداء الرئيسية مثل الإيرادات، عدد العملاء الجدد، ومستويات رضا العملاء.

3. أدوات البحث

أدوات البحث هي الوسائل التي يستخدمها الباحث لجمع البيانات وتحليلها. في هذه الدراسة، سيتم استخدام الأدوات التالية:

أدوات البحث النوعي

- **المقابلات الشخصية:** ستجرى مع مديري الابتكار والعاملين في الشركات الناشئة للحصول على رؤى عميقة حول استراتيجيات الابتكار المستخدمة والتحديات التي يواجهونها.
- **المجموعات البؤرية:** ستستخدم لمناقشة استراتيجيات الابتكار وتبادل الخبرات بين المشاركين.

أدوات البحث الكمي

- **الاستبيانات:** سيتم توزيعها على عينة من الشركات الناشئة لجمع البيانات الكمية حول استخدام استراتيجيات الابتكار وتأثيرها على الأداء.

جدول أدوات البحث

الأداة	الهدف	العينة المستهدفة	الأسئلة الرئيسية
المقابلات الشخصية	جمع بيانات نوعية حول استراتيجيات الابتكار والتحديات	مديري الابتكار والعاملين في الشركات الناشئة	ما هي استراتيجيات الابتكار التي تستخدمها؟ ما هي التحديات التي تواجهها؟
المجموعات البؤرية	مناقشة استراتيجيات الابتكار وتبادل الخبرات	مديري الابتكار والعاملين في الشركات الناشئة	كيف يمكنك تحسين استراتيجيات الابتكار؟ ما هي أفضل الممارسات؟
الاستبيانات	جمع بيانات كمية حول استخدام وتأثير استراتيجيات الابتكار	عينة عشوائية من الشركات الناشئة	ما هي استراتيجيات الابتكار المستخدمة؟ كيف تقيم أداء شركتك؟

نموذج الاستبيان

الجزء الأول: المعلومات الديموغرافية

1. العمر:

- أقل من 25 سنة
- 25-34 سنة
- 35-44 سنة
- 45-54 سنة
- 55 سنة فما فوق

2. الجنس:

- ذكر
- أنثى

3. المستوى التعليمي:

- ثانوي
- دبلوم
- بكالوريوس
- ماجستير
- دكتوراه

4. سنوات الخبرة في الابتكار:

- أقل من سنة

- 1-3 سنوات
- 4-6 سنوات
- 7-10 سنوات
- أكثر من 10 سنوات

الجزء الثاني: استخدام استراتيجيات الابتكار

1. ما هي استراتيجيات الابتكار التي تستخدمها في شركتك؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار)

- تطوير التكنولوجيا
- التحسين المستمر
- الإبداع في المنتجات
- الإبداع في الخدمات

2. كيف تقيم فعالية استراتيجيات الابتكار في شركتك؟ (1 = ضعيف جداً، 5 = ممتاز)

- تطوير التكنولوجيا: 1 2 3 4 5
- التحسين المستمر: 1 2 3 4 5
- الإبداع في المنتجات: 1 2 3 4 5
- الإبداع في الخدمات: 1 2 3 4 5

نموذج المقابلة الشخصية

الأسئلة الرئيسية

1. ما هي استراتيجيات الابتكار التي تستخدمها في شركتك؟
2. ما هي التحديات الرئيسية التي تواجهها في تطبيق استراتيجيات الابتكار؟
3. كيف تقيم تأثير استراتيجيات الابتكار على أداء شركتك؟
4. ما هي الأدوات والموارد التي تستخدمها لدعم الابتكار في شركتك؟

الفصل الأول: منهجية البحث ج2

مجتمع الدراسة

مجتمع الدراسة هو مجموعة الأفراد أو الشركات التي يتم تطبيق البحث عليها. في هذه الدراسة، سيكون مجتمع الدراسة مكوناً من الشركات الناشئة في منطقة معينة (على سبيل المثال، مدينة أو بلد محدد). تشمل هذه الشركات تلك التي تعتمد على الابتكار كجزء من استراتيجياتها لتحقيق النمو وتحسين الأداء.

طرق وتقنيات أخذ العينات

طرق وتقنيات أخذ العينات تشمل الإجراءات التي يستخدمها الباحث لاختيار العينة من مجتمع الدراسة. في هذه الدراسة، سيتم استخدام طريقة العينة العشوائية الطبقية لضمان تمثيل جميع الفئات المختلفة داخل مجتمع الدراسة.

العينة العشوائية الطبقية

- **الخطوة 1:** تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات (مثل الشركات التقنية، الشركات غير التقنية، الشركات الصغيرة، الشركات المتوسطة).
- **الخطوة 2:** اختيار عينة عشوائية من كل طبقة لضمان تمثيل جميع الفئات.
- **الخطوة 3:** دمج العينات من جميع الطبقات لتشكيل العينة النهائية.

أنواع البيانات

أنواع البيانات تشمل المعلومات التي يتم جمعها لتحليلها في البحث. في هذه الدراسة، سيتم جمع نوعين من البيانات: البيانات النوعية والبيانات الكمية.

البيانات النوعية

- **المقابلات الشخصية:** لجمع تفاصيل عميقة عن استراتيجيات الابتكار والتحديات التي تواجهها الشركات الناشئة.
- **المجموعات البؤرية:** للحصول على رؤى متنوعة وتبادل الأفكار بين مديري الابتكار.

البيانات الكمية

- **الاستبيانات:** لجمع بيانات قابلة للقياس حول استخدام وتأثير استراتيجيات الابتكار على أداء الشركات.

إجراءات التحليل الإحصائي

إجراءات التحليل الإحصائي تشمل الخطوات التي يتم اتباعها لتحليل البيانات المجمعة واستخلاص النتائج. سيتم استخدام برنامج SPSS لتحليل البيانات الكمية.

التحليل الإحصائي للبيانات النوعية

- **تحليل المحتوى:** تحليل نصوص المقابلات والمجموعات البؤرية لاستخلاص الأنماط والمواضيع الرئيسية.
- **الترميز:** تحديد الكلمات والعبارات الرئيسية وربطها بالمواضيع المتعلقة بالابتكار وأداء الشركات.

التحليل الإحصائي للبيانات الكمية

- **التحليل الوصفي:** تقديم ملخصات إحصائية مثل المتوسطات والانحرافات المعيارية لتوصيف البيانات.
- **التحليل الاستنتاجي:** استخدام الاختبارات الإحصائية مثل اختبار T والأنوفا ANOVA لتحليل الفروقات بين المجموعات المختلفة.
- **تحليل الارتباط:** تحليل العلاقة بين استراتيجيات الابتكار وأداء الشركات باستخدام معاملات الارتباط.
- **النمذجة الانحدارية:** بناء نماذج انحدارية لتحديد تأثير المتغيرات المستقلة (استراتيجيات الابتكار) على المتغيرات التابعة (أداء الشركات).

المراجع

1. فؤاد، إ. م., & إيمان مصطفى (.2021). دور التكنولوجيا المالية في تحسين أداء بيئة الأعمال والاقتصاد في الدول العربية. المجلة العلمية لكلية التجارة (أسيوط) 47, 68-41 (71), .
2. دنيا، & مقيّم (.2021). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز الميزة التنافسية في شركات التأمين
3. بوزن، جميلة، سلطاني , & محمد رشدي. (2021). اليقظة التكنولوجية كأداة لتنمية الميزة التنافسية دراسة ميدانية على مجموعة من البنوك بولاية بسكرة. مجلة الاقتصاد والبيئة 90-108, 4 (3), .
4. بن سعيد (2013). دور التكنولوجيا والابتكار في النمو الاقتصادي حالة-كوريا الجنوبية (dissertation Doctoral, جامعة ابن خلدون-تيارت-).
5. بن الشيخ, نور الهدى, صوفي, يحيوي & , عبد القادر/مؤطر (.2022). أثر الابتكار في التكنولوجيا المالية على جودة الخدمة (dissertation Doctoral, جامعة احمد درااية-ادرار).
6. خليفة, غادة ربيع, رضوان, نانسي عبد الستار يسري, أبودان & , أمنية ياسر محمد (.2023). أثر التحول الرقمي والابتكار التكنولوجي في تنمية مهارات القرن الواحد والعشرون لدى الطالب ذوي صعوبات التعلم.
7. بيان, محمد سعد الدين, شباط & , مهند أحمد (.2024). دور الابتكار التكنولوجي والذكاء الصناعي في تحقيق استدامة التعليم: تحليل وتوجيهات للمستقبل.

8. مولودي, عبد الغاني, عالي, فتيحة/مؤطر & يحيوي, عبد القادر/مؤطر مساعد (.2022).
الابتكار في التكنولوجيا المالية ودوره في تطوير أداء المؤسسات المالية من خلال منظومة
الشمول المالي (dissertation Doctoral, جامعة أحمد دراية-أدرار).
9. براكشي & كنانة (.2022). دور تكنولوجيا العالم و الاتصال في تطوير المنتج المصرفي
دراسة حالة بنك الوطني الجزائري وكالة تبسة (dissertation Doctoral, جامعة العربي
التبسي تبسة).
10. أحمد محمود أحمد نافع & محمود (.2019). أثر الموجات الكهرومغناطيسية على
تصميم منتجات التصميم الصناعي في ضوء تكنولوجيا علوم الستشعار عن بعد.
11. ابو الفضل, د. ع. م. & د. عبدالعال مصطفى (.2023). دراسة مدى مساهمة تقنية
التوأم الرقمي في إدارة تكلفة دورة حياة المنتج لزيادة القدرة التنافسية للشركات الصناعية :
دراسة ميدانية في بيئة الأعمال السعودية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية
والإدارية 155-122, 15 (4), .
12. هاشم, مرسي, مدحت, سمري, عبد الاله & بوسي (.2017). تأثير الاستفادة من
التقنيات الحديثة للتسويق الإلكتروني باستخدام تقنيات الواقع المدمج في تطوير منظومة أداء
منافذ بيع المنتجات الملبسية. مجلة الاقتصاد المنزلي. جامعة المنوفية 143-167, 1 (27), .
13. ثائر صبري الغبان (.2012). الخطوات التوصيفية المقترحة للتعتمد
التقنية الكفوية ودعماتها القيمة ألتهداف تكاليف منتجات الوحدات الاقتصادية العراقية بقصد
خفضها. (19)7, Financial Studies (JAFS) and Accounting of Journal.

14. بن لخضر & عبد الغني (.2024). المحركات الرئيسية للتوجه نحو الاستثمار في التكنولوجيا المالية. مجلة الأعمال الإلكترونية والاقتصاد الرقمي 34-48. (1)2 ,
15. محمد شكري عبد الحميد, ع. (.2023). تحليل تأثير الاستثمار في التكنولوجيا النظيفة على الأداء المالي للشركات. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية 205-230. (4)14 ,
16. بن عبد هلا (.2017). استثمار تكنولوجيا المعلومات والتواصلت في مجال الخدمة العمومية (ضعف الأداء المؤسسي كدافع للاستثمار)-دراسة استكشافية حول مشروع جواز السفر البيومتري في الجزائر.
17. أحمد الشريف (.2016). دور تكنولوجيا المعلومات والتواصلت في تعزيز ممارسات تسويق الخدمات بالمنظمات. دراسات في الاقتصاد والتجارة.
18. يوسف حجيم سلطان الطائي & حسين محمد علي كشكول (.2022). التكنولوجيا الريادية ودورها في تعزيز الجيل الخامس 50. للتسويق دراسة تحليلية ألراء عينه من مدراء التسويق في المنظمات الإلكترونية. (. GHAREE AL مؤتم Economics and Administration Sciences, (
19. قادم, جميلة, طالة & المية. (.2022). التسويق الإلكتروني في المؤسسات وسبل تفعيله في ظل التطورات التكنولوجية: قراءة في الأسس والمفاهيم والتقنيات. مجلة رقمنة للدراسات العالمية والتواصلية Doctoral dissertation, Abdelhafid 20. 32-46. (2)2 ,
- boussouf university Centre mila. 21.Figueiredo, F., Gonçalves, M. J. A., & Teixeira, S. (2021, October). Information technology adoption on

digital marketing: a literature review. In Informatics (Vol. 8, No. 4, p.
74). MDPI. 22.Oklander, M., Oklander, T., Yashkina, O., Pedko, I., &
Chaikovska, M. (2018). Analysis of technological innovations in
digital marketing. Eastern-European Journal of Enterprise
Technologies, 5(3 (95)), 80-91.