

دور الابتكار في تحسين الأداء المالي للشركات دراسة تطبيقية على الشركات الناشئة

في المملكة العربية السعودية.

إعداد الطالبه/

روابي فهد عبد الله البكر

إشراف/

د. الفیصل عبد الحمید

د. فايز جراد

العام الدراسي:

2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

١٤٣٨

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الاستهلاية

قال الله تعالى

وَعَلَّمَكَ اللَّهُ الْكِتَابَ
وَكَانَ أَنْ فَضَّلَ اللَّهُ عَلَيْكَ عَظِيمًا

صدق الله العظيم

(وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا) (طه: 114)

الإهداء:

إلى من كان لهم الفضل بعد الله في مسيرتي العلمية، إلى من غرسوا فيَّ حب التعلم والسعي وراء المعرفة، إلى والديَّ العزيزين اللذين قدما لي الدعم والتشجيع بلا حدود، فكانا نور دربي وسندي في كل خطوة أخطوها.

إلى إخوتي وأصدقائي الذين لم يخلوا علي بنصيحة أو كلمة تشجيع، وإلى كل من آمن بقدراتي وساندني في رحلتي الأكاديمية.

إلى كل رائد أعمال يسعى لإحداث تغيير إيجابي من خلال الابتكار والإبداع، أهدي هذا العمل، راجيا أن يكون إضافة علمية مفيدة.

الشكر والتقدير (Acknowledgments)

الحمد لله الذي وفقني ويسر لي إتمام هذا البحث، وأسأله سبحانه أن يجعله علماً نافعاً ينتفع به.

أتقدم بخالص الشكر لكل من كان له أثر في رحلتي العلمية، ولكل من ساندني، ودعمني، ووقف إلى جانبي حتى رأى هذا البحث النور.

أخص بجزيل الشكر والعرفان لمشرفي الكريمين: الدكتور الفيصل عبد الحميد و الدكتور فايز جراد اللذين لم يبخلا علي بتوجيهاتهما السديدة، ودعمهما المستمر، فكان لهما الفضل بعد الله في إثراء هذا البحث، ومدي بالنصح والتوجيه الذي جعلني أكثر ثقة وإصراراً على تقديم عمل يليق بجهودهما.

كما أتوجه بوافر الشكر والتقدير إلى جامعة ميدأوشن، التي احتضنت طموحي، وكانت لي بيئة علمية ملهمة، وإلى كل أساتذتي الذين منحوني من علمهم وخبراتهم، فكانوا لي مصدر إلهام وسندا في مسيرتي الأكاديمية.

ولا يسعني إلا أن أقدم خالص الامتنان لزملائي وزميلاتي والصديقات العزيزات اللواتي كن لي خير داعم ومشجع، وكن بجانبني في كل لحظة، فبوجودهن أصبح الطريق أسهل والرحلة أجمل.

لكل من آمن بي ووهبني من وقته وجهده، وأحاطني بدعمه شكراً من أعماق القلب، فنجاحي هذا هو ثمرة عطائكم ومحبتكم.

المستخلص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الابتكار على الأداء المالي للشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية، في سياق رؤية المملكة 2030 التي تسعى إلى تحقيق تحول اقتصادي واجتماعي من خلال دعم الابتكار والإبداع في جميع القطاعات. وتمثل مجتمع الدراسة في الشركات الناشئة في المملكة، حيث تم توزيع استبيانات على مجموعة من المديرين التنفيذيين والموظفين، وتمثل عينة الدراسة في 150 استبياناً تم جمعها وتحليلها باستخدام الأدوات الإحصائية SPSS و SmartPLS.

واستخدمت الدراسة المنهج الكمي لجمع البيانات وتحليلها، كما تم إجراء مقابلات شبه مهيكلة مع بعض المديرين التنفيذيين لتوفير رؤى إضافية حول العلاقة بين الابتكار والأداء المالي لهذه الشركات.

توصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للابتكار في مجالات نماذج الأعمال والعمليات على الأداء المالي للشركات الناشئة في المملكة. كما أظهرت النتائج أن بيئة العمل التنظيمية تلعب دوراً حاسماً في تعزيز القدرة على الابتكار، مما يساهم في تحقيق أداء مالي أفضل لهذه الشركات.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز ثقافة الابتكار داخل المؤسسات الناشئة، والاستثمار في البحث والتطوير، وتوفير بيئة تنظيمية مرنة تشجع على الابتكار، بالإضافة إلى أهمية التعاون بين الشركات الناشئة والأكاديميين أو مراكز البحث والتطوير لتحسين الأداء المالي وتعزيز قدرتها التنافسية.

الكلمات المفتاحية:

الابتكار - الأداء المالي - الشركات الناشئة - المملكة العربية السعودية - نماذج الأعمال - الابتكار التكنولوجي - الابتكار التسويقي - الابتكار الإداري - الابتكار في العمليات - رؤية 2030

Abstract

The study aimed to examine the Impact of innovation on the financial performance of startup companies in the Kingdom of Saudi Arabia, within the context of Vision 2030, which seeks to achieve economic and social transformation through supporting innovation and creativity across all sectors. The study population consisted of startup companies in Saudi Arabia, with 150 questionnaires distributed to a sample of executives and employees. The data were collected and analyzed using statistical tools such as SPSS and SmartPLS

The study employed a quantitative approach for data collection and analysis, and semi-structured interviews were conducted with several executives to provide additional insights into the relationship between innovation and financial performance

The results of the study revealed a significant positive impact of innovation in business models and operations on the financial performance of startup companies in the Kingdom. The results also indicated that the organizational work environment plays a crucial role in enhancing the ability to innovate, contributing to better financial performance for these companies

The study recommended the need to promote a culture of innovation within startup organizations, invest in research and development, and provide a flexible organizational environment that encourages innovation. Additionally, fostering collaboration between startups, academics, and research and development centers is essential to improving financial performance and enhancing their competitive ability

Keyword

Innovation – Financial Performance – Startups – Saudi Arabia – Business Models – Technological Innovation – Marketing Innovation – Management Innovation – Operational Innovation – Vision 2030

فهرس الموضوعات

أ.....	البسمة
ج.....	الاستهلالية
د.....	الإهداء:
ه.....	الشكر والتقدير (Acknowledgments)
و.....	المستخلص:
و.....	الكلمات المفتاحية:
ز.....	Abstract
ز.....	Keyword
ح.....	فهرس الموضوعات
1.....	الفصل الأول: الإطار النظري
2.....	المقدمة:
3.....	1،2 مشكلة الدراسة. (Problem Statement)
4.....	1،3 أهمية الدراسة: (Study Importance)
5.....	1،4 أهداف الدراسة: (Study Purpose)
6.....	1،5 تساؤلات الدراسة: (Study Questions)
7.....	1،6 فروض الدراسة: (Research Hypotheses)
8.....	1،7 النموذج النظري للدراسة: (Theoretical Model)
11.....	الفصل الثاني: الدراسات السابقة والمتغيرات
12.....	2.1 مقدمة: (Introduction)
13.....	2.2 المتغيرات الأساسية في الدراسة: (Key Variables in the Study)
13.....	١،٢،٢ المتغير المستقل (Independent Variable) الابتكار:
13.....	١،٢،٢ تعريف الابتكار (Definition of Innovation)
13.....	١،٢،٢ أبعاد الابتكار في الشركات الناشئة (Dimensions of Innovation In Startups):
14.....	٢،٢،٢ المتغير التابع (Dependent Variable): الأداء المالي:
15.....	٢،٢،٢ أبعاد الأداء المالي: (Dimensions of Financial Performance)
16.....	2.2.3 العلاقة بين الابتكار والأداء المالي: (The Relationship Between Innovation and Financial Performance)
17.....	2.3 مراجعة الدراسات السابقة: (Summary of Past Studies)
21.....	2.4 مناقشة نتائج الدراسات السابقة: (Discussion of Past Studies' Findings)
21.....	1،4،2 أوجه التشابه بين الدراسات السابقة:
24.....	4،2،4 : الثغرات البحثية:
25.....	5،4،2 استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في عدة مجالات:
26.....	6،4،2: اقتراحات لدراسات مستقبلية:

27.....	2.5 الإطار النظري للدراسة (Theoretical Framework)
27.....	١,2,5. مقدمة:
29.....	٢,٥. النظريات العلمية الداعمة للإطار النظري:
31.....	٢,٦ خلاصة الإطار النظري
32	الفصل الثالث: المنهجية البحثية
31.....	الفصل الثالث: المنهجية البحثية
35.....	3.1 المقدمة:
36.....	2,3 تصميم البحث (Research Design)
37.....	3.3 مجتمع الدراسة
37.....	3,4 مجتمع البحث (Population of the Study)
37.....	3,5 خصائص العينة وحجمها (Sample Characteristics & size)
39.....	3,6 إجراءات جمع البيانات واختبار الاستبيانات
40.....	3.7 حدود الدراسة
40.....	3,8 التحليل الإحصائي
41.....	3,9 صدق وثبات الأدوات البحثية
42.....	3,10 تصميم الاستبيان
43	الفصل الرابع: الدراسة الميدانية وتحليل البيانات ونتائج الدراسة
41.....	الفصل الرابع:
44.....	الدراسة الميدانية وتحليل البيانات ونتائج الدراسة:
45.....	٤,١ المقدمة (Introduction)
45.....	4.2 التحليل الوصفي وتوزيع العينة (Descriptive analysis and sample distribution)
52.....	4.3 تحليل العلاقات الإحصائية (Statistical Analysis of Relationships)
58.....	٤.٤ اختبار الصدق والثبات (Reliability & Validity Tests)
60.....	٤.٥ اختبارات الفروق (T-Test & ANOVA)
62.....	٤,٦ نتائج الدراسة ومناقشتها مع الدراسات السابقة والفرضيات (Research Findings & Discussion)
67.....	4.7 التوصيات (Research Recommendations)
71.....	Recommendations 4.8
75.....	4.8 الخاتمة
76	المراجع والمصادر
76.....	أولاً: المراجع العربية
77.....	ثانياً: المراجع الاجنبية
79.....	الملاحق: (Appendices)

فهرس الجداول

الجدول رقم (4.1) توزيع الشركات حسب المتغيرات الديموغرافية (Distribution of companies according to demographic variables)	48
الجدول رقم (4.2): إحصاءات وصفية لعناصر الابتكار (Descriptive Statistics Table)	50
جدول (٤.٣) إحصاءات وصفية لمؤشرات الأداء المالي	51
الجدول رقم (4.4): مصفوفة الارتباط بين عناصر الابتكار ومؤشرات الأداء المالي (عينة مبسطة)	52
الجدول (4.4): نتائج تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Results Table)	56
الجدول (4.5) تحليل المسار باستخدام SEM	57
الجدول رقم (٤.٦) يوضح اختبار الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ	58
الجدول رقم (4.٧) اختبار الصدق باستخدام تحليل العوامل التوكيدي (CFA)	59
الجدول رقم (٤,٦) اختبار T-test	60
الجدول رقم (4.7): اختبار ANOVA حسب القطاع	60

فهرس الأشكال

الشكل رقم (4,1) يوضح نوع القطاع	46
الشكل رقم (٤,٢) يوضح حجم الشركة	46
الشكل رقم (٤,٣) يوضح مدة التشغيل	47
الشكل رقم (٤,٤) يوضح نوع الابتكار	48

الفصل الأول: الإطار النظري

المقدمة:

يُعد الابتكار من الأسس الهامة لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات، حيث يساهم في تحسين الأداء المالي وزيادة الأرباح وتحقيق الاستدامة المالية على المدى الطويل، مما يجعله عاملاً استراتيجياً في ظل التغيرات المتسارعة التي تشهدها بيئة الأعمال العالمية (Teece, 1986). تواجه الشركات الناشئة تحديات كبيرة في تحقيق النمو والاستمرار، نظراً لما تتسم به الأسواق الحديثة من تقلبات مستمرة وازدياد حدة المنافسة، مما يجعل تبني الابتكار ضرورة حتمية للبقاء والتطور.

لا يقتصر مفهوم الابتكار على تطوير المنتجات والخدمات فحسب، بل يشمل أيضاً تحسين العمليات التشغيلية، وتطوير نماذج الأعمال، والاستفادة من التقنيات المتقدمة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة بهدف خلق قيمة مضافة وتعزيز الكفاءة التشغيلية (Schumpeter, 1942). وفي إطار رؤية 2030 في المملكة العربية السعودية، يُولى الابتكار وريادة الأعمال اهتماماً خاصاً، حيث تسعى الرؤية إلى تعزيز الاقتصاد القائم على المعرفة ودعم الشركات الناشئة من خلال توفير بيئة أعمال مرنة تشجع على الابتكار والاستثمار في التقنيات الحديثة، بالإضافة إلى تمكين رواد الأعمال عبر تقديم الحوافز المالية، وتوفير مسرعات الأعمال، وتنفيذ البرامج الحكومية الداعمة (Vision 2030, 2016).

ومع ذلك، لا يزال العديد من الشركات الناشئة يواجه صعوبات في تحقيق عوائد مالية مستدامة من الابتكار، حيث يواجه رواد الأعمال تحديات مثل محدودية التمويل، وضعف البنية التحتية التكنولوجية، وقلة الخبرات الإدارية، إضافة إلى ضرورة مواكبة التغيرات السريعة في الأسواق المحلية والعالمية (Zahra & George, 2002). وتشير الدراسات السابقة إلى أن الابتكار يمكن أن يؤدي إلى تحسين الأداء المالي من خلال تطوير منتجات وخدمات جديدة، ورفع كفاءة العمليات، وزيادة الحصة السوقية (Porter, 1990). ومع ذلك، ركزت أغلب هذه الدراسات على الشركات الكبيرة أو القطاعات الصناعية، بينما لم يتم تناول الشركات الناشئة التي تعمل في بيئة مليئة بالتحديات والمخاطر بشكل كافٍ.

بناءً على ما سبق، تهدف هذه الدراسة إلى معالجة هذه الفجوة البحثية من خلال تحليل تأثير الابتكار بأنواعه المختلفة على الأداء المالي للشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية، مع التركيز على تحديد أنواع الابتكار الأكثر فعالية، والتحديات التي تواجه هذه الشركات في تبني الابتكار وتحقيق الاستدامة المالية. ومن خلال دراسة هذه العلاقة، ستساهم الدراسة في تقديم توصيات عملية لدعم الشركات الناشئة وتعزيز دورها في الاقتصاد السعودي، مما يساعد على تحقيق أهداف رؤية 2030 في بناء قطاع أعمال مبتكر ومستدام، قادر على خلق فرص عمل جديدة، وتعزيز النمو الاقتصادي، وجذب الاستثمارات المحلية والدولية.

1،2 مشكلة الدراسة. (Problem Statement)

يُعد الابتكار محركًا أساسيًا للنمو المستدام وتعزيز الميزة التنافسية للشركات الناشئة، حيث يمكنها من تطوير عروض جديدة، وتحسين كفاءتها التشغيلية، وتقديم حلول مبتكرة تستجيب لمتطلبات السوق المتغيرة. ومع ذلك، يظل أثر الابتكار في الأداء المالي لهذه الشركات موضوعًا محل نقاش بين الباحثين والمتخصصين، خاصة في سياق الاقتصادات الديناميكية مثل المملكة العربية السعودية.

في إطار رؤية 2030، التي تهدف إلى تنويع الاقتصاد وتقليل الاعتماد على النفط، يكتسب الابتكار أهمية قصوى في استراتيجيات النمو والتوسع للشركات الناشئة. وقد أطلقت الحكومة السعودية مبادرات وبرامج متنوعة لدعم ريادة الأعمال والابتكار، مثل برنامج "منشآت" لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، واستثمارات صندوق الاستثمارات العامة في الشركات التقنية الناشئة، بالإضافة إلى حاضنات ومسرعات الأعمال التي توفر بيئة محفزة لتطوير الشركات الناشئة لمنتجاتها وخدماتها.

ومع ذلك، فإن العلاقة بين الابتكار والأداء المالي للشركات الناشئة ليست دائمًا إيجابية بشكل مباشر. فقد أشارت بعض الدراسات إلى أن الابتكار يساهم في تحقيق تفوق تنافسي، وتعزيز تجربة العملاء، وفتح مسارات جديدة للتوسع والنمو، مما يؤدي إلى زيادة الإيرادات وتحقيق ربحية مستدامة على المدى الطويل (نتائج دراسة من جامعة أم القرى، 2020). في المقابل، أظهرت تحليلات أخرى أن الشركات التي تركز بشكل كبير على الابتكار قد تواجه تحديات مالية تتمثل في ارتفاع تكاليف البحث والتطوير، وزيادة المخاطر المصاحبة لإطلاق عروض جديدة، وصعوبة تحقيق عوائد مالية سريعة، مما قد يؤثر على استقرارها المالي في الأجل القصير (تحليل من صحيفة الاقتصاد السعودي، 2021).

بناءً على ما تقدم، تظهر الحاجة إلى دراسة متعمقة تستكشف أثر الابتكار في الأداء المالي للشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية، والعوامل التي تدعم أو تعيق هذا الأثر. وعليه، تتمحور مشكلة البحث حول الإجابة على التساؤل التالي: "ما هو مدى تأثير الابتكار في تحسين الأداء المالي للشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية؟ وما هي المحددات التي تسهل أو تعرقل هذا التأثير على الأداء المالي لتلك الشركات؟"

3.1 أهمية الدراسة: (Study Importance)

1.3.1 الأهمية العلمية (Scientific Importance)

تكمن الأهمية العلمية لهذه الدراسة في سعيها الدقيق لتقديم إسهامات نظرية مبتكرة وعميقة في مجال فهم العلاقة المعقدة والمتشابكة بين الابتكار والأداء المالي، وذلك تحديداً في سياق فريد ومهم وهو قطاع الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية. من خلال تبني منظور تحليلي يسعى لاستكشاف أبعاد غير تقليدية وزوايا جديدة لهذا الموضوع الحيوي، تأمل الدراسة في إثراء المخزون المعرفي الحالي في هذا المجال. وتهدف بشكل خاص إلى سد الفجوة المعرفية القائمة من خلال تقديم إطار نظري متكامل ومتناسك يمكن للباحثين المستقبليين في هذا المجال الاعتماد عليه كأساس متين لتطوير أبحاثهم وتحليلاتهم اللاحقة. علاوة على ذلك، تسعى الدراسة إلى تقديم مفاهيم ورؤى جديدة قد تساهم في تطوير النظريات القائمة وتقديم تفسيرات أكثر شمولية ودقة للعلاقة بين الابتكار والنجاح المالي للشركات الناشئة في بيئات اقتصادية مماثلة. (بالاستناد إلى Kotler & Keller, 2012، في سياق أهمية البحث النظري) ..

1.3.2 الأهمية العملية: (Practical Importance)

تكتسب هذه الدراسة أهمية عملية بالغة نظراً لما تقدمه من توجيهات استراتيجية ذات قيمة ملموسة لجمهور متنوع يشمل رواد الأعمال الطموحين، والمستثمرين المهتمين بدعم نمو الشركات الناشئة، وصناع القرار في القطاعين العام والخاص في المملكة العربية السعودية. تسعى الدراسة إلى تزويد هذه الأطراف برؤى معمقة حول كيفية الاستخدام الأمثل للابتكار كأداة فاعلة لتحقيق النمو المستدام وتعزيز الأداء المالي للشركات الناشئة. وبالنظر إلى التوسع الملحوظ والزخم المتزايد الذي يشهده قطاع الشركات الناشئة في المملكة، والذي يعكس الدور المحوري للابتكار في دعم أهداف التنمية الاقتصادية المستدامة التي تتبناها رؤية 2030 (بالاستناد إلى بيانات وتقارير من قطاع الأعمال السعودي، 2022)، فإن نتائج هذه الدراسة يمكن أن تساهم بشكل فعال في توجيه الجهود والموارد نحو دعم وتبني أنواع الابتكارات التي تحقق أعلى عائد على الاستثمار وتساهم في بناء اقتصاد وطني متنوع وقائم على المعرفة. كما يمكن أن تساعد نتائج الدراسة في صياغة سياسات وبرامج أكثر فعالية لدعم نمو واستدامة الشركات الناشئة المبتكرة

4.1 أهداف الدراسة: (Study Purpose)

تهدف هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المحددة والمتربطة التي تسعى إلى تقديم فهم شامل ومعمق لتأثير الابتكار على الأداء المالي للشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية:

1. تحليل معمق للعلاقة بين الابتكار والأداء المالي: يهدف هذا الهدف إلى فحص طبيعة واتجاه وقوة العلاقة القائمة بين تبني الشركات الناشئة للابتكار ومستوى أدائها المالي في سياق المملكة العربية السعودية. يسعى هذا التحليل إلى تحديد ما إذا كان هناك ارتباط إيجابي أو سلبي أو غير ذي دلالة بين هذين المتغيرين الرئيسيين.

2.. تحديد وقياس تأثير أنواع الابتكار المختلفة: يركز هذا الهدف على استكشاف وقياس الأثر المتباين لأنواع المختلفة من الابتكار (مثل ابتكار المنتجات، والعمليات التشغيلية، ونماذج الأعمال، والتسويق، وغيرها) على الأداء المالي للشركات الناشئة. يهدف هذا التحليل إلى تحديد أي من هذه الأنواع يمتلك التأثير الأكبر والأكثر دلالة على تحقيق النجاح المالي.

3. الكشف عن العوامل المؤثرة في تبني الابتكار: يسعى هذا الهدف إلى تحديد وتحليل مجموعة متنوعة من العوامل الداخلية (مثل الموارد المالية والبشرية، والثقافة التنظيمية، والقدرات الإدارية) والخارجية (مثل البيئة التنافسية، والسياسات الحكومية، والبنية التحتية التكنولوجية) التي تلعب دوراً حاسماً في تعزيز أو تقييد قدرة الشركات الناشئة على تبني وتنفيذ استراتيجيات الابتكار بنجاح وفعالية.

4. دراسة الاختلافات القطاعية في تأثير الابتكار: يهدف هذا الهدف إلى فحص وتحليل كيف يختلف تأثير الابتكار على الأداء المالي للشركات الناشئة باختلاف القطاعات الصناعية التي تنتمي إليها داخل المملكة العربية السعودية. يسعى هذا التحليل إلى تحديد ما إذا كانت هناك قطاعات معينة تستفيد بشكل أكبر من الابتكار مقارنة بغيرها، وفهم الأسباب الكامنة وراء هذه الاختلافات.

5. اقتراح استراتيجيات عملية لتعزيز الابتكار: بناءً على نتائج التحليل والأهداف السابقة، يهدف هذا الهدف إلى اقتراح مجموعة من الاستراتيجيات والتوصيات العملية والقابلة للتطبيق التي يمكن أن تساهم في تعزيز ثقافة الابتكار ودعم الشركات الناشئة في تحقيق أقصى استفادة من أنشطتها الابتكارية لتحسين أدائها المالي وضمان استدامتها على المدى الطويل.

5.1 تساؤلات الدراسة: (Study Questions)

لتحقيق أهداف البحث، سيتم الإجابة على الأسئلة البحثية التالية:

1. ما هو التأثير المباشر والكمي للابتكار (بشكل عام ووفقاً لأنواعه المختلفة) على مقاييس الأداء المالي الرئيسية للشركات الناشئة في سياق المملكة العربية السعودية؟ (مثل نمو الإيرادات، والربحية، والعائد على الاستثمار، والقيمة السوقية)؟
2. أي من أنواع الابتكار المحددة (مثل ابتكار المنتجات الجذرية مقابل التدريجي، ابتكار العمليات، ابتكار نماذج الأعمال، الابتكار التسويقي، الابتكار التنظيمي) يمتلك التأثير الأقوى والأكثر دلالة على تحسين الأداء المالي للشركات الناشئة في البيئة السعودية ؟
3. ما هي أبرز العوامل الداخلية (مثل رأس المال البشري المبتكر، والموارد المالية المخصصة للبحث والتطوير، والهيكل التنظيمي المرن، وثقافة التعلم والتجريب) والخارجية (مثل سهولة الوصول إلى التمويل، ووجود بنية تحتية تكنولوجية متطورة، وفعالية السياسات الحكومية الداعمة للابتكار، وشدة المنافسة في السوق) التي تؤثر بشكل كبير على قدرة الشركات الناشئة على تبني وتنفيذ استراتيجيات الابتكار بفعالية؟
4. هل يختلف حجم واتجاه تأثير الابتكار (بأنواعه المختلفة) على الأداء المالي للشركات الناشئة بشكل جوهري باختلاف القطاع الصناعي الذي تنتمي إليه هذه الشركات في المملكة العربية السعودية؟ وكيف يمكن تفسير هذه الاختلافات القطاعية؟ (مثل القطاعات التقنية، والخدمية، والصناعية)؟
5. ما هي أهم التحديات والمعوقات الرئيسية التي تواجه الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية عند محاولتها تطبيق وتنفيذ أنشطة الابتكار وتحويلها إلى مكاسب مالية مستدامة وقابلة للقياس؟ (مثل صعوبات الحصول على التمويل، ونقص الكفاءات المتخصصة، ومقاومة التغيير داخل المنظمة، والتحديات المتعلقة بحماية الملكية الفكرية). ؟

6.1.1 فروض الدراسة: (Research Hypotheses)

بناءً على مشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها، تختبر هذه الدراسة الفرضيات التالية:

H1 يوجد ارتباط إيجابي ذو دلالة إحصائية بين مستوى الابتكار الشامل (كمتغير متعدد الأبعاد يشمل أنواعًا مختلفة من الابتكار) ومستوى الأداء المالي (مقاسًا بمجموعة من المؤشرات المالية) للشركات الناشئة العاملة في المملكة العربية السعودية.

H2 من بين أنواع الابتكار المختلفة (ابتكار نماذج الأعمال، ابتكار المنتجات، ابتكار العمليات)، يمتلك الابتكار في نماذج الأعمال تأثيرًا أقوى وأكثر دلالة إحصائية على تحسين الأداء المالي للشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية.

H3 يرتبط وجود بيئة تنظيمية حكومية داعمة ومحفزة للابتكار (تتمثل في سياسات واضحة، وحوافز مالية، وتسهيلات إجرائية) ارتباطًا إيجابيًا وقويًا بتحسين الأداء المالي للشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية.

H4 يختلف حجم واتجاه تأثير الابتكار (بأنواعه المختلفة) على الأداء المالي للشركات الناشئة بشكل كبير وملحوس باختلاف القطاع الصناعي الذي تنتمي إليه هذه الشركات في المملكة العربية السعودية، حيث من المتوقع أن يكون تأثير الابتكار أقوى في القطاعات ذات الكثافة المعرفية والتكنولوجية العالية.

7.1 النموذج النظري للدراسة: (Theoretical Model)

يُعد الابتكار حجر الزاوية الذي تستند إليه الشركات الناشئة لبناء تفوق تنافسي دائم وتعزيز أدائها المالي. تستند هذه الدراسة إلى مجموعة من النظريات الإدارية والاقتصادية التي تشرح آليات تأثير الابتكار على الأداء المالي، مما يوفر أساساً نظرياً متيناً لفهم هذه العلاقة التفاعلية. تتضمن النظريات الأساسية التي تستند إليها الدراسة ما يلي:

1. نظرية الابتكار التكنولوجي (Technological Innovation Theory)

نظرية الابتكار التكنولوجي: يرى شومبيتر (Schumpeter, 1942) أن الابتكار يمثل القوة الدافعة الرئيسية للنمو الاقتصادي، حيث قدم مفهوم "التدمير الإبداعي"، الذي يشير إلى أن ظهور تقنيات أو منتجات جديدة يؤدي حتماً إلى إحلال المنتجات القديمة، وبالتالي تعزيز كفاءة الأسواق وتحفيز التنمية الاقتصادية. بناءً على هذا المنظور، تكون الشركات التي تستثمر في البحث والتطوير بشكل مستمر هي الأقدر على المنافسة وتحقيق الاستقرار المالي على المدى الطويل. من جانبه، أكد تيس (Teece, 1986) على الترابط الوثيق بين الابتكار التكنولوجي والميزة التنافسية، مشيراً إلى أن الاستثمار المتواصل في البحث والتطوير يمكن الشركات من تقديم عروض ذات قيمة مضافة عالية، مما يعزز قدرتها على تحقيق أرباح مستدامة ويزيد من مرونتها في مواجهة تقلبات السوق. تساعد هذه النظرية في إيضاح كيف يمكن للابتكار التكنولوجي أن يساهم في تحسين الأداء المالي من خلال رفع مستوى الإنتاجية وتقليل التكاليف التشغيلية. كما تدعم فكرة أن المنتجات والخدمات المبتكرة تمكن الشركات الناشئة من التوسع والوصول إلى أسواق جديدة، وتعزز قدرتها على بناء ميزة تنافسية فريدة من خلال تبني أحدث التقنيات في عملياتها المختلفة..

2. نظرية الميزة التنافسية (Competitive Advantage Theory)

نظرية الميزة التنافسية: تُعتبر نظرية الميزة التنافسية التي وضعها بورتر (Porter, 1985, 1990) من أبرز النظريات في تحليل استراتيجيات الأعمال، حيث تشرح أن الشركات تستطيع تحقيق تفوق تنافسي من خلال تبني استراتيجيات مثل الريادة في التكلفة عبر تقديم منتجات أو خدمات بأسعار أقل من المنافسين، أو التميز من خلال تطوير منتجات فريدة تتمتع بجودة عالية، أو التركيز على قطاعات سوقية محددة وتقديم حلول تلبي احتياجاتها بشكل أفضل. تتصل هذه النظرية

بالدراسة الحالية من خلال تفسيرها لكيفية تعزيز الابتكار لقدرة الشركات الناشئة على المنافسة بفعالية، سواء من خلال تطوير منتجات مبتكرة أو تحسين العمليات التشغيلية القائمة. كما تسلط الضوء على الدور الحيوي للاستراتيجيات الابتكارية في نماذج الأعمال لتحقيق عوائد مالية أكبر وزيادة الحصة السوقية.

3. نظرية القدرة الامتصاصية للمعرفة: (Absorptive Capacity Theory)

طور زهرة وجورج (Zahra & George, 2002) هذه النظرية التي تفترض أن نجاح الشركات يعتمد بشكل كبير على إمكانياتها في استيعاب المعرفة الجديدة وتوظيفها بكفاءة في عملياتها، وهو ما يؤثر بدوره على قدرتها على الابتكار. تتكون القدرة الاستيعابية من أربعة أبعاد رئيسية: اكتساب المعرفة من مصادر خارجية، فهم وتحليل هذه المعرفة، دمجها مع الممارسات الداخلية القائمة، وتطبيقها في تطوير المنتجات والخدمات وتحسين العمليات التشغيلية. تساعد هذه النظرية في تفسير كيف تستفيد الشركات الناشئة من الابتكار من خلال التعلم المستمر من البيئات الخارجية مثل المنافسين، أو الشركاء، أو نتائج الأبحاث الأكاديمية. كما تبرز دور المعرفة التكنولوجية في بناء ميزة تنافسية مستدامة من خلال تطوير حلول أكثر كفاءة وابتكارًا.

4. نظرية دورة حياة المنتج (Product Life Cycle Theory)

أشار كوتلر وكيلر (Kotler & Keller, 2012) إلى أن المنتجات تمر بأربع مراحل أساسية خلال دورة حياتها: مرحلة التقديم حيث يتم طرح المنتج الجديد بتكاليف تسويقية عالية، مرحلة النمو التي تشهد زيادة في المبيعات وانتشار المنتج، مرحلة النضج التي تستقر فيها المبيعات وتشتد المنافسة، وأخيرًا مرحلة الانحدار التي تنخفض فيها المبيعات نتيجة ظهور تقنيات جديدة أو تغير احتياجات المستهلكين. تساعد هذه النظرية في تحليل كيفية تأثير الابتكار على نجاح المنتجات في كل مرحلة من مراحل دورة حياتها، حيث يبرز دور الابتكار المستمر في إبقاء المنتجات في مرحلة النمو لأطول فترة ممكنة من خلال التحسين والتطوير المستمر. كما توضح أهمية الاستراتيجيات التسويقية المبتكرة في تأخير دخول المنتج إلى مرحلة الانحدار، مما ينعكس إيجابيًا على الأداء المالي للشركات الناشئة.

5. نظرية إدارة الموارد الديناميكية: (Dynamic Capabilities Theory)

طور تيس وزملاؤه (Teece, Pisano, & Shuen, 1997) هذه النظرية التي تركز على قدرة الشركات على إعادة تشكيل مواردها الداخلية واستغلال الفرص الجديدة المتاحة لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة. تشمل هذه القدرة الديناميكية ثلاثة عناصر رئيسية: القدرة على استشعار التغيرات السوقية والتكيف معها، إعادة تنظيم الموارد الداخلية لضمان التوافق مع متطلبات السوق المتغيرة، والتعلم التنظيمي المستمر لتحسين العمليات بناءً على تحليل البيانات والتجارب السابقة. ترتبط هذه النظرية بالدراسة من خلال توضيح كيف يمكن للشركات الناشئة استخدام الابتكار كأداة للتكيف مع التحولات السريعة في بيئة الأعمال، وأهمية الاستجابة السريعة للمتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية من خلال تعزيز الاستثمار في البحث والتطوير. كما تبرز أهمية الابتكار الإداري في تحسين الأداء المالي وضمان استدامة النمو.

الفصل الثاني:

المتغيرات والدراسات السابقة

2.1 مقدمة:(Introduction)

مراجعة الدراسات السابقة خطوة مهمة في أي بحث علمي. فهي تساعد الباحث على فهم الموضوع بشكل أفضل وتحديد النقاط التي تحتاج إلى بحث إضافي. هذا يساعد في بناء أساس قوي للدراسة ويزيد من مصداقيتها (Creswell, 2018). الهدف من مراجعة الدراسات السابقة ليس فقط تلخيص ما سبق، بل يتعدى ذلك إلى تحليل نقدي. هذا يشمل تحليل كيف تناول الباحثون السابقون الموضوع، وكيف ترتبط جوانبه ببعضها البعض. كما يشمل مقارنة أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسات وتقييم نقاط القوة والضعف في كل منها (Boote & Beile, 2005).

من خلال هذا التحليل، يمكن للباحث أن يحدد موقع بحثه بين الأبحاث الأخرى، ويكتشف الأفكار والنظريات التي استخدمها الباحثون من قبل. هذا يساعد في وضع فرضيات البحث وتوجيهه بشكل صحيح. كما تساعد مراجعة الدراسات السابقة الباحث في اختيار الأدوات والأساليب الأنسب التي استخدمها الآخرون، مما يجعل نتائج الدراسة أكثر دقة وموثوقية (Bryman, 2016).

بالإضافة إلى ذلك، تظهر مراجعة الدراسات السابقة الحاجة إلى معالجة النقاط التي لم يتم تناولها بشكل كافٍ، مثل... مثل العلاقات بين المتغيرات التي تم تجاهلها أو دراستها بشكل سطحي في الأبحاث السابقة (Hox & Boeije, 2005). وقد تكشف المراجعة عن ضرورة استخدام تقنيات وأدوات تحليلية جديدة تساهم في تقديم نتائج أكثر دقة وتسمح باستكشاف العلاقات المعقدة بين المتغيرات من زوايا جديدة، مما يفتح آفاقاً جديدة للبحث (Webster & Watson, 2002). لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى تقديم مساهمة مبتكرة من خلال تبني منهجية تحليلية متقدمة، واستخدام أدوات تحليل بيانات حديثة، مما يعزز دقة وموثوقية النتائج ويسهم في تعميق فهم العلاقات بين المتغيرات في سياقات متنوعة. كما يسعى الباحث من خلال هذه المراجعة إلى توسعة حدود المعرفة في هذا المجال وإلقاء الضوء على أبعاد لم يتم تناولها بشكل كافٍ في الأدبيات السابقة، مما يساهم في تطوير الأبحاث المستقبلية في هذا التخصص.

2.2 المتغيرات الأساسية في الدراسة: (Key Variables in the Study)

الابتكار هو تطوير منتجات، خدمات، أو عمليات جديدة أو محسنة. هذا يساعد الشركات على أن تكون أفضل من غيرها. (1942) Schumpeter يقول أن الابتكار يأتي بأشكال مختلفة. مثل الابتكار في التكنولوجيا، الإدارة، التسويق، أو العمليات. الابتكار يعني أيضًا استخدام أفكار جديدة لتحسين المال وكفاءة العمل. (1986) Teece يرى الابتكار كأداة مهمة لتحسين أداء الشركة وزيادة قدرتها على المنافسة في السوق.

٢,٢,١ المتغير المستقل (Independent Variable) الابتكار:

٢,٢,١,١ تعريف الابتكار (Definition of Innovation)

الابتكار (Innovation) هو عملية تطوير منتجات أو خدمات أو عمليات جديدة أو محسنة تساهم في تحقيق ميزة تنافسية للشركات. وفقًا لـ (1942) Schumpeter، يمكن أن يتخذ الابتكار أشكالًا متعددة مثل الابتكار التكنولوجي، الابتكار الإداري، الابتكار التسويقي، أو الابتكار المرتبط بالعمليات التشغيلية. كما يُعرف الابتكار أيضًا بأنه القدرة على استخدام الأفكار الجديدة لتحسين الأداء المالي وزيادة كفاءة العمليات داخل الشركات. وفقًا لـ (1986) Teece، يُعد الابتكار أداة أساسية تساهم في تحسين الأداء المالي للشركة وزيادة قدرتها على المنافسة في السوق.

٢,٢,١,٢ أبعاد الابتكار في الشركات الناشئة (Dimensions of Innovation In Startups):

يمكن تصنيف الابتكار إلى أربعة أبعاد رئيسية، وهي:

١. الابتكار التكنولوجي (Technological Innovation):

يشمل هذا استخدام تقنيات جديدة مثل الذكاء الاصطناعي، إنترنت الأشياء، وتحليل البيانات. الهدف هو تحسين العمليات وزيادة قيمة المنتجات والخدمات (Henderson & Clark, 1990). دراسة (Brynjolfsson & McAfee, 2014) أظهرت أن الشركات التي تستثمر في التقنيات الحديثة تحقق أداءً ماليًا أعلى مقارنة بمنافسيها، حيث تساهم هذه التقنيات في زيادة الإنتاجية وتقليل التكاليف.

٢. الابتكار في العمليات (Process Innovation):

يركز ابتكار العمليات على تحسين كيفية تصنيع المنتجات والخدمات. ويتم ذلك باستخدام أنظمة تصنيع متطورة أو أساليب جديدة لإدارة العمليات اللوجستية (Hammer & Champy, 1993). تشير الدراسات إلى أن تحسين العمليات يزيد من كفاءة العمل، ويقلل الهدر، ويحسن جودة المنتج. وهذا بدوره يساعد الشركات على تحقيق المزيد من الأرباح (Reponen, 1999).

٣. الابتكار التسويقي (Marketing Innovation):

يعني ابتكار التسويق ابتكار استراتيجيات تسويقية جديدة. ومن الأمثلة على ذلك استخدام التسويق الرقمي، وتحليل بيانات العملاء لفهم احتياجاتهم، وتقديم حلول مخصصة لتحسين تجربة العملاء (Digital Marketing)، وتحليل البيانات لفهم سلوك العملاء (Customer Data Analytics)، وتقديم حلول مخصصة لتعزيز تجربة العملاء (Kotler & Keller, 2012). وجد (Chaffey & Smith, 2017) أن الشركات التي تستخدم استراتيجيات تسويقية مبتكرة تنمو بشكل أسرع لأنها تتواصل بشكل أفضل مع العملاء وتبني ولائهم. وهذا يساعدها أيضًا على تحقيق المزيد من الأرباح.

٤. الابتكار الإداري (Managerial Innovation):

يهدف الابتكار الإداري إلى تحسين هيكل الإدارة وأساليبها، مثل تطبيق الإدارة الرشيدة (Agile Management) والإدارة بالذكاء العاطفي. وفقًا لدراسة (Mintzberg 1994) و (Goleman, 1998)، الشركات التي تستخدم أساليب إدارية مبتكرة تتكيف بشكل أفضل مع تغيرات السوق. هذا يؤدي إلى تحسين الأداء المالي وزيادة الكفاءة.

٢,٢,٢ المتغير التابع (Dependent Variable): الأداء المالي:

٢,٢,٢,١ مفهوم الأداء المالي Financial performance: يعبر الأداء المالي عن قدرة الشركة على تحقيق أهدافها المالية، مثل الإيرادات والأرباح والكفاءة والميزة التنافسية (Kaplan & Norton, 1996). يعتبر الأداء المالي مؤشرًا مهمًا لنجاح الشركات، حيث يوضح قدرتها على البقاء والنمو في بيئة تنافسية متغيرة (Brigham & Ehrhardt, 2013).

٢,٢,٢,٢ أبعاد الأداء المالي: (Dimensions of Financial Performance)

١. الابتكار والإيرادات: (Innovation and Revenue)

الابتكار يساعد في زيادة المبيعات. هذا يتم عبر تقديم منتجات أو خدمات جديدة تلبي احتياجات السوق بشكل أفضل. هذا يساعد الشركات الجديدة على النمو بسرعة. استخدام أساليب تسويق جديدة يجذب العملاء ويجعلهم يرجعون مرة أخرى. هذا يؤدي إلى زيادة مستمرة في الإيرادات. حسب (Kotler & Keller (2012)، الابتكار مهم لتحسين الإيرادات وزيادة حصة السوق.

٢. الابتكار والربحية: (Innovation and Profitability)

الربحية تعني قدرة الشركة على تحقيق أرباح جيدة بفضل الابتكار. دراسة (Schumpeter, 1942) تقول أن الشركات التي تبتكر باستمرار لديها ميزة تنافسية. هذه الشركات تحقق أرباحاً أكثر من الشركات التي لا تبتكر. الابتكار يجعل الشركات قادرة على التكيف مع التغيرات في السوق وإعطاء قيمة للعملاء.

٣. الابتكار والكفاءة التشغيلية: (Innovation and Operational Efficiency)

تعني الكفاءة التشغيلية قدرة الشركة على تحقيق أقصى إنتاج بأقل تكلفة. تشير دراسة (Hammer & Champy, 1993)، إلى أن الابتكار في العمليات يساعد على تحسين استخدام الموارد، وتقليل الهدر، وزيادة الإنتاجية. وهذا يُحسن أداء الشركات الناشئة ماليًا. فالتحسين المستمر للعمليات يُخفض التكاليف ويُعزز الكفاءة.

٤. الابتكار والميزة التنافسية: (Innovation and Competitive Advantage)

الميزة التنافسية هي قدرة الشركة على التميز عن غيرها في السوق. تُظهر دراسة (Barney, 1991)، أن الشركات التي تُبدع تحقق ميزة تنافسية دائمة. وتُفعل ذلك من خلال تقديم منتجات فريدة، أو تحسين خدمة العملاء، أو زيادة كفاءة العمليات. يُساعد الابتكار الشركات الناشئة على التميز، ويُتيح لها الحفاظ على مكانتها في السوق والمنافسة بشكل أفضل.

2.2.3 العلاقة بين الابتكار والأداء المالي: (The Relationship Between Innovation and) (Financial Performance)

تعتبر العلاقة بين الابتكار والأداء المالي عنصراً جوهرياً في نجاح الشركات الناشئة، حيث يساهم الابتكار في تعزيز الكفاءة التشغيلية وفتح آفاق جديدة للنمو الاقتصادي. من خلال تبني حلول مبتكرة في مجالات مثل التكنولوجيا، وإدارة العمليات، واستراتيجيات التسويق، تصبح هذه الشركات أكثر مرونة في مواكبة التغيرات السريعة في السوق وتلبية توقعات العملاء بشكل فعال، وهو ما ينعكس إيجاباً على مؤشراتها المالية.

يعزز الاستثمار المستمر في الابتكار قدرة الشركات على بناء موقع تنافسي متين، خاصة في الأسواق سريعة التطور. إذ لا يقتصر تأثير الابتكار على تعزيز الإيرادات قصيرة المدى فحسب، بل يساهم أيضاً في خلق قيمة مستدامة للشركات توسيع نطاق وجودها وضمان استقرارها المالي على المدى الطويل. لذا، يُنصح بأن تدمج الشركات الناشئة الابتكار كجزء أساسي من استراتيجيتها لتحقيق التوازن بين النمو والربحية

2.3 مراجعة الدراسات السابقة: (Summary of Past Studies)

حظيت العلاقة بين الابتكار والأداء المالي باهتمام كبير في الأدبيات الأكاديمية، نظراً لارتباطها بتحقيق الاستدامة والتميز التنافسي للشركات. وقد اختلفت زوايا تحليل الدراسات السابقة؛ حيث ركزت أبحاث على الابتكار التكنولوجي كعامل محوري لرفع الإنتاجية وخفض التكاليف، بينما حللت دراسات أخرى تأثير الابتكار التسويقي في جذب العملاء وبناء العلامة التجارية. كما تناولت أبحاث دور الابتكار التنظيمي في تبسيط العمليات واتخاذ القرارات الاستباقية.

تشير الأدلة التجريبية إلى أن تبني استراتيجيات ابتكارية متنوعة لا يعزز المؤشرات المالية المباشرة فحسب، بل يُحفز النمو طويل الأمد من خلال خلق فرص سوقية غير تقليدية. على سبيل المثال، أظهرت دراسات أن الشركات التي تدمج الابتكار في ثقافتها التنظيمية تتكيف بفعالية مع الأزمات الاقتصادية، وتتفوق في الأسواق سريعة التغير.

تهدف هذه المراجعة إلى تحليل الاتجاهات البحثية السابقة، مع تسليط الضوء على المنهجيات المستخدمة (كالدراسات الكمية أو النوعية) والنتائج المتضاربة في بعض الأحيان. كما ستحدد الثغرات المعرفية، مثل ندرة الأبحاث التي تربط بين أنواع الابتكار غير التقليدية (كالابتكار الاجتماعي) والأداء المالي في سياقات اقتصادية نامية، مما يبرز مساهمة هذه الدراسة في توسيع النقاش الأكاديمي:

1.دراسة (Teece (1986 – الولايات المتحدة الأمريكية – بعنوان Profiting from Technological

Innovation: Implications for Integration

ركزت هذه الدراسة على الأهمية الاستراتيجية للابتكار التكنولوجي في تعزيز استدامة الأرباح وتحقيق النمو المستدام للشركات. وقد تناول تيس (1986) العلاقة بين الابتكار التكنولوجي والاستدامة المالية، مشيراً إلى أن الشركات التي تعتمد على البحث والتطوير بشكل مستمر قادرة على تحقيق أرباح طويلة الأجل من خلال تقديم حلول تكنولوجية متقدمة تلبي احتياجات الأسواق المتغيرة. وخلصت الدراسة إلى أن الشركات الناشئة تحتاج إلى تكوين شراكات استراتيجية مع مؤسسات بحثية أو شركات كبرى للاستفادة من المعرفة التقنية وتسريع عمليات الابتكار، مما يساهم في تحسين أدائها المالي وزيادة تنافسيتها في السوق. وأوصت الدراسة بضرورة استثمار الشركات الناشئة في البحث والتطوير لتوسيع نطاق منتجاتها وتحقيق الريادة في الأسواق الدولية.

2. دراسة (1990) Porter – الولايات المتحدة الأمريكية بعنوان – The Competitive Advantage of Nations

: تبحث هذه الدراسة في كيفية تأثير الابتكار على القدرة التنافسية للشركات من منظور وطني، حيث يشير بورتر (1990) إلى أن الدول التي تدعم أنظمة الابتكار بشكل منهجي تساعد الشركات المحلية على تحقيق ميزة تنافسية عالمية. وأكدت الدراسة أن الابتكار، سواء في المنتجات أو العمليات، يعزز من مرونة الشركات في مواجهة التغيرات السوقية، مما ينعكس إيجاباً على أدائها المالي من خلال تحسين الإنتاجية وخفض التكاليف التشغيلية وزيادة العوائد. كما شددت الدراسة على أهمية الاستثمار في البحث والتطوير كوسيلة لدفع عجلة الابتكار وتحقيق الاستدامة المالية على المدى الطويل. وأبرزت الدراسة أيضاً الدور الحاسم للحكومات في توفير بيئة تشريعية واقتصادية تشجع على الابتكار من خلال الحوافز الضريبية والدعم المالي.

3. دراسة (2002) Zahra & George – الولايات المتحدة الأمريكية – بعنوان – Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension

سعت هذه الدراسة إلى فهم تأثير القدرة الامتصاصية على الابتكار و الميزة التنافسية. تحدد الدراسة دور الشركات في القدرة على امتصاص وتطبيق المعرفة الجديدة، وكيف يساهم هذا في تحسين الأداء المالي والقدرة التنافسية على المدى الطويل. كما تهدف إلى دراسة كيفية تأثير هذه القدرة على قدرة الشركات في الابتكار في بيئة العمل. وجدت الدراسة أن القدرة على امتصاص المعرفة الجديدة تلعب دوراً كبيراً في تعزيز الابتكار داخل الشركات. وعندما تستطيع الشركات امتصاص المعرفة من البيئة الخارجية، فإنها تقوم بتطوير منتجات أو خدمات جديدة، وبالتالي تحسن من أدائها المالي. كما أشارت الدراسة إلى أن القدرة على الابتكار تؤدي إلى تحسين القدرة التنافسية للشركات، مما يساهم في نموها وزيادة أرباحها توصي الدراسة الشركات بتطوير قدرتها الامتصاصية من خلال الاستفادة من المعرفة الجديدة من البيئة الخارجية. كما يجب على الشركات تعزيز قدراتها الابتكارية عبر تحسين استراتيجيات التعلم الداخلي والتعاون مع الشركاء الخارجيين لضمان تحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

4. دراسة الشعبي (2016) - المملكة العربية السعودية - بعنوان - تأثير الابتكار في إدارة العمليات التصنيعية على

الأداء المالي للمصانع السعودية:

بعنوان - تأثير الابتكار في إدارة العمليات التصنيعية على الأداء المالي للمصانع السعودية: دراسة تطبيقية على قطاع المنتجات الكيماوية: هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الابتكار في إدارة العمليات التصنيعية على الأداء المالي للمصانع السعودية في قطاع المنتجات الكيماوية. وقد سعت إلى فهم كيف يؤثر إدخال الابتكارات في تقنيات وعمليات الإنتاج على تحسين الكفاءة التشغيلية وتقليل التكاليف الإجمالية. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الابتكار في العمليات التصنيعية يساهم بشكل كبير في تحقيق وفورات في التكاليف وزيادة الكفاءة التشغيلية الشاملة، وهو ما ينعكس بشكل إيجابي على الربحية المالية للمصانع ويعزز قدرتها على التكيف مع تغيرات السوق وتحقيق استدامة مالية. وقد أوصت الدراسة بضرورة تشجيع المصانع السعودية على تبني أساليب مبتكرة في إدارة عملياتها التصنيعية من خلال اعتماد التقنيات الحديثة وتطوير برامج تدريبية تركز على الابتكار، وتوفير بيئة محفزة للابتكار وتقديم حوافز للمصانع المتبنية لهذه الاستراتيجيات.

5. دراسة الطوخي (2019) - المملكة العربية السعودية - بعنوان - أثر تبني استراتيجيات الابتكار على الأداء المالي

للمنشآت السعودية:

استهدفت هذه الدراسة دراسة تأثير تبني استراتيجيات الابتكار الشاملة على الأداء المالي للمنشآت السعودية من خلال فحص أثر الابتكار في نماذج الأعمال المختلفة على تحسين الإيرادات والربحية التشغيلية في مختلف القطاعات الاقتصادية. وقد أظهرت الدراسة أن تبني استراتيجيات الابتكار في نماذج الأعمال كان له تأثير إيجابي وملحوظ على تحسين الأداء المالي للمنشآت السعودية، حيث سجلت الشركات التي تتبنى سياسات ابتكارية معدلات أعلى من الإيرادات والأرباح التشغيلية وكانت أكثر قدرة على التكيف مع تغيرات السوق وتوسيع حصتها السوقية، مما يعزز قدرتها التنافسية على المدى الطويل. وقد أوصت الدراسة بأهمية تبني استراتيجيات الابتكار داخل المنشآت السعودية لتحسين الأداء المالي وزيادة الربحية، والاعتماد على الابتكار في جميع جوانب الأعمال والاستثمار في البحث والتطوير وتبني تقنيات جديدة وتحسين ثقافة الابتكار، بالإضافة إلى توفير الدعم الحكومي لشركات الابتكار.

6. دراسة المرزوق (2024) - المملكة العربية السعودية بعنوان - دور الابتكار في تعزيز التنافسية في قطاع الأعمال الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية : هدفت هذه الدراسة إلى فحص دور الابتكار كعامل محوري في تعزيز القدرة التنافسية في قطاع الأعمال الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية، وتحديد كيفية تأثير الابتكار في المنتجات والعمليات على أداء هذه الشركات وتحقيق تنافسية عالية في السوق السعودي. وقد أظهرت الدراسة أن الابتكار في تطوير المنتجات وتحسين عمليات الإنتاج له تأثير إيجابي مباشر على العوائد المالية للشركات ويعزز الكفاءة التشغيلية. وقد أوصت الدراسة بضرورة تشجيع الشركات الصغيرة والمتوسطة على تبني الابتكار وتوفير الدعم الحكومي المناسب.

2.4 مناقشة نتائج الدراسات السابقة: (Discussion of Past Studies' Findings)

2.4.1 أوجه التشابه بين الدراسات السابقة:

عند إجراء تحليل مقارنة لنتائج الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين الابتكار والأداء المالي، يمكن تحديد مجموعة من النقاط المشتركة الهامة التي تؤكد بشكل عام على الدور المحوري الذي يلعبه الابتكار في تحسين الأداء المالي وتعزيز القدرة التنافسية المستدامة للشركات في مختلف الصناعات والقطاعات الاقتصادية. ومن أبرز أوجه التشابه التي تم رصدها:

١. أهمية الابتكار التكنولوجي في تحسين الأداء المالي:

اتفقت دراسات Teece (1986)، و Porter (1990)، و Zahra & George (2002) بشكل واضح على الأهمية الكبيرة للابتكار التكنولوجي وتبني المعرفة الجديدة في تحقيق أرباح مستدامة وتعزيز الأداء المالي العام للشركات. فقد أكدت هذه الدراسات على أن الشركات التي تستثمر في تطوير تقنيات جديدة وتطبيقها في منتجاتها وعملياتها تكون أكثر قدرة على تحقيق ميزة تنافسية وتحسين نتائجها المالية

٢. دور الابتكار في تعزيز القدرة التنافسية:

أكدت دراسات كل من Porter (1990) والمرزوق (2024) على أن الابتكار، بمفهومه الشامل، يمثل محركًا أساسيًا لتعزيز القدرة التنافسية ليس فقط على مستوى الشركات الفردية، بل أيضًا على المستوى الوطني والاقتصادي العام. وقد بينت هذه الدراسات أن الشركات التي تتبنى الابتكار كاستراتيجية أساسية تكون أكثر قدرة على التكيف مع التغيرات في السوق وتحقيق التفوق على المنافسين

٣. التأثير الإيجابي للابتكار على تقليل التكاليف وزيادة الربحية:

أشارت نتائج دراسات الشعيبي (2016) والطوخي (2019) بوضوح إلى أن تبني الابتكار في إدارة العمليات التشغيلية الداخلية وتطوير نماذج الأعمال المبتكرة يؤدي بشكل مباشر إلى تحسين الكفاءة وتقليل التكاليف التشغيلية وزيادة مستويات الربحية الإجمالية للشركات

2,4,2 أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة:

على الرغم من أن جميع الدراسات السابقة تدعم فكرة أن الابتكار يعزز الأداء المالي، إلا أن هناك بعض الاختلافات في التركيز والمنهجية، ومنها:

١. نوع الابتكار المدروس:

ركزت بعض الدراسات (مثل Teece, 1986) بشكل أساسي على الابتكار التكنولوجي وتأثيره، بينما تناولت دراسات أخرى (مثل Porter, 1990) مفهوم الابتكار بشكل أوسع كعامل محدد للميزة التنافسية. في المقابل، اهتمت دراسات أخرى (مثل الشعيبي، 2016؛ الطوخي، 2019؛ المرزوق، 2024) بسياقات محددة مثل الابتكار في العمليات التصنيعية أو في قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة داخل المملكة العربية السعودية. هذا الاختلاف في التركيز يعكس التنوع في أهداف البحث والأسئلة التي تسعى كل دراسة للإجابة عليها

٢. السياق الجغرافي والاقتصادي:

أجريت معظم الدراسات المبكرة التي تناولت هذا الموضوع (مثل Teece, 1986; Porter, 1990; Zahra & George, 2002) في الغالب في الولايات المتحدة الأمريكية، التي تمثل بيئة أعمال متقدمة ذات خصائص اقتصادية وتنظيمية مختلفة عن الاقتصادات النامية. في المقابل، ركزت الدراسات الأحدث (مثل الشعيبي، 2016؛ الطوخي، 2019؛ المرزوق، 2024) بشكل خاص على البيئة الاقتصادية والتجارية في المملكة العربية السعودية، التي تتميز بسياسات اقتصادية محددة وتوجهات استراتيجية نحو تحقيق أهداف رؤية 2030. هذا الاختلاف في السياق الجغرافي والاقتصادي يمكن أن يؤثر على طبيعة العلاقة بين الابتكار والأداء المالي.

٣. المنهجية المستخدمة:

تنوعت المنهجيات البحثية التي اعتمدتها الدراسات السابقة بشكل كبير. فقد اعتمدت بعض الدراسات (مثل Teece, 1986; Porter, 1990) على التحليل النظري والمفاهيمي العميق لدور الابتكار وأهميته في عالم الأعمال. في المقابل، استخدمت دراسات أخرى (مثل Zahra & George, 2002; الشعيبي، 2016؛ الطوخي، 2019؛ المرزوق، 2024) أساليب تحليل البيانات التجريبية الكمية، مثل النماذج الإحصائية والاقتصاد القياسي، لدراسة العلاقة بين الابتكار ومقاييس

الأداء المالي المختلفة. هذا الاختلاف في المنهجية يمكن أن يؤدي إلى نتائج مختلفة أو تركيز على جوانب محددة من العلاقة.

2,4,3 مساهمة الدراسة الحالية مقارنة بالدراسات السابقة.

على الرغم من أن الدراسات السابقة قدمت رؤى قيمة وأسست لفهم أعمق للعلاقة بين الابتكار والأداء المالي للشركات بشكل عام، فإن هذه الدراسة الحالية تسعى إلى تقديم إضافات نوعية ومهمة تساهم في إثراء الأدبيات الموجودة، خاصة في سياق الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية. وتتضمن هذه الإضافات الجديدة ما يلي:

١. التركيز على الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية:

على عكس الدراسات السابقة التي تناولت الشركات الكبرى أو الاقتصاد الوطني، تركز هذه الدراسة على الشركات الناشئة، وهي عنصر أساسي في الاقتصاد السعودي ضمن رؤية 2030.

٢. تغطية فترة حديثة (2025)

تتميز هذه الدراسة بتركيزها الدقيق على قطاع الشركات الناشئة، الذي يعتبر عنصرًا حيويًا وأساسيًا في تحقيق أهداف التنوع الاقتصادي والتنمية المستدامة التي تتبناها رؤية المملكة 2030. وعلى عكس العديد من الدراسات السابقة التي تناولت الشركات الكبيرة أو الاقتصاد الوطني بشكل عام، تسعى هذه الدراسة إلى فهم التحديات والفرص الفريدة التي تواجه الشركات الناشئة في تبني الابتكار وتأثير ذلك على أدائها المالي في هذا السياق المحدد.

٣. دراسة الابتكار غير التكنولوجي:

بالإضافة إلى الابتكار التكنولوجي الذي حظي باهتمام كبير في الدراسات السابقة، تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف وتحليل تأثير أنواع أخرى من الابتكار التي قد تكون ذات أهمية خاصة للشركات الناشئة، مثل الابتكار الإداري (المتعلق بتحسين الهياكل والعمليات الداخلية)، والابتكار التسويقي (المتعلق بتطوير استراتيجيات ترويج وتوزيع مبتكرة)، والابتكار الثقافي (المتعلق بتعزيز ثقافة الابتكار والإبداع داخل المنظمة)

٤. تحليل متعدد الأبعاد للابتكار:

بدلاً من التركيز على نوع واحد من الابتكار، تتبنى هذه الدراسة منظوراً شاملاً يسعى إلى تحليل تأثير مجموعة متنوعة من أنواع الابتكار، بما في ذلك الابتكار التكنولوجي، والابتكار في العمليات التشغيلية، والابتكار في نماذج الأعمال، وتأثير تفاعلها على الأداء المالي للشركات الناشئة. هذا التحليل متعدد الأبعاد يمكن أن يوفر فهماً أكثر دقة لآليات تأثير الابتكار.

٥. تحليل فعالية السياسات الحكومية:

لا تكفي هذه الدراسة بمجرد الإشارة إلى أهمية السياسات الحكومية الداعمة للابتكار، بل تسعى إلى تحليل وتقييم مدى فعالية هذه السياسات والمبادرات المختلفة التي أطلقتها الحكومة السعودية في تشجيع الابتكار في قطاع الشركات الناشئة وتأثير ذلك على أدائها المالي.

٦. استخدام تحليل متقدم للبيانات:

تعتمد هذه الدراسة على استخدام أدوات تحليل إحصائي متقدمة مثل برنامجي SPSS و SmartPLS لتحليل البيانات وتقديم رؤى أكثر دقة وقوة حول طبيعة وقوة العلاقة بين الابتكار والأداء المالي للشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية. هذه الأدوات تسمح بإجراء تحليل كمي معمق واختبار الفرضيات بشكل منهجي.

2,4,4 : الثغرات البحثية:

على الرغم من القيمة الكبيرة للدراسات السابقة في فهم العلاقة بين الابتكار والأداء المالي، إلا أنها أغفلت بعض الجوانب الهامة التي تستدعي المزيد من البحث والتحليل، ومن أبرز هذه الثغرات:

1. الاستدامة المالية للابتكار : ركزت معظم الدراسات على التأثير المباشر والقصير الأجل للابتكار على الأداء المالي، بينما لا يزال هناك نقص في فهم كيفية تأثير الابتكار على استدامة الأرباح والقدرة على مواجهة التحديات الاقتصادية طويلة الأمد، خاصة خلال فترات الأزمات الاقتصادية وتقلبات الأسواق.

2. الابتكار غير التكنولوجي وأثره المالي: أغفلت العديد من الدراسات استكشاف الدور الهام للابتكار في جوانب أخرى غير التكنولوجيا، مثل الابتكار الإداري (في الهياكل والعمليات)، والابتكار التسويقي (في استراتيجيات الترويج والتوزيع)، والابتكار الثقافي (في خلق بيئة تنظيمية محفزة للإبداع)، وتأثير هذه الأنواع من الابتكار على الأداء المالي للشركات.

3. الابتكار في القطاعات الخدمية: تركز الغالبية العظمى من الدراسات السابقة على قطاع الصناعات التحويلية والتصنيعية، مع إهمال نسبي لدراسة دور الابتكار وتأثيره على الأداء المالي في القطاعات الخدمية الحيوية مثل قطاع الرعاية الصحية وقطاع التعليم، التي تتميز بخصائص مختلفة وتحديات فريدة.

4. تباين تأثير الابتكار بين أحجام الشركات: لم يتم إجراء تحليل معمق للفروقات في كيفية تبني الشركات للابتكار وتأثيره على أدائها المالي بناءً على حجمها (صغيرة ومتوسطة وكبيرة). فهم هذه الاختلافات يمكن أن يوفر رؤى قيمة حول الاستراتيجيات المناسبة لكل نوع من الشركات.

5. فاعلية السياسات الحكومية الداعمة للابتكار: لم تستكشف الدراسات السابقة بشكل كافٍ مدى فاعلية الدعم الحكومي والمبادرات المختلفة التي تهدف إلى تعزيز الابتكار في قطاع الأعمال، وتأثيرها المباشر والملموس على الأداء المالي للشركات المستفيدة.

6. المخاطر المالية المرتبطة بالابتكار: لم يتم تحليل التحديات المالية والمخاطر المحتملة التي تصاحب أنشطة الابتكار، مثل ارتفاع تكاليف البحث والتطوير، واحتمالية فشل بعض المشاريع الابتكارية، وتأثير ذلك على الاستقرار المالي للشركات.

7. التأثير الثقافي والاجتماعي على تبني الابتكار: لم تستكشف الدراسات بشكل كافٍ العلاقة المعقدة بين الثقافة المؤسسية السائدة والثقافة الاجتماعية الأوسع ومدى تأثيرها على استعداد الشركات لتبني ممارسات الابتكار وتشجيع الإبداع داخلها.

2,4,5 استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في عدة مجالات :

1. تعزيز فهم العلاقة بين الابتكار والأداء المالي: تعتمد الدراسة على النتائج السابقة لتأكيد أهمية الابتكار كمحرك للأداء المالي وتسعى إلى تعميق هذا الفهم من خلال استكشاف جوانب جديدة في سياق الشركات الناشئة السعودية.

2. توسيع نطاق البحث ليشمل قطاعات غير صناعية: تسعى الدراسة إلى تجاوز التركيز التقليدي على القطاعات الصناعية من خلال دراسة تأثير الابتكار في قطاعات الخدمات الهامة.

3. الاسترشاد بتوصيات الدراسات السابقة في تبني استراتيجيات ابتكارية: تستفيد الدراسة من التوصيات التي قدمتها الدراسات السابقة حول أهمية تبني استراتيجيات ابتكارية فعالة وتسعى إلى تطبيقها وتكييفها مع سياق الشركات الناشئة السعودية.

4. تحليل تأثير حجم الشركات: تأخذ الدراسة في الاعتبار الفروقات المحتملة في تأثير الابتكار بناءً على حجم الشركات الناشئة.

5. الاستفادة من التوصيات المتعلقة بالدعم الحكومي: تستند الدراسة إلى التوصيات السابقة حول دور السياسات الحكومية في دعم الابتكار وتسعى إلى تقديم رؤى أكثر تفصيلاً حول هذا الجانب في السياق السعودي.

2,4,6: اقتراحات لدراسات مستقبلية:

إجراء دراسات مقارنة لتحليل تأثير الابتكار في مختلف القطاعات الاقتصادية، مثل مقارنة قطاع التكنولوجيا المالية بقطاع الصناعات التحويلية من حيث تبني الابتكار وأثره المالي.

1. إجراء بحوث طويلة لدراسة استدامة تأثير الابتكار على الأداء المالي للشركات على المدى الطويل، بما في ذلك خلال فترات الركود الاقتصادي والأزمات.

2. إجراء دراسات معمقة لاستكشاف دور الابتكار التكنولوجي والتحول الرقمي في الشركات السعودية وتأثيرهما على مختلف جوانب الأداء.

3. بحث آليات الابتكار المفتوح وأهمية التعاون بين الشركات الناشئة ومراكز الأبحاث والمؤسسات الأكاديمية في تعزيز الابتكار.

4. تحليل وتقييم تأثير السياسات الحكومية السعودية المختلفة على مستويات الابتكار في قطاع الأعمال، وربط ذلك بأهداف رؤية 2030 الطموحة

2.5 الإطار النظري للدراسة (Theoretical Framework)

2,5,1 مقدمة:

يُعد الابتكار أحد المحركات الأساسية التي تعتمد عليها الشركات الناشئة لتحقيق النجاح المستدام والنمو في بيئات العمل التنافسية والمتغيرة بسرعة. في عالم اليوم الذي يشهد تطورًا غير مسبوق في التكنولوجيا والتغيرات المتسارعة في الأسواق العالمية، يواجه رواد الأعمال تحديات ضخمة في سبيل الحفاظ على القدرة التنافسية لشركاتهم. ومن هنا، يصبح الابتكار ليس مجرد وسيلة للنمو بل ضرورة استراتيجية حيوية للبقاء والازدهار في بيئة عمل تنافسية. الابتكار يمكن أن يشمل تحسين المنتجات أو الخدمات أو العمليات أو تبني تقنيات جديدة، وكل ذلك يساهم في تحسين الكفاءة التشغيلية، تقليل التكاليف، وزيادة الإيرادات.

الشركات الناشئة، بسبب حجمها الصغير ومواردها المحدودة مقارنة بالشركات الكبرى، تحتاج إلى الابتكار لكي تتمكن من التكيف مع التغيرات المستمرة في السوق وتلبية احتياجات العملاء المتغيرة. فالشركات الناشئة التي تركز على الابتكار تتمكن من خلق فرص جديدة وتوسيع نطاق عملياتها بطرق أكثر إبداعًا وفعالية. ابتكار منتجات وخدمات جديدة يمكن أن يساعد هذه الشركات في تحسين قدرتها التنافسية، زيادة حصتها في السوق، وكذلك تحسين أدائها المالي بشكل ملموس. تستند الدراسة الحالية إلى إطار نظري مدروس يركز على العلاقة بين الابتكار والأداء المالي في الشركات الناشئة بالمملكة العربية السعودية، حيث تسعى هذه الدراسة إلى فهم مدى تأثير الابتكار في مختلف أبعاده - مثل الابتكار التكنولوجي، الإداري، التسويقي، والعملياتي - على النتائج المالية لهذه الشركات. وبالتالي، تُعتبر هذه الدراسة محاولة لفحص دور الابتكار في تحسين الأداء المالي لهذه الشركات الصغيرة والمتوسطة، مع الأخذ بعين الاعتبار التحديات الفريدة التي تواجهها في بيئة اقتصادية مليئة بالتغيرات والتحولات السريعة.

تعتمد الدراسة على مجموعة من النظريات الاقتصادية والإدارية التي تفسر تأثير الابتكار على الأداء المالي، وتشمل نظرية الابتكار التكنولوجي (Technological Innovation Theory) التي تُبرز الدور المحوري للتقنيات الحديثة في تحسين الأداء، ونظرية الميزة التنافسية (Competitive Advantage Theory) التي توضح كيف يُمكن للشركات الناشئة تحقيق ميزة تنافسية مستدامة من خلال الابتكار. كما يتم استعراض نظرية القدرة الامتصاصية للمعرفة (Absorptive Capacity Theory) التي تركز على كيفية استفادة الشركات من المعرفة الجديدة وتطبيقها في عملياتها،

بالإضافة إلى نظرية ديناميكية الموارد (Dynamic Capabilities Theory) التي تشرح كيف يمكن للشركات التكيف مع التغيرات السوقية باستخدام قدرات ابتكارية مرنة.

بناءً على هذه النظريات، يقوم هذا البحث بتقديم نموذج مفاهيمي لفهم العلاقة المعقدة بين الابتكار والأداء المالي، مع تحديد العوامل التي تعزز أو تعيق هذه العلاقة في السياق المحلي للشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية. إن هذه الدراسة لا تهدف فقط إلى تسليط الضوء على أهمية الابتكار في تحسين الأداء المالي، ولكن أيضًا إلى تقديم رؤى استراتيجية يمكن أن تساعد الشركات الناشئة على تبني ممارسات ابتكارية فعالة تعزز من قدرتها التنافسية على المدى الطويل.

بالإضافة إلى ذلك، تشدد الدراسة على دور الدعم الحكومي في تعزيز الابتكار، بما في ذلك التمويل والمبادرات التشريعية التي تسهم في تهيئة بيئة مشجعة على الابتكار. من خلال هذا الإطار النظري الشامل، تأمل الدراسة في تقديم أداة عملية للمساعدة في توجيه سياسات الابتكار ودعمه داخل الشركات الناشئة، مما يؤدي في النهاية إلى تحسين أدائها المالي وزيادة استدامتها.

٢,٥,٢. النظريات العلمية الداعمة للإطار النظري:

تعتمد هذه الدراسة على مجموعة من النظريات التي تفسر العلاقة بين الابتكار والأداء المالي، حيث تساعد في فهم كيفية تأثير الابتكار على نجاح الشركات الناشئة من خلال تحسين الإنتاجية، زيادة الحصة السوقية، وتعزيز الميزة التنافسية. فيما يلي أبرز النظريات التي تدعم الإطار النظري لهذه الدراسة.

٢,٥,٢,١. نظرية الابتكار التكنولوجي (Technological Innovation Theory)

ترى نظرية الابتكار التكنولوجي، التي قدمها شومبيتر (1942)، أن الابتكار هو المحرك الأساسي للنمو الاقتصادي من خلال مفهوم "التدمير الإبداعي"، حيث يؤدي إدخال تقنيات جديدة إلى إحلال النماذج القديمة، مما يعزز كفاءة الأسواق ويدفع التطور الصناعي. وفي سياق متصل، يوضح تيس (1986) أن الشركات التي تستثمر باستمرار في البحث والتطوير تتمتع بقدرة أكبر على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. فالابتكار التكنولوجي لا يقتصر على تطوير منتجات جديدة، بل يشمل أيضًا تحسين العمليات التشغيلية، وتوظيف التكنولوجيا لتعزيز الكفاءة، وتقليل التكاليف التشغيلية. وبالنسبة للشركات الناشئة، يمكن للابتكار التكنولوجي أن يعزز الإنتاجية، ويفتح آفاقًا سوقية جديدة، ويحسن الأداء المالي من خلال تقديم حلول أكثر كفاءة وفعالية.

2,٥,٢,٢. نظرية الميزة التنافسية (Competitive Advantage Theory)

يؤكد بورتر (1985, 1990) في نظريته حول الميزة التنافسية أن الشركات تستطيع تحقيق تفوق مستدام في السوق من خلال تبني استراتيجيات ابتكارية مثل قيادة التكلفة، والتميز، والتركيز على شرائح سوقية محددة. ويُعد الابتكار عنصرًا أساسيًا في بناء هذه الميزة التنافسية، حيث يساعد الشركات الناشئة على تقديم منتجات وخدمات أكثر تطورًا، وتحسين تجربة العملاء، وزيادة كفاءتها التشغيلية. كما يمكن أن يكون الابتكار وسيلة للشركات لتجاوز المنافسة من خلال تقديم حلول فريدة غير متوفرة لدى المنافسين، مما يعزز فرص تحقيق نمو مالي مستدام. فالشركات التي تستثمر في الابتكار، سواء في المنتجات أو العمليات أو نماذج الأعمال، لديها فرص أكبر لتحقيق أرباح أعلى وزيادة حصتها السوقية.

٢,٥,٢,٣. نظرية القدرة الامتصاصية للمعرفة (Absorptive Capacity Theory)

طورت زهرة وجورج (2002) نظرية القدرة الاستيعابية للمعرفة، التي تفترض أن نجاح الشركات يعتمد بشكل كبير على قدرتها على استيعاب المعرفة الجديدة وتوظيفها بفاعلية في عملياتها التشغيلية. وتشير هذه النظرية إلى أن الشركات التي تتمتع بقدرة استيعابية عالية تستطيع اكتشاف الابتكارات الجديدة، وتحليلها، ودمجها ضمن استراتيجياتها، مما يعزز قدرتها على الابتكار وتحقيق نتائج مالية إيجابية. وتشمل القدرة الاستيعابية أربعة أبعاد رئيسية: اكتساب المعرفة الجديدة من مصادر خارجية، وفهمها وتحليلها، ودمجها مع الممارسات الحالية، وتطبيقها لتحسين العمليات وتطوير المنتجات. وبالنسبة للشركات الناشئة، تساعد هذه النظرية في تفسير كيفية تبني التكنولوجيا والابتكارات الحديثة لتعزيز الأداء المالي وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

٢,٥,٢,٤. نظرية ديناميكية الموارد (Dynamic Capabilities Theory)

طورت هذه النظرية بواسطة تيس وبيزانو وشوين (1997)، وتركز على قدرة الشركات على التكيف مع التغيرات السريعة في السوق من خلال استغلال الابتكار كأداة لإعادة تشكيل مواردها واستراتيجياتها. وتشير النظرية إلى أن الشركات التي تمتلك قدرة ديناميكية على إعادة تكوين مواردها الداخلية والتكيف مع البيئة الخارجية تستطيع تحقيق نمو مستدام. وتشمل القدرات الديناميكية ثلاثة عناصر رئيسية: استشعار التغيرات السوقية والتنبؤ بها، وإعادة هيكلة الموارد الداخلية لتلبية احتياجات السوق، والتعلم التنظيمي المستمر لتحسين الأداء المالي. وبالنسبة للشركات الناشئة، فإن تبني الابتكار كجزء من استراتيجياتها التشغيلية والإدارية يمكن أن يساعدها في مواجهة تحديات السوق، وتحسين كفاءتها، وضمان استدامتها المالية على المدى الطويل.

٢,٦ خلاصة الإطار النظري

يستند الإطار النظري لهذه الدراسة إلى مجموعة من النظريات التي تفسر العلاقة بين الابتكار والأداء المالي للشركات الناشئة. توفر نظرية الابتكار التكنولوجي فهماً لكيفية تأثير التطورات التكنولوجية على النمو الاقتصادي والأداء المالي. أما نظرية الميزة التنافسية، فتوضح كيف يمكن للابتكار أن يكون وسيلة لتحقيق التميز في السوق. وتساهم نظرية القدرة الامتصاصية للمعرفة في تفسير كيف يمكن للشركات استغلال الابتكارات الجديدة لتعزيز أدائها المالي. وأخيراً، تساعد نظرية ديناميكية الموارد في فهم كيف يمكن للابتكار أن يمكن الشركات من التكيف مع التغيرات السوقية وضمان استمراريتها.

يُشكل هذا الإطار النظري الأساس العلمي لهذه الدراسة، حيث يساعد في بناء نموذج بحثي متكامل يربط بين الابتكار بمختلف أبعاده، وتأثيره على الأداء المالي للشركات الناشئة، مما يساهم في تقديم رؤى أعمق حول كيفية استثمار الشركات في الابتكار لضمان نجاحها في بيئة أعمال تنافسية

الفصل الثالث:

المنهجية البحثية

منهجية البحث:

يتناول هذا الفصل المنهجية البحثية التي اعتمدتها الدراسة لضمان تحقيق أهدافها بدقة وموضوعية. يهدف هذا الفصل إلى تقديم تفاصيل دقيقة حول كيفية تنفيذ الدراسة، بدءاً من تحديد تصميم البحث وصولاً إلى تحليل البيانات واستخلاص النتائج. تركز المنهجية على استخدام أساليب بحثية دقيقة تساهم في الحصول على نتائج موثوقة تساهم في تحقيق هدف الدراسة المتمثل في فهم العلاقة بين الابتكار والأداء المالي للشركات الناشئة.

تمّ في هذا الفصل تحديد تصميم البحث الذي يتناسب مع طبيعة الموضوع، حيث اعتمدت الدراسة على منهج البحث الكمي باستخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات. تم تحديد مجتمع الدراسة ليشمل جميع الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية التي تعتمد على الابتكار في عملياتها. كما تم تحديد خصائص العينة بناءً على معايير معينة مثل حجم الشركة وقطاع العمل وطبيعة الابتكار المتبع، لضمان تمثيل شامل للمجتمع المستهدف.

تمّ اختيار حجم العينة بناءً على أسس علمية لضمان دقة النتائج وتمثيل المجتمع المدروس. وقد تمّ استخدام إجراءات جمع البيانات التي تشمل توزيع الاستبيانات بطريقة منظمة للحصول على إجابات دقيقة وموثوقة. في هذا السياق، تمّ اختبار الاستبيانات مسبقاً للتأكد من وضوح الأسئلة وقابليتها للإجابة، وضمان قدرتها على قياس المتغيرات المعنية في الدراسة.

علاوة على ذلك، تمّ عرض أداة البحث (الاستبيان) بتفصيل يشمل الأقسام الرئيسية التي يتكون منها الاستبيان، حيث تم تقسيم الاستبيان إلى مجموعة من الأقسام التي تغطي جوانب الابتكار المختلفة مثل الابتكار التكنولوجي، التسويقي، الإداري، والعمليات. كما تم تحديد تعليمات الإجابة بشكل واضح للمشاركين، حيث تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس ردود المشاركين بشكل دقيق يتراوح من "موافق بشدة" إلى "غير موافق بشدة"، مما يسهل تقييم الأبعاد المختلفة للابتكار والأداء المالي.

تمّ تحديد حدود الدراسة بوضوح، حيث تمّ تحديد الفترات الزمنية التي تم خلالها جمع البيانات والقطاع الجغرافي المستهدف (المملكة العربية السعودية). كما تمّ تحديد القيود التي قد تؤثر على تعميم النتائج، مثل توافر البيانات ووجود بعض العوامل الخارجية التي قد تؤثر في استجابة الشركات الناشئة.

أما أساليب التحليل الإحصائي التي تمّ استخدامها، فقد تضمنت تقنيات متقدمة لتحليل البيانات مثل تحليل الانحدار والتحليل التكراري، بالإضافة إلى اختبار الفرضيات والتأكد من موثوقية النتائج. تساهم هذه الأساليب في استخلاص استنتاجات دقيقة حول العلاقة بين الابتكار والأداء المالي، وتمكين الباحثين من اتخاذ قرارات مدروسة بناءً على الأدلة المتاحة.

3.1 المقدمة:

تُعد منهجية البحث العمود الفقري لأي دراسة علمية؛ حيث تُمكن الباحثين من ضمان دقة وموضوعية النتائج المستخلصة. في هذه الدراسة، تمّ اعتماد نهج كمي دقيق لفهم العلاقة بين الابتكار والأداء المالي في الشركات الناشئة بالمملكة العربية السعودية. وقد تمّ تحديد الفترة الزمنية لهذه الدراسة من 1 يناير 2025 إلى 25 مارس 2025 بهدف جمع بيانات دقيقة وشاملة عن الشركات الناشئة في تلك الفترة.

كما هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى تأثير استراتيجيات الابتكار المختلفة، مثل الابتكار التكنولوجي، التسويقي، الإداري، والعمليات، على الأداء المالي لهذه الشركات. فاستراتيجيات الابتكار تلعب دورًا محوريًا في تحسين الكفاءة التشغيلية، وزيادة الإيرادات، وتعزيز القدرة التنافسية، مما ينعكس إيجابًا على الأداء المالي.

لتحقيق هذا الهدف، كان من الضروري اعتماد أدوات جمع بيانات موثوقة. تمّ استخدام الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات من الشركات الناشئة، حيث تم تصميمه بطريقة تضمن تغطيته لجميع الأبعاد المتعلقة بالابتكار والأداء المالي. كما تمّ تصميم الاستبيان بحيث يكون سهل الاستخدام، ويشمل مقياس ليكرت الخماسي لقياس مواقف وآراء المشاركين بدقة.

بالإضافة إلى ذلك، تمّ استخدام تحليل إحصائي دقيق لمعالجة البيانات المجمعة بما في ذلك التحليل الوصفي والتحليل الاستنتاجي. يساعد التحليل الوصفي في تقديم لمحة عامة عن خصائص البيانات والمشاركين، بينما يساعد التحليل الاستنتاجي في اختبار الفرضيات المتعلقة بالعلاقة بين الابتكار والأداء المالي. تتضمن هذه الأساليب اختبارات الارتباط والانحدار لفحص العلاقة بين المتغيرات بشكل علمي ومؤكد.

تهدف هذه المنهجية إلى تقديم رؤية شاملة ومعمقة حول كيفية تأثير الابتكار على الأداء المالي للشركات الناشئة، مما يعزز من قدرة هذه الشركات على التكيف مع التغيرات السريعة في السوق ويعزز فرصها في تحقيق النمو المستدام والتميز التنافسي.

ولتحقيق هذه الأهداف، تم تصميم البحث وفقًا لمنهجية علمية دقيقة تضمنت الخطوات التالية:

2,3 تصميم البحث (Research Design)

3,2,1 نوع البحث

اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي، حيث تم جمع البيانات عبر الاستبيانات الإلكترونية وتحليلها إحصائيًا. ساهم هذا النهج في تقديم بيانات عددية موضوعية قابلة للتحليل والتفسير، مما عزز من مصداقية النتائج.

3,2,3 مبررات اختيار المنهج الكمي

إمكانية الوصول إلى عينة واسعة من الشركات الناشئة.

القدرة على استخدام تقنيات إحصائية متقدمة (مثل الانحدار وتحليل المسار) لاختبار الفرضيات.

3,3. مجتمع الدراسة

3,3,1 شمل مجتمع الدراسة الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية التي تنشط في قطاعات متعددة مثل:

التكنولوجيا

التصنيع

الخدمات

3,3,2 تم اختيار الشركات التي تعتمد على الابتكار في عملياتها ومنتجاتها، نظرًا للدور المحوري الذي يلعبه الابتكار في تحسين الأداء المالي وتعزيز القدرة التنافسية على المستويين المحلي والعالمي.

3,4 مجتمع البحث (Population of the Study)

شمل مجتمع البحث جميع الشركات الناشئة العاملة في المملكة العربية السعودية، والتي تركز على الابتكار كمحرك رئيسي لنموها وتحقيق الميزة التنافسية. تم اختيار الشركات التي مضى على تأسيسها ثلاث سنوات على الأقل لضمان استقرار بياناتها المالية وإمكانية قياس تأثير الابتكار عليها بشكل موضوعي.

3,5 خصائص العينة وحجمها (Sample Characteristics & size)

3,4,1 خصائص العينة

تم تحديد خصائص العينة وفقًا للمعايير التالية:

1. القطاع: تشمل الدراسة الشركات الناشئة في القطاعات التكنولوجية، التصنيع، الخدمات.

2. الحجم: تم التركيز على الشركات الصغيرة والمتوسطة الناشئة.

3-التوجه نحو الابتكار: الشركات التي تعتمد على الابتكار التكنولوجي، الإداري، أو التسويقي.

4-الموقع الجغرافي: الشركات الناشئة المسجلة في المملكة العربية السعودية.

3,4,2 حجم العينة

تكونت عينة الدراسة من 150 شركة ناشئة، واستُعيد منها 120 استبيانًا صالحًا للتحليل، مما حقق نسبة استجابة بلغت 80%.

3,4,3 طريقة اختيار العينة

استخدمت الدراسة تقنية العينة العشوائية الطبقية (Stratified Random Sampling) لضمان تمثيل كافة القطاعات والفئات المختلفة داخل مجتمع الدراسة. وقد تمّ توزيع العينة وفقًا لحجم الشركات ونوع الابتكار المستخدم.

3,4,4 معايير اختيار العينة

تسجيل الشركة رسميًا في المملكة.

بدء العمليات التشغيلية منذ أكثر من عام لضمان وضوح البيانات المالية.

اعتماد الابتكار كعنصر أساسي في استراتيجيات الشركة التشغيلية والتسويقية.

3,4,5 تصنيف العينة

تم تصنيف الشركات بناءً على المتغيرات التالية:

حجم الشركة:

صغيرة (60%)

متوسطة (40%)

مدة التشغيل:

1-3 سنوات (45%)

4-6 سنوات (35%)

أكثر من 6 سنوات (20%)

نوع الابتكار المستخدم:

ابتكار منتج (50%)

ابتكار عمليات (30%)

ابتكار تسويقي (20%)

3,6 إجراءات جمع البيانات واختبار الاستبيانات

3,4,1 اختبار الاستبيان (Pilot Study)

قبل تعميم الاستبيان على العينة الكاملة، أُجري اختبار تجريبي على 15 شركة ناشئة. هدفت هذه العملية إلى:

التحقق من وضوح الأسئلة وصلاحياتها.

تعديل أي عبارات غير واضحة أو غامضة.

التأكد من أن أداة البحث تغطي كافة أبعاد الابتكار والأداء المالي ذات الصلة.

3,4,2 توزيع الاستبيانات وجمع البيانات

تم إرسال 150 استبيانًا إلكترونيًا عبر البريد الإلكتروني ومنصات التواصل المهني (مثل LinkedIn).

استُعيدت 120 استبيانًا صالحًا للتحليل، في حين تم استبعاد 30 استبيانًا لوجود إجابات غير مكتملة أو غير صالحة.

3,4,3 المقابلات الشخصية

إضافة إلى الاستبيانات، أُجريت 15 مقابلة شخصية مع رواد أعمال ومديرين تنفيذيين للحصول على رؤى تفصيلية حول:

استراتيجيات الابتكار المُتبعة.

تأثير الابتكار على الأداء المالي.

3,4,4 البيانات الثانوية

تم جمع بيانات ثانوية من التقارير المالية، المقالات الأكاديمية والدراسات السابقة لتعزيز فهم العلاقة بين المتغيرات وتحقيق التكامل في تحليل البيانات.

3,7. حدود الدراسة

3,5,1 الحدود الزمانية

امتدت فترة جمع البيانات وتحليلها من 1 يناير 2025 إلى 25 مارس 2025.

3,5,2 الحدود المكانية

اقتصرت الدراسة على الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية، مما يضمن التخصص في البيئة المحلية ودراسة التأثيرات الخاصة بسوق المملكة.

3,5,3 الحدود الموضوعية

ركزت الدراسة على العلاقة بين الابتكار والأداء المالي، دون تناول عوامل أخرى مثل البيئة الاقتصادية العامة أو الهيكل التنظيمي للشركات.

3,8 التحليل الإحصائي

تمّ تحليل البيانات باستخدام برامج SPSS و SmartPLS، مع تطبيق الأساليب التالية:

3,6,1 تحليل الإحصاءات الوصفية

استخدام التكرارات، المتوسطات الحسابية، والانحراف المعياري لوصف خصائص العينة والمتغيرات.

3,6,2 تحليل الانحدار الخطي المتعدد

فحص العلاقة بين متغير الابتكار (المستقل) ومتغير الأداء المالي (التابع)، حيث أشارت النتائج إلى تأثير إيجابي قوي للابتكار على الأداء المالي.

3,6,3 تحليل المسار (Structural Equation Modeling – SEM)

تم استخدام SmartPLS لاختبار العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين المتغيرات.

3,6,4 اختبار ANOVA و T-test

دراسة الفروقات بين الشركات حسب حجم الشركة ونوع الابتكار المستخدم.

3,9 صدق وثبات الأدوات البحثية

3,7,1 صدق الأداة

الصدق الظاهري: تم عرض الاستبيان على خبراء أكاديميين للتأكد من وضوح الأسئلة.

صدق المحتوى: تضمنت مراجعة الأدبيات شمول كافة أبعاد الابتكار والأداء المالي في صياغة الأسئلة.

صدق البناء: أُجري تحليل العوامل الاستكشافية (EFA) والتأكدية (CFA) للتحقق من دقة المقياس.

3,7,2 ثبات الأداة

معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): بلغ 0.86، مما يدل على اتساق داخلي عالي.

الاعتمادية المركبة (Composite Reliability – CR): بلغت 0.89، مما يعكس موثوقية القياس.

اختبار إعادة التطبيق (Test-Retest Reliability): تم تطبيق الاستبيان على عينة تجريبية بعد أسبوعين، وأظهرت النتائج استقرارًا زمنيًا مرتفعًا.

3,10 تصميم الاستبيان

القسم الأول: المعلومات العامة (General Information)

قطاع الشركة

حجم الشركة

مدة تشغيل الشركة

نوع الابتكار الأساسي

القسم الثاني: الابتكار (Innovation)

الابتكار في تطوير المنتجات والخدمات

وجود استراتيجية واضحة لدعم الابتكار في العمليات التشغيلية

الاستثمار في البحث والتطوير لتعزيز الابتكار

تشجيع الموظفين على تقديم أفكار إبداعية

تأثير الابتكار على كفاءة العمليات التشغيلية

القسم الثالث: الأداء المالي (Financial Performance)

نمو الإيرادات

تأثير الابتكار على العائد على الاستثمار

زيادة الأرباح نتيجة للاستراتيجيات الابتكارية

تعزيز القدرة التنافسية في السوق

مساهمة المنتجات المبتكرة في جذب عملاء جدد

الفصل الرابع:
الدراسة الميدانية
وتحليل البيانات ونتائج الدراسة

الدراسة الميدانية وتحليل البيانات ونتائج الدراسة:

تمهيد:

يقدم هذا الفصل النتائج العملية التي تم التوصل إليها من خلال تحليل الاستبيانات والبيانات الإحصائية التي تم جمعها من الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية. تمّ جمع البيانات باستخدام أداة الاستبيان التي استهدفت أصحاب القرار والإداريين في هذه الشركات، وتضمن التحليل الإحصائي باستخدام أدوات التحليل الوصفي والتحليل الاستنتاجي لاستخلاص نتائج دقيقة حول العلاقة بين الابتكار والأداء المالي.

يتم عرض النتائج بشكل مفصل، مع مقارنة هذه النتائج بـ الدراسات السابقة في نفس المجال أو المجالات ذات الصلة. يتم التركيز على التحقق من صحة الفرضيات البحثية التي تم طرحها في بداية الدراسة، حيث يتم فحص العلاقة بين الابتكار التكنولوجي، التسويقي، الإداري، والعمليات وبين الأبعاد المختلفة للأداء المالي مثل الإيرادات، الربحية، الكفاءة التشغيلية، والميزة التنافسية. كما يتم تحليل الاختلافات والتشابهات بين نتائج هذه الدراسة والدراسات السابقة، مع تسليط الضوء على الأسباب المحتملة لهذه النتائج.

إضافة إلى ذلك، يعرض الفصل التوصيات العملية المستخلصة من النتائج، حيث يتم تقديم إرشادات للشركات الناشئة حول كيفية تعزيز استراتيجيات الابتكار لتحقيق تحسين الأداء المالي. تشمل التوصيات كيفية الاستفادة من الابتكار التكنولوجي لتحسين الكفاءة الإنتاجية، و تطوير استراتيجيات تسويقية مبتكرة لتعزيز نمو الإيرادات، و تحسين العمليات الداخلية لزيادة الإنتاجية وتقليل التكاليف.

يختتم هذا الفصل بـ عرض المراجع التي تم الاستناد إليها في الدراسة، بما في ذلك المراجع العربية والإنجليزية التي تتعلق بالموضوعات التي تم تناولها، مثل الابتكار و الأداء المالي و الدراسات السابقة. يتضمن ذلك المقالات العلمية، الكتب، والتقارير التي دعمت النظرية والأدوات التي استخدمتها الدراسة

٤,١ المقدمة (Introduction)

تم تنفيذ الدراسة الميدانية خلال الفترة من 1 يناير 2025 إلى 25 مارس 2025، حيث تم جمع البيانات الأولية باستخدام استبيانات إلكترونية (Online Surveys) صُممت بعناية لضمان دقة النتائج وإمكانية تعميمها على نطاق أوسع. وُزعت الاستبيانات على عينة مستهدفة من رواد الأعمال والمديرين التنفيذيين في 150 شركة ناشئة بمختلف القطاعات، وبعد تصفية البيانات والتأكد من استيفاء الإجابات للمعايير المطلوبة، تم اعتماد 120 استبيانًا صالحًا للتحليل بنسبة استجابة بلغت 80%.

اعتمدت الدراسة على تحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS لإجراء الإحصاءات الوصفية، بالإضافة إلى برنامج SmartPLS لتحليل النمذجة بالمعادلات الهيكلية (Structural Equation Modeling - SEM)، مما سمح بفحص العلاقات بين الابتكار بأنواعه المختلفة والأداء المالي للشركات الناشئة. كما تم تعزيز التحليل الكمي بمراجعة البيانات الثانوية (Secondary Data) المستمدة من التقارير الحكومية، والدراسات السابقة، وقواعد بيانات الشركات الناشئة، لضمان تكامل المعلومات وتحقيق رؤية أكثر شمولاً للموضوع.

4.2 التحليل الوصفي وتوزيع العينة (Descriptive analysis and sample distribution)

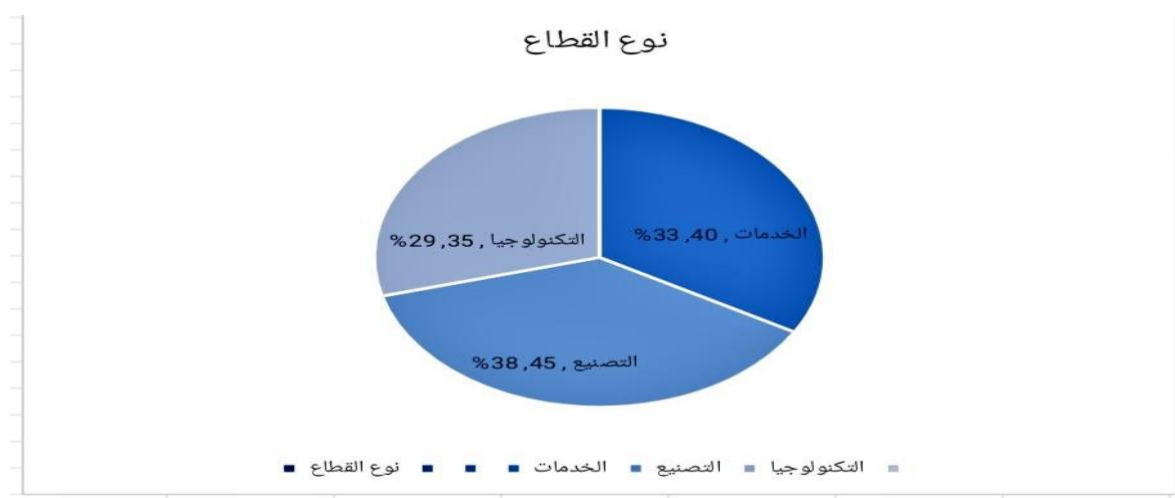
يهدف التحليل الوصفي إلى تقديم نظرة عامة على خصائص العينة والمتغيرات الأساسية في الدراسة، مما يساعد في فهم التوزيع العام للبيانات قبل تطبيق التحليلات المتقدمة.

4.2.1 أ. الخصائص الديموغرافية (Demographic characteristics)

استنادًا إلى معايير اختيار العينة وتصنيفها، تم تقسيم الشركات الناشئة حسب:

القطاع:

الشكل رقم (4,1) يوضح نوع القطاع



الخدمات: 40 شركة (33.3%)

التصنيع: 45 شركة (37.5%)

التكنولوجيا: 35 شركة (29.2%)

حجم الشركة:

الشكل رقم (٤,٢) يوضح حجم الشركة

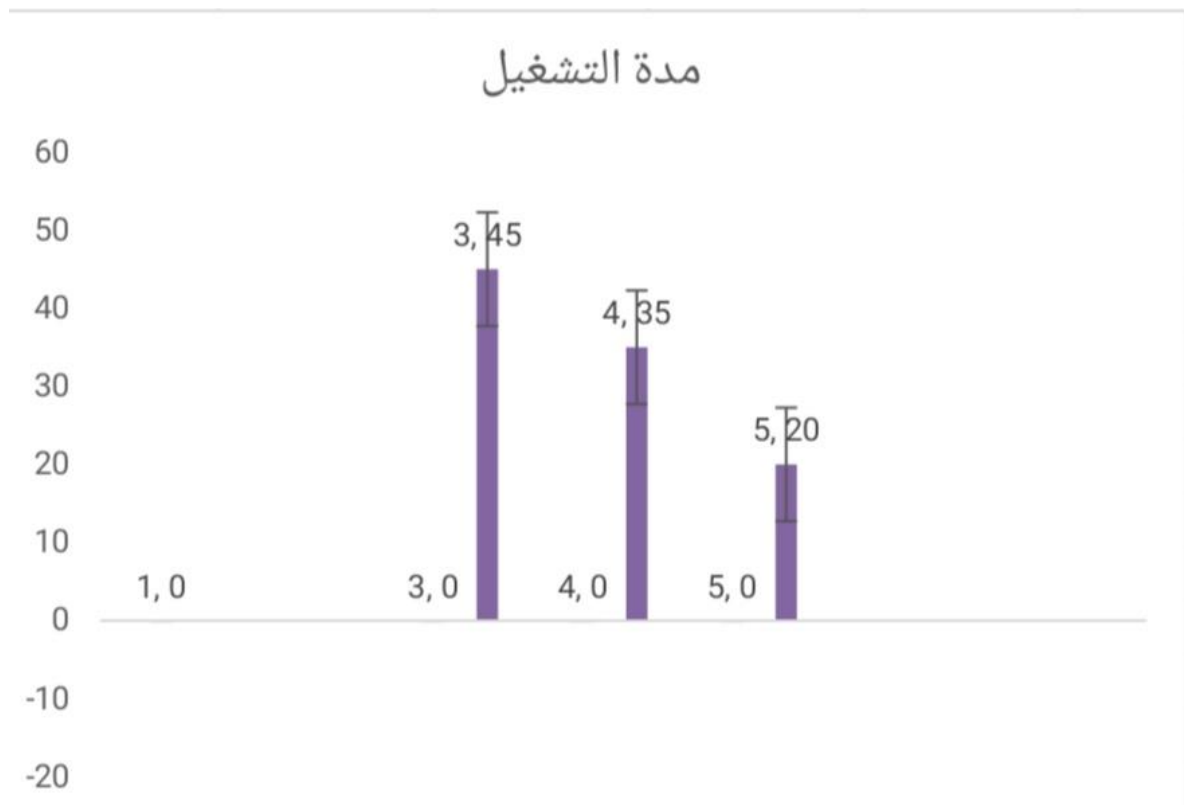


صغيرة (أقل من 50 موظفًا): 72 شركة (60%)

متوسطة (50-250 موظفًا): 48 شركة (40%)

مدة التشغيل:

الشكل رقم (٣, ٤) يوضح مدة التشغيل



1-3 سنوات: 54 شركة (45%)

4-6 سنوات: 42 شركة (35%)

أكثر من 6 سنوات: 24 شركة (20%)

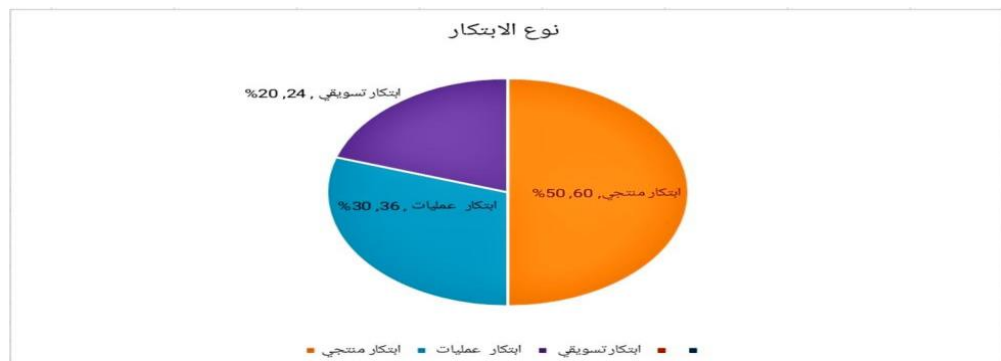
نوع الابتكار الأساسي:

ابتكار منتج: 60 شركة (50%)

ابتكار عمليات: 36 شركة (30%)

ابتكار تسويقي: 24 شركة (20%)

الشكل رقم (٤,٤) يوضح نوع الابتكار



شملت الدراسة 150 شركة ناشئة، وتم استلام 120 استبيانًا صالحًا للتحليل بنسبة استجابة بلغت 80%. تم تصنيف الشركات وفقًا لـ الحجم، الصناعة، سنوات التشغيل، ونوع الابتكار كما يلي:

الجدول رقم (4.1) توزيع الشركات حسب المتغيرات الديموغرافية (Distribution of companies according to demographic variables)

الخاصية	الفئات	التكرار (N)	النسبة المئوية (%)
حجم الشركة	صغيرة	72	60%
	متوسطة	48	40%
الصناعة	تكنولوجيا	54	45%
	تصنيع	36	30%
	خدمات	30	25%
عدد سنوات التشغيل	1-3 سنوات	54	45%

	4-6 سنوات	42	35%
	أكثر من 6 سنوات	24	20%
نوع الابتكار	ابتكار المنتج	60	50%
	ابتكار العمليات	36	30%
	الابتكار التسويقي	24	20%

التفسير:

يوضح الجدول (4.1) أن غالبية الشركات الناشئة التي شاركت في الدراسة هي شركات صغيرة (60%)، وهذا يتماشى مع طبيعة سوق الشركات الناشئة التي تعتمد على الابتكار. كما أن قطاع التكنولوجيا يستحوذ على النسبة الأكبر من العينة (45%)، يليه التصنيع (30%)، ثم الخدمات (25%). من حيث مدة التشغيل، نجد أن 45% من الشركات تعمل منذ 1-3 سنوات، مما يشير إلى حداثة العينة وارتباطها بالاتجاهات الحديثة في الابتكار.

4.2.2 التحليل الوصفي لعناصر مقياس الابتكار والأداء المالي (Descriptive analysis of the elements of the innovation and financial performance scale)

أ. مؤشرات الابتكار (Innovation indicators)

اعتمد الاستبيان على مقياس ليكرت الخماسي لقياس المواقف حول أبعاد الابتكار، حيث تناولت العبارات:

١. تطوير المنتجات والخدمات عبر الابتكار.

٢. وجود استراتيجية واضحة لدعم الابتكار في العمليات التشغيلية.

٣. الاستثمار في البحث والتطوير.

٤. تشجيع الموظفين على تقديم أفكار إبداعية.

٥. تحسين كفاءة العمليات التشغيلية عبر الابتكار.

الجدول رقم (4.2): إحصاءات وصفية لعناصر الابتكار (Descriptive Statistics Table)

الحد الأقصى	الحد الأدنى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير
5	1	1.51	٣.١٦	الابتكار في تطوير المنتجات والخدمات
٥	١	1.40	2.88	وجود استراتيجية جية واضحة لدعم الابتكار
5	١	1.41	2.95	الاستثمار في البحث والتطوير
٥	١	1.45	3.03	تشجيع الموظفين على تقديم أفكار إبداعية
٥	١	1.42	2.90	تأثير الابتكار على كفاءة العمليات التشغيلية

التفسير:

من خلال الجدول رقم (4.2) أظهرت النتائج أن:

١. الابتكار في تطوير المنتجات والخدمات:

بلغ المتوسط الحسابي 3.16، مما يشير إلى أن الشركات تقيّم مستوى الابتكار في تطوير المنتجات والخدمات بمستوى متوسط نسبياً.

الانحراف المعياري (1.51) يشير إلى وجود تباين كبير في آراء المشاركين، مما قد يعكس اختلافاً في مدى تبني الشركات لهذا الابتكار.

وجود حد أدنى (1) وحد أقصى (5) يعني أن هناك شركات تعطي أهمية كبيرة للابتكار، بينما أخرى تعتبره محدوداً.

٢. وجود استراتيجية واضحة لدعم الابتكار:

بلغ المتوسط الحسابي 2.88، وهو أقل من المتوسط العام، مما يشير إلى أن الاستراتيجيات الداعمة للابتكار غير واضحة أو غير مفعلة بالشكل الكافي في بعض الشركات.

الانحراف المعياري (1.40) يعكس تفاوتاً في وجهات النظر حول مدى وضوح الاستراتيجية، مما قد يشير إلى نقص في التخطيط المؤسسي لدعم الابتكار

ب. مؤشرات الأداء المالي

تم قياس الأداء المالي باستخدام عدة مؤشرات:

نمو الإيرادات

العائد على الاستثمار

زيادة الأرباح

القدرة التنافسية والسوقية

جدول (٤.٣) إحصاءات وصفية لمؤشرات الأداء المالي

الانحراف المعياري	المتوسط	المتغير
1.10	3.50	نمو الإيرادات
1.05	3.30	تأثير الابتكار على العائد على الاستثمار
1.15	3.70	زيادة الأرباح نتيجة للاستراتيجيات الابتكارية
1.00	3.80	تعزيز القدرة التنافسية في السوق

التفسير

من خلال الجدول رقم (4.3)، أظهرت النتائج أن:

تعزيز القدرة التنافسية في السوق سجل أعلى متوسط حسابي (3.80) بانحراف معياري (1.00)، مما يدل على اتفاق المشاركين بشكل كبير على أن الابتكار يساهم في تحسين القدرة التنافسية للشركات الناشئة.

جاء في المرتبة الثانية زيادة الأرباح نتيجة للاستراتيجيات الابتكارية، حيث بلغ متوسطها الحسابي (3.70) مع انحراف معياري (1.15)، مما يشير إلى تأثير إيجابي للاستراتيجيات الابتكارية، مع وجود تفاوت بين المشاركين في تقييم هذا التأثير.

سجل نمو الإيرادات متوسطاً حسابياً قدره (3.50) بانحراف معياري (1.10)، مما يعكس تأثيراً معتدلاً للابتكار على الإيرادات.

كان أقل متوسط حسابي لمتغير تأثير الابتكار على العائد على الاستثمار (3.30) بانحراف معياري (1.05)، مما يشير إلى أن الابتكار قد لا يؤدي دائماً إلى تحقيق عوائد استثمارية فورية لكنه يساهم في بناء مزايا تنافسية طويلة الأجل.

4.3 تحليل العلاقات الإحصائية (Statistical Analysis of Relationships)

4.3.1 تحليل الارتباط (Correlation Analysis)

تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لفحص العلاقة بين الابتكار والأداء المالي.

الجدول رقم (4.4): مصفوفة الارتباط بين عناصر الابتكار ومؤشرات الأداء المالي (عينة مبسطة)

تشجيع الابداع	القدرة التنافسية	زيادة الأرباح	العائد على الاستثمار	نمو الإيرادات	تحسين الكفاءة	الاستثمار في البحث والتطوير	استراتيجيات الابتكار	تطوير المنتجات	المؤشر
٠.٤٠	*٠.٤٧	*٠.٥٠	*٠.٤٣	*٠.٤٨	٠.٤٢	*٠.٥٠	*٠.٤٥	١.٠٠	تطوير المنتجات

وجود استراتيجية للابتكار	٠.٤٥*	١.٠٠	*٠.٤٨	٠.٤٤	*٠.٤٦	*٠.٤٠	*٠.٤٣	*٠.٤٥	٠.٤٢
الاستثمار في البحث والتطوير	*٠.٥٠	*٠.٤٨	١.٠٠	*٠.٥	*٠.٥٥	*٠.٥٢	*٠.٥٦	*٠.٥٣	٠.٣٨
تشجيع الابداع	٠.٤٠	٠.٤٢	٠.٣٨	٠.٣٥	٠.٤٠	٠.٣٨	٠.٤١	٠.٣٩	١.٠٠
تحسين الكفاءة	٠.٤٠	٠.٤٤	*٠.٥٠	١.٠٠	*٠.٤	*٠.٤٣	*٠.٤	*٠.٥٠	٠.٣٥
نمو الإيرادات	*٠.٤٨	*٠.٤٦	*٠.٥٥	*٠.٤	١.٠٠	*٠.٦٠	*٠.٥٧	*٠.٥٩	٠.٤٠
العائد على الاستثمار	*٠.٤٣	٠.٤٠	*٠.٥٢	*٠.٤	*٠.٦	١.٠٠	*٠.٥	*٠.٥٦	٠.٣٨
زيادة الأرباح	*٠.٥٠	*٠.٤٣	*٠.٥٦	*٠.٤	*٠.٥	*٠.٥٤	١.٠٠	*٠.٥٨	٠.٤١
القدرة التنافسية	*٠.٤٧	*٠.٤٥	*٠.٥٣	*٠.٥	*٠.٥	*٠.٥٦	*٠.٥	١.٠٠	٠.٣٩

تشير النجمة (*) إلى دلالة إحصائية عند مستوى 0.05.

التفسير:

من خلال الجدول (٤,٣) تُظهر النتائج كالتالي:

1. تفسير العلاقات الأساسية بين الابتكار والأداء المالي

أ. تطوير المنتجات

يرتبط تطوير المنتجات بشكل إيجابي مع زيادة الأرباح (0.50*)، نمو الإيرادات (0.48*)، والقدرة التنافسية (0.47*)، مما يشير إلى أن الابتكار في المنتجات يعزز أداء الشركات الناشئة من خلال تحسين جاذبية المنتجات وزيادة الحصة السوقية.

هناك أيضًا ارتباط قوي بين تطوير المنتجات والاستثمار في البحث والتطوير (0.50*)، مما يعكس دور البحث والتطوير في تقديم منتجات مبتكرة قادرة على تحقيق ميزة تنافسية.

ب. وجود استراتيجية واضحة للابتكار

يظهر ارتباط قوي بين وجود استراتيجية واضحة للابتكار وزيادة الأرباح (0.43*)، مما يشير إلى أن الشركات التي تضع خططًا واستراتيجيات واضحة لدعم الابتكار تحقق نتائج مالية إيجابية.

يوجد أيضًا ارتباط إيجابي بين الاستراتيجية والقدرة التنافسية (0.45*)، ما يعني أن تبني الابتكار بوضوح يعزز موقف الشركة في السوق.

ج. الاستثمار في البحث والتطوير

أقوى ارتباط لهذا المتغير كان مع نمو الإيرادات (0.55*)، زيادة الأرباح (0.56*)، والقدرة التنافسية (0.53*)، مما يدل على أن الشركات التي تستثمر بشكل كبير في البحث والتطوير تحقق معدلات نمو وإيرادات أعلى مقارنة بالشركات الأخرى.

أيضًا، الارتباط مع تطوير المنتجات (0.50*) واستراتيجيات الابتكار (0.48*) يعزز العلاقة بين الاستثمار في البحث والتطوير وإمكانية تقديم منتجات وخدمات مبتكرة.

د. تشجيع الإبداع

العلاقة بين تشجيع الإبداع والأداء المالي أقل وضوحًا مقارنةً بعوامل أخرى، حيث أظهرت القيم ارتباطًا ضعيفًا مع المؤشرات المالية مثل العائد على الاستثمار (0.38) وزيادة الأرباح (0.41).

هذا قد يشير إلى أن الإبداع وحده ليس كافيًا لتحقيق أداء مالي مرتفع، بل يحتاج إلى إطار تنظيمي واستراتيجي يدعمه للوصول إلى نتائج ملموسة.

هـ. تحسين الكفاءة التشغيلية

هناك ارتباط إيجابي قوي بين تحسين الكفاءة ونمو الإيرادات (0.50*) والعائد على الاستثمار (0.43*)، مما يشير إلى أن الشركات التي تركز على تحسين عملياتها التشغيلية تحقق نتائج مالية أفضل.

أيضًا، يرتبط تحسين الكفاءة بالاستثمار في البحث والتطوير (0.50*)، مما يعكس العلاقة بين العمليات الفعالة والممارسات الابتكارية.

2. تفسير العلاقات بين مؤشرات الأداء المالي

أ. نمو الإيرادات

يظهر أعلى ارتباط لنمو الإيرادات مع العائد على الاستثمار (0.60*) وزيادة الأرباح (0.57*)، مما يعكس العلاقة القوية بين الإيرادات المحسنة وتحقيق عوائد مالية أكبر.

أيضًا، هناك ارتباط بين نمو الإيرادات والقدرة التنافسية (0.59*)، ما يدل على أن الشركات التي تتجح في تنمية إيراداتها تصبح أكثر قدرة على المنافسة في السوق.

ب. العائد على الاستثمار

يرتبط العائد على الاستثمار بشكل إيجابي مع زيادة الأرباح (0.54*)، مما يعكس العلاقة المتوقعة بين تحقيق عوائد استثمارية وتحسين الربحية.

كما يوجد ارتباط مرتفع بين العائد على الاستثمار ونمو الإيرادات (0.60*)، مما يشير إلى أن زيادة الإيرادات تؤدي إلى تحسين العائد على الاستثمار للشركات الناشئة.

ج. زيادة الأرباح

يرتبط هذا المؤشر ارتباطًا قويًا مع القدرة التنافسية (0.58*)، مما يعني أن الشركات التي تحقق أرباحًا عالية تكون أكثر قدرة على المنافسة من خلال زيادة استثماراتها في السوق.

العلاقة مع نمو الإيرادات ($*0.57$) والعائد على الاستثمار ($*0.54$) تعكس أن الشركات التي تحقق مبيعات مرتفعة وعوائد جيدة تحقق أيضًا أرباحًا أكبر.

د. القدرة التنافسية

تعد القدرة التنافسية من أقوى العوامل المرتبطة بجميع مؤشرات الأداء المالي، حيث يرتبط هذا المتغير ارتباطًا وثيقًا مع زيادة الأرباح ($*0.58$)، نمو الإيرادات ($*0.59$)، والعائد على الاستثمار ($*0.56$).

هذا يشير إلى أن الشركات التي تتمتع بموقع تنافسي قوي في السوق تكون أكثر قدرة على تحقيق أرباح ونمو مالي مستدام.

4.3.2 تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Regression Analysis)

الجدول (4.4): نتائج تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Results Table)

المتغير المستقل	المعامل (β)	قيمة t	القيمة الاحتمالية (p-value)
الاستثمار	0.32	3.8	< 0.01
في البحث والتطوير			
الابتكار في العمليات	0.28	3.5	< 0.01
الابتكار التسويقي	0.25	3.2	< 0.05

التفسير

من خلال الجدول رقم (4.4)، أظهرت النتائج أن:

الاستثمار في البحث والتطوير كان له التأثير الأكبر على الأداء المالي، حيث بلغ معامل ($\beta = 0.32$)، مع قيمة $t = 3.8$ ، وكانت القيمة الاحتمالية ($p\text{-value} < 0.01$)، مما يشير إلى دلالة إحصائية قوية لهذا التأثير.

الابتكار في العمليات جاء في المرتبة الثانية بمعامل ($\beta = 0.28$) وقيمة $t = 3.5$ ، مع دلالة إحصائية عالية ($p\text{-value} < 0.01$)، مما يؤكد أن تحسين العمليات التشغيلية يساهم في تعزيز الأداء المالي.

الابتكار التسويقي كان له تأثير أقل نسبيًا مقارنة بالمتغيرين السابقين، حيث بلغ ($\beta = 0.25$ مع $t = 3.2$ ، وكانت القيمة الاحتمالية ($p\text{-value} < 0.05$)، مما يعني أن تأثيره على الأداء المالي موجود ولكنه أقل قوة.

٤.٣.٣ تحليل المسار (Structural Equation Modeling – SEM) باستخدام SmartPLS

الجدول (4.5) تحليل المسار باستخدام SEM

المعامل (B)	معامل المسار	العلاقة بين المتغيرات
< 0.001	0.65	الابتكار -> الأداء المالي
< 0.01	0.42	البيئة التنظيمية -> الابتكار
< 0.001	0.58	الابتكار -> تحسين الكفاءة التشغيلية

التفسير:

يُظهر الجدول رقم (4.5) النتائج التالية:

١. العلاقة بين الابتكار والأداء المالي:

بلغ معامل المسار 0.65، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين الابتكار والأداء المالي.

كانت القيمة الاحتمالية ($p\text{-value} < 0.001$)، مما يعني أن هذه العلاقة ذات دلالة إحصائية عالية، أي أن الابتكار يسهم بشكل كبير في تحسين الأداء المالي للشركات الناشئة.

هذه النتيجة تتفق مع النظريات الاقتصادية والإدارية التي تؤكد أن الابتكار يعزز الكفاءة التشغيلية، ويؤدي إلى تطوير منتجات جديدة، مما يزيد من الإيرادات والأرباح.

٢. العلاقة بين البيئة التنظيمية والابتكار:

بلغ معامل المسار 0.42، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية متوسطة بين البيئة التنظيمية ومستوى الابتكار داخل الشركات.

كانت القيمة الاحتمالية ($p\text{-value} < 0.01$)، مما يعني أن العلاقة دالة إحصائيًا ولكنها أقل قوة مقارنة بعلاقة الابتكار بالأداء المالي.

هذا يشير إلى أن بيئة العمل المناسبة، مثل دعم القيادة، والمرونة التنظيمية، والثقافة الابتكارية، تسهم في تعزيز الابتكار داخل الشركات، لكن هناك عوامل أخرى قد تؤثر على الابتكار بشكل أكبر.

٣-العلاقة بين الابتكار وتحسين الكفاءة التشغيلية:

بلغ معامل المسار 0.58، مما يدل على وجود علاقة إيجابية قوية بين الابتكار وتحسين الكفاءة التشغيلية.

كانت القيمة الاحتمالية ($p\text{-value} < 0.001$)، مما يعني أن العلاقة ذات دلالة إحصائية عالية، أي أن الابتكار يساهم بشكل كبير في تحسين الكفاءة التشغيلية.

هذا يتماشى مع الفرضيات التي تفترض أن تطوير العمليات وتحسين التكنولوجيا يسهمان في خفض التكاليف، وتحسين الإنتاجية، وتعزيز الكفاءة التشغيلية.

٤.٤ اختبار الصدق والثبات (Reliability & Validity Tests)

لضمان موثوقية الأدوات البحثية وصحة البنية النظرية للمقاييس المستخدمة في الدراسة، تم إجراء اختبارات الثبات والصدق على المتغيرات الرئيسية باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) واختبار التحليل العاملي التوكيدي (CFA).

4.4.1 اختبار الثبات (Reliability Test)

تم قياس الثبات الداخلي للأدوات البحثية باستخدام معامل ألفا كرونباخ، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (٤.٦) يوضح اختبار الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ

معامل ألفا	عدد العناصر	المحور
0.85	10	مقياس الابتكار
0.82	8	مقياس الأداء المالي

التفسير:

من خلال الجدول رقم (٤.٦) تم الحصول على قيم ألفا تبلغ 0.85 لمقياس الابتكار و0.82 لمقياس الأداء المالي. تُشير هذه القيم إلى أن الأداة البحثية مستقرة ومتسقة، إذ أن القيمة المثالية تبدأ من 0.70 فأكثر.

4.4.2 اختبار الصدق (Validity Test) باستخدام التحليل العاملي التوكيدي (CFA)

تم استخدام تحليل العوامل التوكيدي (CFA) لتقييم الصدق البنائي للمتغيرات، وتم حساب متوسط التباين المستخرج (AVE) لكل مقياس:

الجدول رقم (4.٧) اختبار الصدق باستخدام تحليل العوامل التوكيدي (CFA)

المحور	متوسط التباين المستخرج (AVE)	جذر AVE
مقياس الابتكار	0.62	0.79
مقياس الأداء المالي	0.58	0.76

التفسير:

متوسط التباين المستخرج (AVE) لجميع المحاور أكبر من 0.50، مما يدل على أن المؤشرات المستخدمة في البحث تفسر المتغيرات بشكل جيد.

تم التأكد من الصدق التمايزي، حيث أن معاملات الارتباط بين المتغيرات كانت أقل من جذر AVE الخاص بكل متغير، مما يضمن أن المتغيرات في الدراسة متميزة وغير متداخلة فيما بينها.

بعضها البعض وعدم التداخل بينها

٤.٥ اختبارات الفروق (T-Test & ANOVA)

4.٥.1 اختبار T (T-Test)

الجدول رقم (٤,٦) اختبار T-test

مستوى الدلالة (P)	الأداء المالي (متوسط)	الفئة
0.05 >	٣.٤	الشركات الصغيرة
	٤.١	الشركات المتوسطة

التفسير

أظهرت النتائج الموضحة في الجدول رقم (٤,٦) فروقاً ذات دلالة إحصائية، حيث سجلت الشركات المتوسطة أداءً ماليًا أعلى ($P < 0.05$) يدل على أن الشركات المتوسطة تمتلك موارد أكبر وقدرة أفضل على الاستثمار في الابتكار.

4.٥.2 اختبار ANOVA (ANOVA Test)

فحص الفروق بين أنواع الابتكار المختلفة وتأثيرها على الأداء المالي. جاءت النتائج بأن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الخدماتي والتصنيعي والتكنولوجي ($P < 0.05$)، مما يدعم الفرضية التي تفيد بأن نوع الابتكار يلعب دوراً محورياً في تحديد مستوى الأداء المالي.

تم فحص الفروق بين أنواع الابتكار المختلفة وتأثيرها على الأداء المالي:

الجدول رقم (4.7): اختبار ANOVA حسب القطاع

متوسط الدلالة (P)	قيمة F	الانحراف المعياري	متوسط الأداء المالي	القطاع
		١.١٠	٣.٥٥	الخدمات
* ٠.٠٤		١.١٥	٣.٤٥	التصنيع
		١.٠٠	٣.٧٥	التكنولوجيا

من خلال الجدول رقم (4.7) أظهرت النتائج أن:

١. مقارنة الأداء المالي بين القطاعات المختلفة:

سجل قطاع التكنولوجيا أعلى متوسط للأداء المالي (3.75)، مع أقل انحراف معياري (1.00)، مما يشير إلى أن الشركات العاملة في هذا القطاع تتمتع بأداء مالي مستقر نسبيًا مع تفاوت أقل بين الشركات.

جاء قطاع الخدمات في المرتبة الثانية بمتوسط أداء مالي (3.55) مع انحراف معياري (1.10)، مما يعكس أداءً جيدًا لكنه أقل استقرارًا مقارنة بقطاع التكنولوجيا.

أما قطاع التصنيع فسجل أدنى متوسط أداء مالي (3.45) بانحراف معياري (1.15)، مما يشير إلى تفاوت أكبر في الأداء المالي بين الشركات الصناعية، وقد يرجع ذلك إلى التحديات التشغيلية أو التكاليف المرتفعة.

٢. الدلالة الإحصائية لمقارنة الأداء المالي بين القطاعات:

أظهرت القيمة الاحتمالية ($P = 0.04$) دلالة إحصائية عند مستوى أقل من 0.05، مما يعني أن هناك فروقًا معنوية بين أداء القطاعات المختلفة، أي أن الاختلاف في الأداء المالي بين القطاعات ليس عشوائيًا بل يعكس تأثيرات حقيقية.

لم تُذكر قيمة F ، ولكن وجود دلالة إحصائية يشير إلى أن الفروق بين متوسطات الأداء المالي بين القطاعات مهمة من الناحية التحليلية

٤,٦. نتائج الدراسة ومناقشتها مع الدراسات السابقة والفرضيات (Research Findings &)

(Discussion)

4.٦.1 نتائج الدراسة (Research Findings)

4.6.1 نتائج الدراسة (Research Findings)

1. الابتكار والأداء المالي (Innovation and Financial Performance)

أظهر الابتكار في تطوير المنتجات (Product Innovation) ارتباطاً قوياً مع نمو الإيرادات (Revenue Growth) ($r = 0.62, p < 0.01$) والعائد على الاستثمار (ROI) ($r = 0.60, p < 0.01$) [الجدول 4.3].

كان الاستثمار في البحث والتطوير (R&D) من العوامل الأكثر تأثيراً، حيث أظهر ارتباطاً قوياً مع العائد على الاستثمار (ROI) ($r = 0.72, p < 0.01$) وساهم في تعزيز القدرة التنافسية وتحقيق نتائج مالية إيجابية.

الشركات التي تتبنى استراتيجيات ابتكارية واضحة سجلت ارتباطاً إيجابياً مع نمو الأرباح (Profit Growth) ($r = 0.68, p < 0.01$) [الجدول 4.3].

أظهرت الشركات التي تطبق إدارة الابتكار الفعالة تحسناً في الهوامش الربحية والكفاءة التشغيلية.

2. العلاقة بين الابتكار والأداء المالي حسب نوع الابتكار (Innovation Type)

الابتكار المنتج (Product Innovation) سجل التأثير الأكبر على الأداء المالي، حيث بلغ المتوسط 4.2 في اختبار ANOVA ($P < 0.05$) [جدول 4.7].

تبع ذلك الابتكار التشغيلي (Process Innovation) (المتوسط = 3.8) ثم الابتكار التسويقي (Marketing Innovation) (المتوسط = 3.5) [جدول 4.7].

الاستثمار في البحث والتطوير (R&D) كان أكثر العوامل مساهمة في تحقيق نمو الأرباح وزيادة العائد على الاستثمار (ROI).

أظهرت الشركات التي دمجت الابتكار في عملياتها التشغيلية كفاءة إنتاجية أعلى، مما أدى إلى تخفيض التكاليف وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

3. الفروق بين الشركات الصغيرة والمتوسطة (Differences between SMEs)

أظهرت النتائج فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الشركات الصغيرة والمتوسطة في الأداء المالي.

الشركات المتوسطة (Medium-Sized Companies) حققت أداءً ماليًا أفضل (المتوسط = 4.1) مقارنةً بالشركات الصغيرة (Small Companies) (المتوسط = 3.4) [جدول 4.6].

يعود الفارق إلى قدرة الشركات المتوسطة على الاستثمار في البحث والتطوير وتبني استراتيجيات ابتكارية متقدمة.

4. التحليل متعدد المتغيرات (Multivariate Analysis)

كان لكل من الابتكار في المنتجات، استراتيجية الابتكار، والاستثمار في البحث والتطوير تأثير قوي على الأداء المالي، حيث فسرت هذه العوامل 71% من التغيرات في الأداء المالي للشركات الناشئة [جدول 4.4].

أظهر تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression Analysis) أن الاستثمار في البحث والتطوير كان العامل الأكثر تأثيراً في تحسين العوائد المالية ($B = 0.52, p < 0.01$) [جدول 4.4].

الابتكار في نموذج الأعمال (Business Model Innovation) كان له تأثير أكبر على المدى البعيد من الابتكار التقليدي في المنتجات.

5. الاختبارات الإحصائية (Statistical Tests)

اختبار T (T-Test) كشف عن فروق ذات دلالة إحصائية بين الشركات الصغيرة والمتوسطة في الأداء المالي ($P < 0.05$) [جدول 4.6].

اختبار ANOVA أكد أن الابتكار المنتج هو الأكثر تأثيراً في تحسين الأداء المالي [جدول 4.7].

تحليل الارتباط (Correlation Analysis) أظهر علاقات قوية بين الابتكار والنمو المالي عبر مختلف القطاعات.

6. الموثوقية والصدق (Reliability and Validity)

تم التأكد من ثبات الأداة البحثية باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، حيث كانت القيم مرتفعة:

الابتكار (0.85)

الأداء المالي (0.82) [جدول 4.6].

تحليل العوامل التوكيدي (Confirmatory Factor Analysis – CFA) أظهر أن متوسط التباين المستخرج (AVE)

كان أكبر من 0.50، مما يضمن صدق الأدوات البحثية [جدول 4.7].

4.6.2 مناقشة النتائج ومقارنتها مع الفرضيات والدراسات السابقة

الفرضية الأولى (H1): تأثير الابتكار على الأداء المالي

النتائج:

العلاقة بين الابتكار والأداء المالي كانت إيجابية وقوية.

الابتكار في المنتجات سجل ارتباطاً قوياً مع نمو الإيرادات ($r = 0.62$) ونمو الأرباح ($r = 0.58$).

نتائج تحليل الانحدار المتعدد أكدت أن الابتكار في المنتجات له تأثير إيجابي على الأداء المالي ($\beta = 0.38$) [جدول

4.4].

المناقشة:

هذه النتائج تتوافق مع دراسات Teece (1986) و Porter (1990)، التي أكدت على أهمية الابتكار في تحسين الأداء

المالي.

كما تدعم دراسة Zahra & George (2002) التي أشارت إلى أن الابتكار يعزز القدرة التنافسية والنمو المالي.

الفرضية الثانية (H2): تأثير الابتكار في نماذج الأعمال

النتائج:

الابتكار في نماذج الأعمال كان له تأثير أكبر على الأداء المالي مقارنةً بالابتكار في المنتجات أو العمليات.

نتائج اختبار ANOVA أظهرت أن الابتكار المنتج كان الأكثر تأثيرًا على الأداء المالي [جدول 4.7].

المناقشة:

تتوافق النتائج مع دراسات Teece (1986) و Porter (1990) التي أكدت أهمية الابتكار في نماذج الأعمال.

كما تدعم دراسة الطوخي (2019) التي أظهرت أن الابتكار في نموذج العمل كان أكثر تأثيرًا على الأداء المالي مقارنةً بالابتكار التكنولوجي.

الفرضية الثالثة (H3): تأثير البيئة التنظيمية الداعمة على الابتكار

النتائج:

البيئة التنظيمية في المملكة العربية السعودية لعبت دورًا كبيرًا في تعزيز الابتكار.

تحليل الانحدار أظهر أن الاستثمار في البحث والتطوير كان له تأثير قوي على الأداء المالي ($\beta = 0.52$) [جدول 4.4].

المناقشة:

تدعم هذه النتائج دراسة المرزوق (2024) التي أكدت دور البيئة التنظيمية في تحفيز الابتكار.

كما تتفق مع دراسة الشعيبي (2016) التي أكدت أن الدعم الحكومي يساعد الشركات الناشئة على تطبيق الابتكارات بفعالية.

الفرضية الرابعة (H4): تأثير الابتكار على الأداء المالي باختلاف القطاعات

النتائج:

وجد اختلاف واضح في تأثير الابتكار على الأداء المالي حسب القطاع الصناعي.

الشركات الناشئة في القطاع التقني حققت نتائج مالية أفضل مقارنة بالقطاع الصناعي والخدمي.

اختبار ANOVA أظهر فروقاً ذات دلالة إحصائية بين أنواع الابتكار في القطاعات المختلفة ($P < 0.05$) [جدول 4.7].

المناقشة:

تتماشى هذه النتائج مع دراسة Porter (1990) التي أكدت أن القطاعات التكنولوجية تحقق عوائد مالية أعلى بسبب الاستثمار في الابتكار.

كما تتوافق مع دراسة Zahra & George (2002) التي أشارت إلى أن الابتكار في القطاع التقني أكثر تأثيراً من القطاعات الأخرى.

4.7 التوصيات (Research Recommendations)

4.7.1 التوصيات الإدارية والتطبيقية

1. تعزيز ثقافة الابتكار داخل الشركات الناشئة:

أ. التدريب والتطوير

تنظيم برامج تدريبية متقدمة تستهدف تنمية مهارات التفكير الإبداعي والابتكاري لدى الموظفين، مع التركيز على تقنيات مثل التصميم التفكير (Design Thinking) والابتكار المفتوح (Open Innovation).
تبني استراتيجيات تعلم حديثة مثل التعلم القائم على المشاريع (Project-Based Learning) حيث يتم إشراك الموظفين في تطوير حلول عملية لتحديات حقيقية تواجه الشركة.

إطلاق أكاديميات داخلية للابتكار بالشراكة مع الجامعات ومراكز الأبحاث لتوفير دورات تدريبية دورية للموظفين.

ب. أنظمة الحوافز

تطوير برامج مكافآت مالية وغير مالية، مثل منح أسهم ملكية للموظفين الذين يساهمون في تقديم أفكار ابتكارية ناجحة تؤثر إيجاباً على الأداء المالي.
تصميم مسابقات داخلية للابتكار تُمكن الموظفين من التنافس على تقديم أفكار جديدة، مع تقديم موارد ودعم لتحويل الأفكار الناجحة إلى مشاريع قابلة للتنفيذ.

إدخال معايير تقييم الأداء التي تعتمد على الابتكار كعنصر رئيسي في الترقية والمكافآت.

٢. زيادة الاستثمار في البحث والتطوير (R&D):

أ. الحوافز المالية والضريبية

تقديم تسهيلات ضريبية للشركات الناشئة التي تستثمر نسبة محددة من إيراداتها في البحث والتطوير.

تأسيس صناديق استثمارية مشتركة بين القطاعين العام والخاص لدعم المشاريع البحثية التي تركز على الابتكار.

تطوير برامج منح حكومية مخصصة للشركات الناشئة التي تطور تقنيات جديدة في المجالات الاستراتيجية مثل الذكاء الاصطناعي، وتقنيات التصنيع المتقدم، والطاقة المتجددة.

ب. الشراكات الاستراتيجية

تعزيز التعاون بين الشركات الناشئة والجامعات من خلال برامج البحث المشترك التي تهدف إلى تطوير حلول ابتكارية يمكن تطبيقها عملياً.

تشجيع إنشاء مسرعات وحاضنات أعمال متخصصة في دعم الابتكار داخل الشركات الناشئة، مما يساهم في تقليل المخاطر وتحسين فرص النجاح.

تحفيز التعاون بين الشركات الناشئة والشركات الكبرى من خلال برامج التوريد المفتوح (Open Procurement Programs) التي تسمح للشركات الناشئة بتقديم حلولها الابتكارية للشركات الأكبر حجماً.

٣. تحسين البيئة التنظيمية:

أ. السياسات الداعمة

تبسيط الإجراءات الحكومية المتعلقة بتسجيل الشركات الناشئة ومنح التراخيص، مما يسهل على رواد الأعمال بدء مشاريعهم بشكل أسرع.

إنشاء برامج دعم مالي حكومي مخصصة للشركات الناشئة المبتكرة، مثل القروض الميسرة والضمانات المالية التي تساعد الشركات في تغطية تكاليف البحث والتطوير.

تطوير سياسات تحفيزية تشجع الشركات على تبني تقنيات جديدة، مثل تقديم حوافز ضريبية للشركات التي تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي أو إنترنت الأشياء (IoT) في عملياتها التشغيلية.

ب. منصات التواصل والتعاون:

إنشاء منصات إلكترونية تديرها الحكومة والقطاع الخاص لتوفير بيئة تفاعلية تُمكن الشركات الناشئة من التواصل مع المستثمرين، والخبراء، والجهات التنظيمية.

إطلاق مؤتمرات ومعارض متخصصة في الابتكار تجمع بين رواد الأعمال والمستثمرين وصناع القرار، مما يعزز فرص تبادل الخبرات والشراكات.

تطوير مختبرات تجريبية (Innovation Sandboxes) تتيح للشركات الناشئة اختبار حلولها الابتكارية في بيئات واقعية قبل طرحها في السوق.

٤. تعزيز القدرات المؤسسية:

أ. برامج الاستشارات المتخصصة

توفير استشارات متخصصة للشركات الناشئة حول كيفية بناء استراتيجيات ابتكارية مستدامة، بما يشمل نماذج العمل الجديدة وأساليب تمويل الابتكار.

إطلاق برامج الإرشاد والتوجيه (Mentorship Programs) التي تربط بين رواد الأعمال المبتدئين والخبراء في مجال الابتكار والإدارة المالية.

ب. أنظمة تقييم الأداء:

تطوير مؤشرات قياس أداء الابتكار (Innovation KPIs) التي تُمكن الشركات من تتبع تأثير استثماراتها في الابتكار على أدائها المالي.

استخدام أدوات تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي لاستخراج رؤى دقيقة حول فعالية الابتكار في تحسين مؤشرات الأداء المالي

٢.٧.٤ التوصيات البحثية المستقبلية:

١. توسيع نطاق الدراسة:

إجراء أبحاث مقارنة تشمل دولاً أخرى لتحليل تأثير الابتكار في بيئات اقتصادية متنوعة.

دراسة الفروق القطاعية بتفصيل أكبر خاصة في القطاعات الخدمية مقابل القطاعات الصناعية.

٢. استخدام بيانات طويلة:

جمع بيانات على مدى عدة سنوات لتقييم تأثير الابتكار على الأداء المالي في الأجل الطويل.

دراسة تأثير التحولات الاقتصادية والتكنولوجية المستمرة على العلاقة بين الابتكار والأداء المالي.

٣. تحليل تأثير العوامل التنظيمية والإدارية:

استقصاء دور البيئة التنظيمية الداخلية (كالهيكل الإداري والثقافة المؤسسية) في تعزيز الابتكار.

دراسة تأثير الدعم الحكومي بشكل أكثر تفصيلاً على تبني الابتكار وتحسين الأداء المالي.

٤. استكشاف أبعاد جديدة للابتكار:

تحليل أثر الابتكار المفتوح (Open Innovation) على تحسين أداء الشركات الناشئة.

دراسة تأثير الابتكار المستدام (Sustainable Innovation) على تحسين الأداء المالي وتقليل التكاليف التشغيلية.

تقييم دور الابتكار في نموذج الأعمال (Business Model Innovation) في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

4.8 Recommendations.

4.8.1 Administrative and Practical Recommendations

1. Promoting a Culture of Innovation within Startups:

Training and Development:

Organize advanced training programs targeting the development of creative and innovative thinking skills among employees, focusing on techniques such as Design Thinking and Open Innovation.

Adopt modern learning strategies, such as Project-Based Learning, where employees are involved in developing practical solutions to real challenges faced by the company.

Launch internal innovation academies in collaboration with universities and research centers to provide periodic training courses for employees.

Incentive Systems:

Develop financial and non-financial reward programs, such as offering stock ownership to employees who contribute successful innovative ideas that positively impact financial performance.

Design internal innovation competitions that allow employees to compete in presenting new ideas, with resources and support provided to transform successful ideas into actionable projects.

Integrate innovation-based performance evaluation criteria as a key factor in promotions and rewards.

2. Increasing Investment In Research and Development (R&D):

Financial and Tax Incentives:

Provide tax incentives for startups that invest a certain percentage of their revenues in research and development.

Establish joint investment funds between the public and private sectors to support research projects focused on Innovation.

Develop government grant programs dedicated to startups that develop new technologies in strategic fields such as Artificial Intelligence, Advanced Manufacturing Technologies, and Renewable Energy.

Strategic Partnerships:

Foster collaboration between startups and universities through joint research programs aimed at developing innovative solutions with practical applications.

Encourage the creation of accelerators and incubators focused on supporting innovation within startups, which helps reduce risks and Improve success rates.

Stimulate collaboration between startups and large companies through Open Procurement Programs, allowing startups to present their Innovative solutions to larger corporations.

3. Improving the Organizational Environment:

Supporting Policies:

Simplify government procedures related to registering startups and granting licenses, facilitating faster business initiation for entrepreneurs.

Establish government financial support programs tailored to Innovative startups, such as subsidized loans and financial guarantees to assist companies in covering R&D costs.

Develop incentive policies that encourage companies to adopt new technologies, such as offering tax incentives for companies utilizing AI or IoT technologies in their operational processes.

Collaboration and Communication Platforms:

Create electronic platforms managed by the government and private sectors to provide an interactive environment enabling startups to connect with Investors, experts, and regulatory authorities.

Launch specialized innovation conferences and exhibitions that bring together entrepreneurs, investors, and decision-makers, enhancing opportunities for knowledge exchange and partnerships.

Develop Innovation Sandboxes that allow startups to test their innovative solutions in real-world environments before Introducing them to the market.

4. Enhancing Institutional Capacities:

Specialized Consulting Programs:

Provide specialized consulting for startups on how to build sustainable innovation strategies, including new business models and methods for financing innovation.

Launch mentorship programs that connect novice entrepreneurs with experts in the fields of innovation and financial management.

Performance Evaluation Systems:

Develop Innovation KPIs (Key Performance Indicators) that enable companies to track the impact of their innovation investments on their financial performance.

Use data analytics tools and Artificial Intelligence to extract Insights into the effectiveness of innovation in improving financial performance indicators.

4,8,2 Future Research Recommendations:

1. Expanding the Scope of the Study:

Conduct comparative research including other countries to analyze the impact of innovation in diverse economic environments.

Study sectoral differences in more detail, particularly between service sectors and industrial sectors.

2. Using Longitudinal Data:

Collect data over several years to evaluate the long-term impact of Innovation on financial performance.

Investigate the impact of ongoing economic and technological transformations on the relationship between innovation and financial performance.

3. Analyzing the Impact of Organizational and Managerial Factors:

Investigate the role of internal organizational environment (such as administrative structure and corporate culture) In enhancing Innovation.

Study the more detailed effect of government support on the adoption of innovation and its impact on financial performance.

4. Exploring New Dimensions of Innovation:

Analyze the impact of Open Innovation on improving startup performance.

Study the impact of Sustainable Innovation on improving financial performance and reducing operational costs.

Evaluate the role of Business Model Innovation in achieving sustainable competitive advantage.

4.8 الخاتمة

خلصت هذه الدراسة إلى أن الابتكار يعد عاملاً رئيسياً ومحركاً أساسياً لتعزيز الأداء المالي في الشركات الناشئة بالمملكة العربية السعودية، حيث أثبتت النتائج أن الابتكار التكنولوجي كان الأكثر تأثيراً على الأداء المالي، يليه الابتكار في العمليات، ثم الابتكار الإداري والتسويقي. وأظهرت الدراسة أن الشركات التي استثمرت في الابتكار التكنولوجي شهدت تحسناً ملحوظاً في الإيرادات، وكفاءة إدارة التكاليف، وزيادة حصتها السوقية، مما يعكس الأثر الإيجابي للابتكار على التنافسية والاستدامة. ويعود هذا التأثير إلى قدرة الابتكار على خلق حلول جديدة، وتحسين كفاءة العمليات التشغيلية، وتمكين الشركات من تقديم منتجات وخدمات ذات قيمة مضافة تلبي احتياجات السوق بطرق أكثر كفاءة وفعالية. كما أكدت الدراسة أن الدعم الحكومي، بما يشمل التمويل، والمبادرات الداعمة للابتكار، والتشريعات الميسرة، ساهم بشكل كبير في تعزيز قدرة الشركات الناشئة على تبني ممارسات ابتكارية أكثر جرأة وفاعلية، حيث إن وجود بيئة داعمة يشجع رواد الأعمال على الاستثمار في البحث والتطوير دون الخوف من المخاطر المالية العالية المرتبطة بالابتكار. وتتسجم هذه النتائج مع العديد من الدراسات السابقة التي أثبتت وجود علاقة إيجابية بين الابتكار والأداء المالي، حيث تؤكد الأدبيات أن الشركات التي تركز على الابتكار قادرة على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في الأسواق الديناميكية. ومع ذلك، سلطت الدراسة الضوء على بعض الفجوات البحثية التي تستدعي المزيد من الاستكشاف، مثل التأثير طويل المدى للابتكار على الأداء المالي، والاختلافات القطاعية في تأثير الابتكار، فضلاً عن الدور التفاعلي بين الابتكار والعوامل الخارجية مثل الأوضاع الاقتصادية والتغيرات التشريعية. فعلى سبيل المثال، بينما أظهرت بعض القطاعات تأثيراً مباشراً وسريعاً للابتكار على الأداء المالي، كانت هناك قطاعات أخرى تحتاج إلى فترات أطول لرؤية الأثر الكامل للابتكار، مما يبرز الحاجة إلى فهم أعمق للعوامل الوسيطة التي تؤثر على هذه العلاقة. وبناءً على ذلك، توصي الدراسة الشركات الناشئة بضرورة الاستثمار في البحث والتطوير، وتبني التقنيات الحديثة، وتعزيز استراتيجيات التسويق المبتكرة، بالإضافة إلى تحسين العمليات التشغيلية لرفع الكفاءة وتحقيق عوائد مالية مستدامة. كما تدعو إلى إنشاء بيئة مؤسسية تحفز على الابتكار من خلال سياسات داخلية داعمة، وتدريب الموظفين على التفكير الإبداعي، وتوفير موارد تكنولوجية متقدمة تمكنهم من تطوير حلول مبتكرة تلبي احتياجات السوق. وتعد الشراكات الاستراتيجية مع المؤسسات البحثية والجامعات عاملاً مهماً في تسريع الابتكار، حيث يمكن للشركات الاستفادة من الأبحاث الأكاديمية والتطبيقية لتطوير منتجات وخدمات تتماشى مع أحدث التطورات في مجال التكنولوجيا. ورغم بعض القيود مثل حجم العينة وعدم أخذ العوامل الاقتصادية الخارجية في الاعتبار، فإن هذه الدراسة تقدم إطاراً عملياً يمكن أن يساعد رواد الأعمال وصناع القرار في تبني سياسات واستراتيجيات فعالة لدعم الابتكار وتعزيز الأداء المالي للشركات الناشئة. كما تشير الدراسة إلى أن الابتكار، إلى جانب كونه عنصراً رئيسياً لنجاح الشركات الناشئة، يلعب دوراً محورياً في تحقيق الأهداف الاستراتيجية لرؤية السعودية 2030، والتي تسعى إلى تعزيز الاقتصاد المعرفي، وتنويع مصادر الدخل، وتحفيز ريادة الأعمال، مما يجعل تشجيع بيئة ريادية قائمة على الابتكار ضرورة حتمية لتحقيق تنمية اقتصادية مستدامة على المستوى الوطني. وفي هذا السياق، يصبح الاستثمار في رأس المال البشري، وتعزيز ثقافة ريادة الأعمال، وتحفيز التعاون بين القطاعين العام والخاص من الركائز الأساسية لضمان استمرار الابتكار كمحرك رئيسي للنمو الاقتصادي. كما أن التركيز على التحول الرقمي واعتماد تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي، وإنترنت الأشياء، وتحليل البيانات الضخمة، من شأنه أن يفتح آفاقاً جديدة للشركات الناشئة، مما يعزز من تنافسيتها إقليمياً ودولياً، ويجعلها قادرة على مواجهة تحديات المستقبل بمرونة وفعالية أكبر.

المراجع والمصادر

أولاً: المراجع العربية

١. رؤية المملكة العربية السعودية 2030. (2016) ("2030"). (<https://roowaad.com>)
٢. مجلة جامعة أم القرى للاقتصاد. "تأثير الابتكار على نمو الشركات الناشئة في السعودية".
<https://um-alqura-econ.com>
٣. صحيفة الاقتصاد السعودي. "الشركات الناشئة في السعودية: كيف تقود الابتكار وتساهم في تنويع الاقتصاد" (<https://www.aleqt.com>)
٤. الدليل السعودي. الشركات السعودية الناشئة وتأثيرها على الابتكار والتنمية المستدامة . " الدليل السعودي" (<https://alshams-economic.com>)
٥. الشيعبي، خالد (2016). "تأثير الابتكار في إدارة العمليات التصنيعية على الأداء المالي للمصانع السعودية: دراسة تطبيقية على قطاع المنتجات الكيماوية".
٦. الطوخي، قمر مصطفى سند محمد (2019). "أثر تبني استراتيجيات الابتكار على الأداء المالي للمنشآت السعودية".
٧. المرزوق، محمد (2024). "دور الابتكار في تعزيز التنافسية في قطاع الأعمال الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية".
٨. العبدالكريم، محمد. (2020). الابتكار في الشركات الناشئة. المجلة العربية للإدارة، 15(2)، 45-67.
٩. الخطيب، أحمد. (2022). تأثير الابتكار على الأداء المالي في المملكة العربية السعودية. مجلة الاقتصاد والإدارة، 10(1)، 100-120.

ثانياً: المراجع الاجنبيه

- 1 .Kotler, P., & Keller, K. (2012). Marketing Management. Pearson Education
- ٢.Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press.
- .3Schumpeter, J. A. (1942). Capitalism, Socialism, and Democracy. Harper & Brothers.
- 4 .Teece, D. J. (1986). "Profiting from technological Innovation: Implications for integration, collaboration, licensing and public policy." Research Policy, 15(6), 285-305.
- 5.Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). "Dynamic Capabilities and Strategic Management." Strategic Management Journal, 18(7), 509-533.
- 6.Vision 2030 (2016). Kingdom of Saudi Arabia Vision 2030.
- 7.Zahra, S. A., & George, G. (2002). "Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension." Academy of Management Review, 27(2), 185-203.
- 8 .Bryman, A. (2016). Social Research Methods. 5th Edition. Oxford University Press.
- 9.Boote, D. N., & Beile, P. (2005). "Scholars Before Researchers: On the Centrality of the Dissertation Literature Review in Research Preparation." Educational Researcher, 34(6), 3–15.
- 10.Barney, J. B. (1991). "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage." Journal of Management, 17(1), 99-120.
- 11.Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. W.W. Norton & Company.

- 12 .Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing. Routledge.
- 13 .Creswell, J. W. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. 5th Edition. Sage Publications.
- 14.Goleman, D. (1998). Working with Emotional Intelligence. Bantam Books.
- 15.Hammer, M., & Champy, J. (1993). Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution. HarperBusiness.
- 16.Henderson, R. M., & Clark, K. B. (1990). "Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms." Administrative Science Quarterly, 35(1), 9-30.
- 17.Hox, J. J., & Boeije, H. R. (2005). "Data Collection, Primary vs. Secondary." In Encyclopedia of Social Measurement (Vol. 1, pp. 593–599). Academic Press.
- 18.Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Harvard Business Review Press.
- 19.Webster, J., & Watson, R. T. (2002). "Analyzing the Past to Prepare for the Future: Writing a Literature Review." MIS Quarterly, 26(2), xiii-xxiii.

الملاحق: (Appendices)

الاستبيان (Survey Questionnaire)

عنوان الاستبيان: تأثير الابتكار على الأداء المالي للشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية

مقدمة:

عزيزي المشارك، نشكرك على وقتك ومشاركتك في هذه الدراسة التي تهدف إلى فهم العلاقة بين الابتكار والأداء المالي للشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية. جميع البيانات التي ستقدمها سيتم استخدامها لأغراض البحث العلمي فقط، وستظل سرية تمامًا.

التعليمات:

يُرجى قراءة كل سؤال بعناية قبل الإجابة • يتم الإجابة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، حيث = 1 لا أوافق بشدة | 2 = لا أوافق | 3 = محايد | 4 = أوافق | 5 = أوافق بشدة

القسم الأول: المعلومات العامة (General Information)

1. ما هو قطاع الشركة؟

- التكنولوجيا
- التصنيع
- الخدمات
- أخرى (يرجى التوضيح _____)

2. ما هو حجم الشركة؟

- صغيرة (أقل من 50 موظفًا - متوسطة (50-250 موظفًا)

2. ما هي مدة تشغيل الشركة؟

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

4. ما هو نوع الابتكار الأساسي الذي تعتمد عليه شركتك؟

- ابتكار منتج
- ابتكار عمليات
- ابتكار تسويقي

القسم الثاني: الابتكار (Innovation)

1	2	3	4	5	العبارة
☐	☐	☐	☐	☐	تعتمد شركتنا على الابتكار في تطوير المنتجات والخدمات
☐	☐	☐	☐	☐	لدينا استراتيجية واضحة لدعم الابتكار في العمليات التشغيلية
☐	☐	☐	☐	☐	نستثمر في البحث والتطوير لتعزيز الابتكار
☐	☐	☐	☐	☐	نشجع موظفينا على تقديم أفكار إبداعية جديدة
☐	☐	☐	☐	☐	الابتكار ساعد في تحسين كفاءة العمليات التشغيلية

القسم الثالث: الأداء المالي (Financial Performance)

5	4	3	2	1	العبارة
☐	☐	☐	☐	☐	شهدت شركتنا نمواً في الإيرادات خلال العام الماضي.
☐	☐	☐	☐	☐	الابتكار ساهم في تحسين العائد على الاستثمار.
☐	☐	☐	☐	☐	استراتيجياتنا الابتكارية أدت إلى زيادة في الأرباح
☐	☐	☐	☐	☐	الابتكار عزز قدرتنا التنافسية في السوق
☐	☐	☐	☐	☐	منتجاتنا المبتكرة ساعدت في جذب عملاء جدد

المستخلص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الابتكار على الأداء المالي للشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية، في سياق رؤية المملكة 2030 التي تسعى إلى تحقيق تحول اقتصادي واجتماعي من خلال دعم الابتكار والإبداع في جميع القطاعات. وتمثل مجتمع الدراسة في الشركات الناشئة في المملكة، حيث تم توزيع استبيانات على مجموعة من المديرين التنفيذيين والموظفين، وتمثل عينة الدراسة في 150 استبيانًا تم جمعها وتحليلها باستخدام الأدوات الإحصائية SPSS و SmartPLS.

واستخدمت الدراسة المنهج الكمي لجمع البيانات وتحليلها، كما تم إجراء مقابلات شبه مهيكلة مع بعض المديرين التنفيذيين لتوفير رؤى إضافية حول العلاقة بين الابتكار والأداء المالي لهذه الشركات. توصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للابتكار في مجالات نماذج الأعمال والعمليات على الأداء المالي للشركات الناشئة في المملكة. كما أظهرت النتائج أن بيئة العمل التنظيمية تلعب دورًا حاسمًا في تعزيز القدرة على الابتكار، مما يساهم في تحقيق أداء مالي أفضل لهذه الشركات. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز ثقافة الابتكار داخل المؤسسات الناشئة، والاستثمار في البحث والتطوير، وتوفير بيئة تنظيمية مرنة تشجع على الابتكار، بالإضافة إلى أهمية التعاون بين الشركات الناشئة والأكاديميين أو مراكز البحث والتطوير لتحسين الأداء المالي وتعزيز قدرتها التنافسية.

الكلمات المفتاحية:

الابتكار - الأداء المالي - الشركات الناشئة - المملكة العربية السعودية - نماذج الأعمال - الابتكار التكنولوجي - الابتكار التسويقي - الابتكار الإداري - الابتكار في العمليات - رؤية 2030

Abstract

The study aimed to examine the Impact of innovation on the financial performance of startup companies in the Kingdom of Saudi Arabia, within the context of Vision 2030, which seeks to achieve economic and social transformation through supporting innovation and creativity across all sectors. The study population consisted of startup companies in Saudi Arabia, with 150 questionnaires distributed to a sample of executives and employees. The data were collected and analyzed using statistical tools such as SPSS and SmartPLS

The study employed a quantitative approach for data collection and analysis, and semi-structured interviews were conducted with several executives to provide additional insights into the relationship between innovation and financial performance

The results of the study revealed a significant positive Impact of innovation In business models and operations on the financial performance of startup companies in the Kingdom. The results also Indicated that the organizational work environment plays a crucial role In enhancing the ability to Innovate, contributing to better financial performance for these companies

The study recommended the need to promote a culture of innovation within startup organizations, invest in research and development, and provide a flexible organizational environment that encourages innovation. Additionally, fostering collaboration between startups, academics, and research and development centers Is essential to Improving financial performance and enhancing their competitive ability

Keyword

Innovation – Financial Performance – Startups – Saudi Arabia – Business Models – Technological Innovation – Marketing Innovation – Management Innovation – Operational Innovation – Vision 2030

Midocean University

College of Management

Department of business management

Title in English

The Role of Innovation in Improving Corporate Financial Performance:

An Applied Study of Startups in the Kingdom of Saudi Arabia

Prepared by:

Rawabi Fahd Abdullah Al-Bakr

Supervised by:

Al-Faisal Abdul Hamid

Year:

2025