

Final Project 2
Code: MGM 496-PMG496
Project Template

Faculty of Management
Midocean University

دور الابتكار في تعزيز الميزة التنافسية: دراسة على شركات ناشئة في الخبر

سكينة سعيد الجشي

221002313

مشروع تخرج - 2
كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

العام 2025

بسم الله الرحمن الرحيم

المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	5
1.1. المقدمة:	6
1.2. مشكلة الدراسة	7
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	7
1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي	8
1.3. أهمية الدراسة	10
1.3.1. على المستوى النظري:	10
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	11
1.4. أسئلة الدراسة	12
1.5. أهداف الدراسة	13
1.6. فرضيات الدراسة	14
1.7. نموذج الدراسة	15
1.8. منهجية الدراسة	17
1.9. الدراسة الميدانية	21
1.10. هيكل المشروع المقترح	22
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	23
2.1. المقدمة:	24
2.2. المتغير المستقل	25
2.3. المتغير التابع	26
2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	27
2.5. الخاتمة	28
قائمة المراجع	29
ملحق (1) الاستبانة البحثية	31

1. الفصل الأول : الإطار العام للدراسة

١ ا د ف ح

1.1. المقدمة:

تشهد المملكة العربية السعودية في العقد الأخير تحولاً جذرياً في بيئة الأعمال والاقتصاد، حيث تسعى رؤية المملكة 2030 إلى تنويع مصادر الدخل وتقليل الاعتماد على النفط من خلال تعزيز دور القطاع الخاص وريادة الأعمال. وفي هذا السياق، تبرز أهمية الابتكار كمحرك أساسي للنمو الاقتصادي والتنمية المستدامة، خاصة في ظل التنافس الشديد في الأسواق المحلية والعالمية.

تعد مدينة الخبر إحدى أهم المراكز الاقتصادية في المنطقة الشرقية للمملكة، حيث تضم العديد من الشركات الناشئة والمؤسسات الريادية التي تسعى لتحقيق النمو والتميز في بيئة تنافسية متزايدة التعقيد. وتواجه هذه الشركات تحديات متعددة تتطلب منها الاعتماد على الابتكار كاستراتيجية أساسية لبناء وتعزيز ميزتها التنافسية في السوق.

يُعرف الابتكار بأنه عملية تطوير وتطبيق أفكار جديدة ومبتكرة تؤدي إلى تحسين المنتجات أو الخدمات أو العمليات أو النماذج التجارية، بما يساهم في خلق قيمة مضافة للعملاء والمؤسسة. وقد أثبتت الدراسات العلمية أن الشركات التي تتبنى ثقافة الابتكار وتستثمر في أنشطة البحث والتطوير تحقق أداءً متفوقاً مقارنة بمنافسيها، كما تتمكن من بناء ميزة تنافسية مستدامة تضمن لها البقاء والنمو في الأسواق المتغيرة.

من ناحية أخرى، تُعتبر الميزة التنافسية الهدف الاستراتيجي الأسمى لأي مؤسسة تسعى للتفوق في السوق، وهي تتمثل في قدرة المؤسسة على تقديم قيمة فريدة للعملاء بطريقة يصعب على المنافسين تقليدها أو محاكاتها. وتتنوع مصادر الميزة التنافسية لتشمل التكلفة المنخفضة، والتمايز في المنتجات أو الخدمات، والتركيز على قطاعات سوقية محددة، والابتكار في العمليات والتقنيات.

وفي ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة والتغيرات في احتياجات العملاء وتوقعاتهم، تزداد أهمية الابتكار كمصدر رئيسي للميزة التنافسية، خاصة للشركات الناشئة التي تحتاج إلى التمايز عن الشركات الراسخة في السوق. وتشير الأدبيات العلمية إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين مستوى الابتكار في المؤسسة وقدرتها على تحقيق الميزة التنافسية والحفاظ عليها على المدى الطويل.

1.2. مشكلة الدراسة

تواجه الشركات الناشئة في مدينة الخبر تحديات متعددة ومعقدة في بيئة الأعمال السعودية المتطورة، حيث تسعى هذه الشركات لتحقيق النمو والاستدامة في ظل منافسة شديدة من الشركات المحلية والإقليمية والعالمية. وتشير الملاحظات الميدانية والتقارير الاقتصادية إلى أن العديد من الشركات الناشئة تواجه صعوبات في بناء وتعزيز ميزتها التنافسية، مما يؤثر سلباً على قدرتها على البقاء والنمو في السوق.

وعلى الرغم من الاهتمام المتزايد بالابتكار كاستراتيجية تنافسية، إلا أن هناك فجوة واضحة في فهم الدور الفعلي للابتكار في تعزيز الميزة التنافسية للشركات الناشئة في البيئة السعودية. كما تفتقر الأدبيات العلمية المحلية إلى دراسات تطبيقية شاملة تحلل هذه العلاقة في سياق الشركات الناشئة في المنطقة الشرقية، وتحديدًا في مدينة الخبر التي تُعتبر مركزاً اقتصادياً مهماً في المملكة.

إضافة إلى ذلك، تشير التقارير الاستشارية إلى أن العديد من الشركات الناشئة في المنطقة تواجه تحديات في تطبيق استراتيجيات الابتكار بشكل فعال، وتفتقر إلى الفهم العميق لكيفية ترجمة الأنشطة الابتكارية إلى ميزة تنافسية حقيقية ومستدامة. كما تعاني هذه الشركات من نقص في الموارد والخبرات اللازمة لتطوير قدراتها الابتكارية، مما يحد من قدرتها على المنافسة بفعالية في الأسواق المحلية والإقليمية.

وفي ضوء التوجهات الاستراتيجية لرؤية المملكة 2030 التي تؤكد على أهمية الابتكار وريادة الأعمال كمحركات للنمو الاقتصادي، تبرز الحاجة الملحة لإجراء دراسة علمية تطبيقية تحلل دور الابتكار في تعزيز الميزة التنافسية للشركات الناشئة في مدينة الخبر، وتقدم توصيات عملية لتحسين أداء هذه الشركات وتعزيز قدرتها التنافسية في السوق.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

تكشف مراجعة الأدبيات العلمية المتعلقة بالابتكار والميزة التنافسية عن وجود عدة فجوات نظرية مهمة تحتاج إلى معالجة وتطوير. أولاً، تفتقر الأدبيات النظرية إلى نموذج شامل ومتكامل يوضح العلاقة المعقدة بين أبعاد الابتكار المختلفة (الابتكار في المنتجات، والعمليات، والتسويق، والتنظيم) وأبعاد الميزة التنافسية المتنوعة (التكلفة، والتمايز، والتركيز، والاستجابة) في سياق الشركات الناشئة تحديداً.

ثانياً، تركّز معظم النظريات الموجودة على الشركات الكبيرة والراسخة، مع إهمال نسبي للخصائص الفريدة للشركات الناشئة مثل محدودية الموارد، والمرونة التنظيمية العالية، والحاجة للنمو السريع، والاعتماد على التمويل الخارجي. هذا الإهمال يخلق فجوة نظرية في فهم كيفية تطبيق مفاهيم الابتكار والميزة التنافسية في بيئة الشركات الناشئة.

ثالثاً، تفتقر الأدبيات النظرية إلى تحليل عميق للعوامل البيئية والثقافية التي تؤثر على العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية في البيئات الناشئة والاقتصادات النامية، مثل البيئة السعودية. معظم النظريات الموجودة مستمدة من دراسات في البيئات الغربية المتقدمة، مما يحد من قابليتها للتطبيق في السياقات الثقافية والاقتصادية المختلفة.

رابعاً، هناك نقص في النظريات التي تتناول دور التكنولوجيا الرقمية والذكاء الاصطناعي في تعزيز قدرات الابتكار للشركات الناشئة، وكيفية ترجمة هذه القدرات إلى ميزة تنافسية مستدامة في عصر التحول الرقمي. كما تفتقر الأدبيات إلى نماذج نظرية تفسر كيفية تفاعل الابتكار التكنولوجي مع الابتكار في نماذج الأعمال لخلق قيمة فريدة للعملاء.

خامساً، تحتاج الأدبيات النظرية إلى تطوير مفاهيم جديدة تتعلق بقياس وتقييم الابتكار في الشركات الناشئة، حيث أن المقاييس التقليدية المستخدمة للشركات الكبيرة قد لا تكون مناسبة أو دقيقة لقياس الأنشطة الابتكارية في الشركات الناشئة التي تتميز بطبيعة مختلفة في العمليات والهياكل التنظيمية.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

على المستوى التطبيقي، تواجه الدراسات الميدانية المتعلقة بالابتكار والميزة التنافسية في الشركات الناشئة عدة فجوات مهمة تحد من فهمنا العملي لهذه العلاقة. أولاً، هناك نقص واضح في الدراسات التطبيقية التي تركّز على الشركات الناشئة في المنطقة العربية عموماً والمملكة العربية السعودية خصوصاً، حيث تركّز معظم الدراسات الموجودة على البيئات الغربية أو الآسيوية المتقدمة.

ثانياً، تفتقر الدراسات التطبيقية إلى منهجيات بحثية مناسبة لدراسة الشركات الناشئة، حيث أن هذه الشركات تتميز بخصائص فريدة مثل التغير السريع، وصعوبة الوصول إلى البيانات، والحساسية تجاه المعلومات التجارية. هذا يتطلب تطوير أساليب بحثية مبتكرة تتناسب مع طبيعة هذه الشركات.

ثالثاً، تعاني الدراسات التطبيقية من نقص في البيانات الطولية (Longitudinal Data) التي تتيح فهم تطور العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية عبر الزمن، خاصة في مراحل النمو المختلفة للشركات الناشئة. معظم

الدراسات الموجودة تعتمد على بيانات مقطعية تقدم صورة محدودة عن هذه العلاقة الديناميكية. رابعاً، هناك فجوة في الدراسات التطبيقية التي تحلل تأثير العوامل البيئية المحلية مثل السياسات الحكومية، والثقافة التنظيمية، وتوفر رأس المال المخاطر، والبنية التحتية التكنولوجية على قدرة الشركات الناشئة على الابتكار وتحقيق الميزة التنافسية في السياق السعودي. خامساً، تفتقر الدراسات التطبيقية إلى تحليل مقارن بين القطاعات المختلفة، حيث أن طبيعة الابتكار والميزة التنافسية قد تختلف بشكل كبير بين القطاعات التكنولوجية والخدمية والصناعية. كما تحتاج الدراسات إلى تحليل أعمق لدور حجم الشركة ومرحلة نموها في تشكيل هذه العلاقة. سادساً، هناك نقص في الدراسات التطبيقية التي تقدم نماذج وأدوات عملية يمكن للشركات الناشئة استخدامها لتطوير قدراتها الابتكارية وتعزيز ميزتها التنافسية، مما يحد من القيمة العملية للبحوث الأكاديمية في هذا المجال.

1.3. أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهمية بالغة على عدة مستويات ولأطراف متعددة في المجتمع الأكاديمي والاقتصادي. فعلى المستوى الأكاديمي، تساهم الدراسة في إثراء المعرفة العلمية حول العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية في سياق الشركات الناشئة، وتقدم نموذجاً نظرياً جديداً يمكن تطبيقه في بيئات مشابهة. كما تساعد في سد الفجوة البحثية الموجودة في الأدبيات العربية المتعلقة بريادة الأعمال والابتكار. على المستوى العملي، تقدم الدراسة توصيات قيمة للشركات الناشئة في مدينة الخبر وغيرها من المدن السعودية حول كيفية تطوير استراتيجيات الابتكار الفعالة وترجمتها إلى ميزة تنافسية مستدامة. كما تساعد رواد الأعمال والمستثمرين في فهم العوامل الحاسمة لنجاح الشركات الناشئة في البيئة السعودية. على المستوى السياسي والاقتصادي، تدعم الدراسة جهود الحكومة السعودية في تحقيق أهداف رؤية 2030 المتعلقة بتنويع الاقتصاد وتعزيز دور القطاع الخاص وريادة الأعمال. كما تقدم معلومات مهمة لصناع السياسات حول كيفية تطوير بيئة داعمة للابتكار وريادة الأعمال في المملكة.

1.3.1. على المستوى النظري:

تحمل هذه الدراسة أهمية نظرية كبيرة تتمثل في عدة جوانب مهمة. أولاً، تساهم في تطوير الإطار النظري للعلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية من خلال تقديم نموذج مفاهيمي جديد يأخذ في الاعتبار الخصائص الفريدة للشركات الناشئة والبيئة السعودية. هذا النموذج يمكن أن يكون أساساً لدراسات مستقبلية في بيئات مشابهة. ثانياً، تساهم الدراسة في إثراء نظريات إدارة الابتكار من خلال تحليل كيفية تطبيق مفاهيم الابتكار في بيئة الشركات الناشئة التي تتميز بمحدودية الموارد والحاجة للنمو السريع. كما تقدم فهماً أعمق لدور العوامل البيئية والثقافية في تشكيل قدرات الابتكار. ثالثاً، تطور الدراسة مفاهيم جديدة متعلقة بقياس وتقييم الابتكار في الشركات الناشئة، حيث تقترح مقاييس ومؤشرات جديدة تتناسب مع طبيعة هذه الشركات وتحدياتها الخاصة. هذا يساهم في تطوير أدوات بحثية أكثر دقة وملاءمة لدراسة الابتكار في هذا السياق. رابعاً، تساهم الدراسة في تطوير نظريات الميزة التنافسية من خلال تحليل كيفية بناء وتعزيز الميزة التنافسية في بيئة تتميز بالتغير السريع وعدم اليقين، وهي خصائص مميزة لبيئة الشركات الناشئة. كما تقدم فهماً جديداً لدور الابتكار كمصدر للميزة التنافسية المستدامة.

خامساً، تساهم الدراسة في تطوير الأدبيات النظرية المتعلقة بريادة الأعمال في البيئات الناشئة والاقتصادات النامية، وتقدم إطاراً نظرياً يمكن تطبيقه في دراسة الشركات الناشئة في المنطقة العربية والأسواق الناشئة الأخرى.

1.3.2. على المستوى التطبيقي.:

على المستوى التطبيقي، تحمل هذه الدراسة أهمية كبيرة للعديد من الأطراف المعنية في النظام البيئي لريادة الأعمال في المملكة العربية السعودية. بالنسبة للشركات الناشئة، تقدم الدراسة دليلاً عملياً لتطوير استراتيجيات الابتكار الفعالة وترجمتها إلى ميزة تنافسية حقيقية، مما يساعدها على تحسين أدائها وزيادة فرص نجاحها في السوق.

للمستثمرين ورؤوس الأموال المخاطرة، تقدم الدراسة معايير ومؤشرات جديدة لتقييم إمكانات الشركات الناشئة وقدرتها على تحقيق النمو والربحية من خلال الابتكار. هذا يساعد في اتخاذ قرارات استثمارية أكثر دقة وتقليل المخاطر المرتبطة بالاستثمار في الشركات الناشئة.

لحاضنات الأعمال ومسرعات النمو، تقدم الدراسة إطاراً لتطوير برامج الدعم والتدريب التي تركز على تعزيز قدرات الابتكار لدى الشركات الناشئة. كما تساعد في تصميم برامج الإرشاد والتوجيه التي تركز على بناء الميزة التنافسية من خلال الابتكار.

لصناع السياسات والجهات الحكومية، تقدم الدراسة توصيات مهمة لتطوير السياسات والبرامج الداعمة للابتكار وريادة الأعمال في المملكة. كما تساعد في تحديد العوامل البيئية التي تحتاج إلى تطوير لخلق بيئة أكثر دعماً للشركات الناشئة المبتكرة.

للمؤسسات التعليمية والجامعات، تقدم الدراسة أساساً لتطوير المناهج والبرامج التعليمية المتعلقة بريادة الأعمال والابتكار، وتساعد في إعداد جيل جديد من رواد الأعمال المؤهلين للنجاح في بيئة الأعمال المعاصرة.

1.4. أسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة للإجابة على الأسئلة البحثية التالية التي تغطي جوانب مختلفة من العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية في الشركات الناشئة:

السؤال الأول: ما مستوى تطبيق الابتكار في الشركات الناشئة في مدينة الخبر؟

السؤال الثاني: ما مستوى الميزة التنافسية المحققة في الشركات الناشئة في مدينة الخبر؟

السؤال الثالث: ما طبيعة العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية في الشركات الناشئة في مدينة الخبر؟

السؤال الرابع: ما أهم أبعاد الابتكار تأثيراً على الميزة التنافسية في الشركات الناشئة في مدينة الخبر؟

السؤال الخامس: ما العوامل البيئية المؤثرة على العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية في الشركات الناشئة في مدينة الخبر؟

السؤال السادس: ما النموذج المقترح لتعزيز الميزة التنافسية من خلال الابتكار في الشركات الناشئة في مدينة الخبر؟

1.5. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العملية والمستقبلية التي تساهم في فهم وتطوير العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية في الشركات الناشئة:

الأهداف العملية:

- الهدف الأول: قياس وتحليل مستوى تطبيق الابتكار في الشركات الناشئة في مدينة الخبر وتحديد نقاط القوة والضعف.
- الهدف الثاني: تقييم مستوى الميزة التنافسية المحققة في الشركات الناشئة في مدينة الخبر وتحديد مصادرها الرئيسية.
- الهدف الثالث: تحليل طبيعة وقوة العلاقة بين أبعاد الابتكار المختلفة وأبعاد الميزة التنافسية في الشركات الناشئة في مدينة الخبر.

الأهداف المستقبلية:

- الهدف الرابع: تطوير نموذج تطبيقي لتعزيز الميزة التنافسية من خلال الابتكار يمكن للشركات الناشئة في مدينة الخبر تطبيقه.
- الهدف الخامس: تقديم توصيات استراتيجية للشركات الناشئة وصناع السياسات لتطوير بيئة أكثر دعماً للابتكار وريادة الأعمال.
- الهدف السادس: وضع أسس لدراسات مستقبلية في مجال الابتكار والميزة التنافسية في الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية.

1.6. فرضيات الدراسة

تقوم هذه الدراسة على مجموعة من الفرضيات العلمية التي تستند إلى الأدبيات النظرية والدراسات السابقة في مجال الابتكار والميزة التنافسية:

الفرضية الأولى: توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تطبيق الابتكار ومستوى الميزة التنافسية في الشركات الناشئة في مدينة الخبر.

الفرضية الثانية: توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الابتكار في المنتجات والخدمات والميزة التنافسية في الشركات الناشئة في مدينة الخبر.

الفرضية الثالثة: توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الابتكار في العمليات والميزة التنافسية في الشركات الناشئة في مدينة الخبر.

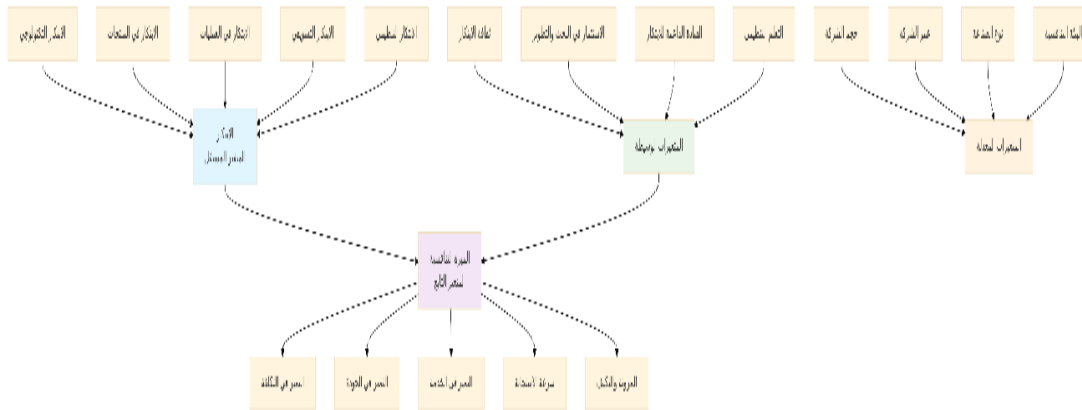
الفرضية الرابعة: توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التسويقي والميزة التنافسية في الشركات الناشئة في مدينة الخبر.

الفرضية الخامسة: توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التنظيمي والميزة التنافسية في الشركات الناشئة في مدينة الخبر.

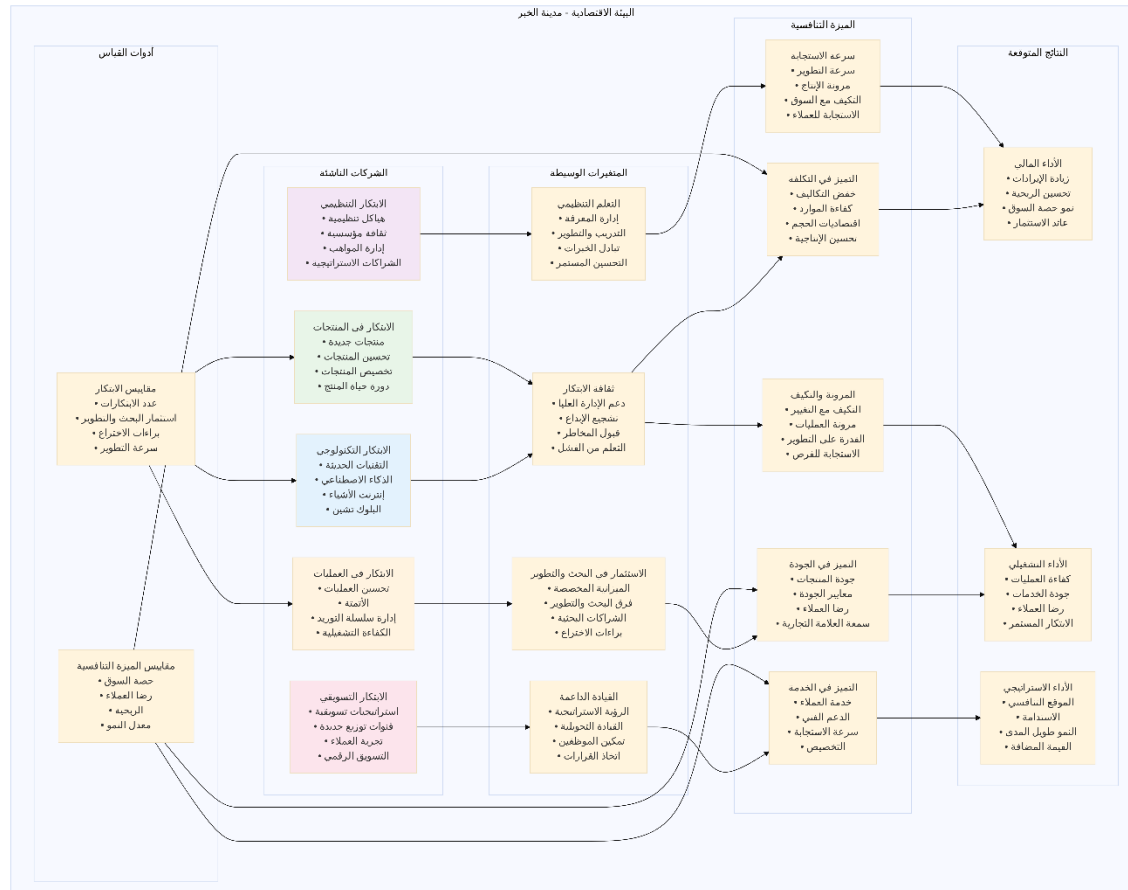
الفرضية السادسة: توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين العوامل البيئية الداعمة للابتكار والميزة التنافسية في الشركات الناشئة في مدينة الخبر.

1.7. نموذج الدراسة

يقوم نموذج هذه الدراسة على تحليل العلاقة بين الابتكار كمتغير مستقل والميزة التنافسية كمتغير تابع في سياق الشركات الناشئة في مدينة الخبر. يتضمن النموذج أربعة أبعاد رئيسية للابتكار هي: الابتكار في المنتجات والخدمات، والابتكار في العمليات، والابتكار التسويقي، والابتكار التنظيمي. كما يشمل أربعة أبعاد للميزة التنافسية هي: ميزة التكلفة، وميزة التمايز، وميزة الاستجابة، وميزة الجودة. يأخذ النموذج في الاعتبار تأثير العوامل البيئية كمتغيرات وسيطة تؤثر على العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية، وتشمل هذه العوامل: الثقافة التنظيمية، والدعم الحكومي، وتوفر رأس المال، والبنية التحتية التكنولوجية، والموارد البشرية المؤهلة، وشبكات الأعمال والشراكات.



الشكل 1: المخطط التوضيحي الأساسي لنموذج الدراسة



الشكل 2: المخطط التوضيحي المفصل لنموذج الدراسة

1.8. منهجية الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على منهجية شاملة ومتكاملة تجمع بين المنهج الكمي والنوعي لضمان الحصول على فهم عميق وشامل للظاهرة المدروسة. تتكون منهجية الدراسة من ستة محاور رئيسية:

المحور الأول: فلسفة البحث (Research Philosophy)

تتبنى هذه الدراسة الفلسفة البراجماتية التي تركز على حل المشكلات العملية وتحقيق النتائج المفيدة للممارسين في مجال ريادة الأعمال. هذه الفلسفة تسمح بالجمع بين المناهج الكمية والنوعية لتحقيق فهم أكثر شمولية للظاهرة المدروسة. كما تركز على تطوير المعرفة التي يمكن تطبيقها عملياً لتحسين أداء الشركات الناشئة وتعزيز قدرتها التنافسية في السوق.

المحور الثاني: نوع البحث ومنطقه (Research Type and Logic)

تعتمد الدراسة على المنهج الاستقرائي الذي ينطلق من الملاحظات والبيانات الميدانية لبناء النظريات والنماذج العامة. يتم استخدام المنهج المختلط الذي يجمع بين البحث الكمي لقياس العلاقات الإحصائية والبحث النوعي لفهم السياق والعوامل المؤثرة. هذا المنهج يوفر فهماً أعمق وأكثر شمولية للعلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية في الشركات الناشئة.

المحور الثالث: منهج البحث (Research Approach)

تتبع الدراسة المنهج المسحي التحليلي الذي يهدف إلى جمع البيانات من عينة ممثلة من الشركات الناشئة في مدينة الخبر وتحليلها إحصائياً لاختبار الفرضيات والإجابة على أسئلة البحث. كما يتم استخدام منهج دراسة الحالة للحصول على فهم أعمق لبعض الشركات المتميزة في مجال الابتكار. يتم دمج النتائج الكمية والنوعية لتقديم صورة شاملة ومتكاملة عن الظاهرة المدروسة.

المحور الرابع: استراتيجية البحث وتصميمه (Research Strategy and Design)

تعتمد الدراسة على التصميم المقطعي (Cross-sectional Design) لجمع البيانات من الشركات الناشئة في فترة زمنية محددة، مع إجراء مقارنات بين الشركات في مراحل نمو مختلفة لفهم تطور العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية. يتم استخدام استراتيجية المسح الشامل للحصول على بيانات كمية من عدد كبير من الشركات، واستراتيجية دراسة الحالات المتعددة للحصول على بيانات نوعية معمقة من شركات مختارة بعناية.

المحور الخامس: الأفق الزمني (Time Horizon)

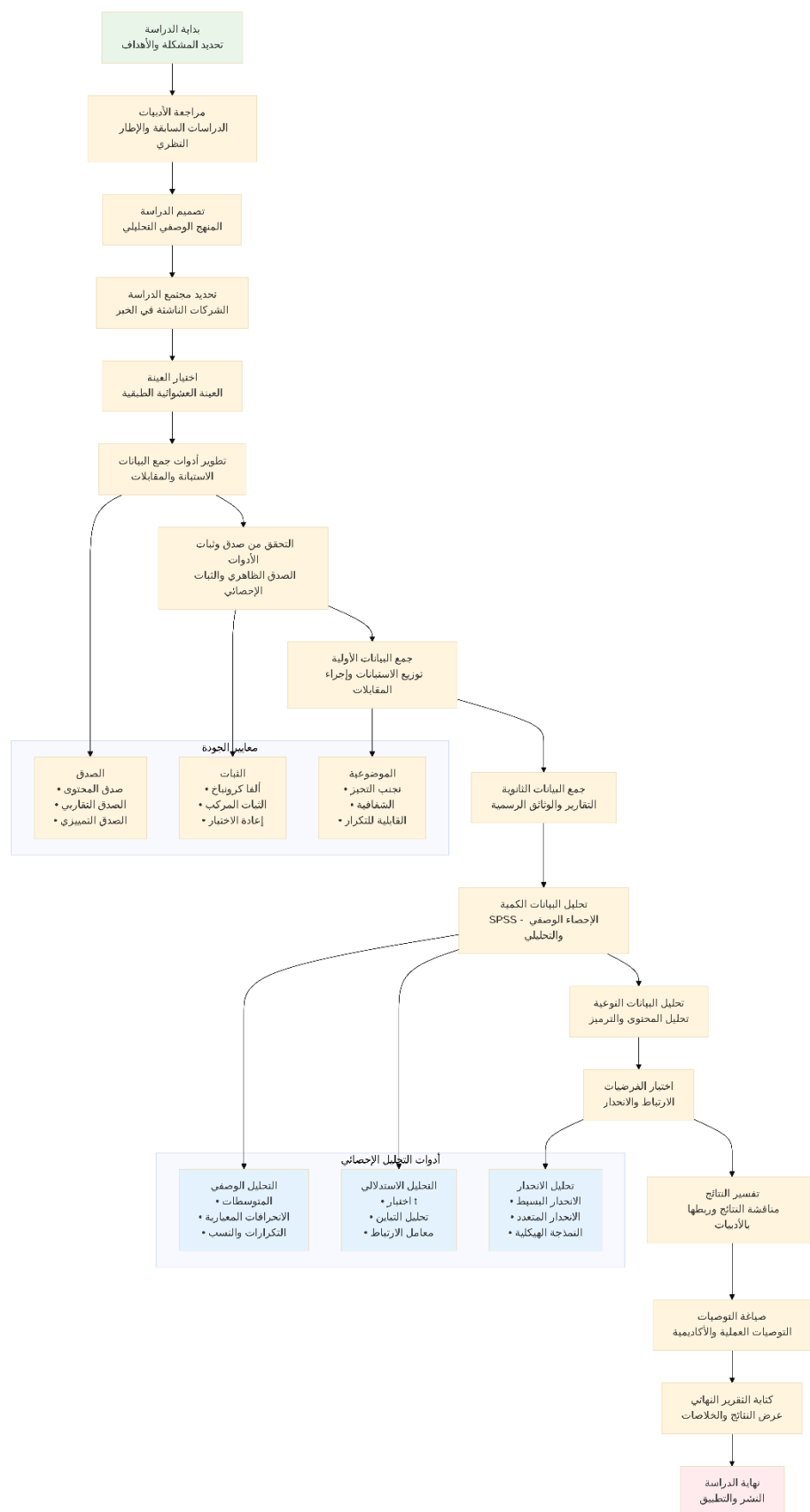
تغطي الدراسة فترة زمنية مدتها 12 شهراً لجمع البيانات وتحليلها، مع التركيز على الوضع الحالي للشركات الناشئة في مدينة الخبر. يتم جمع البيانات على مرحلتين: المرحلة الأولى تشمل المسح الشامل والذي يستغرق 6 أشهر، والمرحلة الثانية تشمل دراسات الحالة المعمقة والتي تستغرق 4 أشهر، مع تخصيص شهرين إضافيين لتحليل البيانات ودمج النتائج.

المحور السادس: أساليب وتقنيات جمع البيانات (Data Collection Methods and Techniques)

تستخدم الدراسة مجموعة متنوعة من أساليب جمع البيانات لضمان الحصول على معلومات شاملة ودقيقة. الأسلوب الرئيسي هو الاستبانة المنظمة التي تعتمد على مقياس ليكرت الخماسي لقياس متغيرات الدراسة، بالإضافة إلى المقابلات المعمقة مع المؤسسين والمديرين التنفيذيين، والملاحظة الميدانية للممارسات الابتكارية، وتحليل الوثائق والتقارير المؤسسية. يتم أيضاً استخدام ورش العمل التفاعلية مع مجموعات من رواد الأعمال لجمع آراء ووجهات نظر متنوعة حول موضوع الدراسة.

مقياس ليكرت الخماسي:

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تستثمر شركتنا بشكل مستمر في تطوير منتجات وخدمات جديدة					
2	تطبق شركتنا تقنيات وعمليات مبتكرة لتحسين الكفاءة التشغيلية					
3	تتبنى شركتنا استراتيجيات تسويقية مبتكرة للوصول للعملاء					
4	تطور شركتنا هياكل تنظيمية مرنة تدعم الابتكار والإبداع					
5	تحقق شركتنا ميزة تنافسية من خلال تقديم منتجات متميزة					
6	تتفوق شركتنا على المنافسين في سرعة الاستجابة لاحتياجات السوق					
7	تحافظ شركتنا على مستوى جودة عالي يميزها عن المنافسين					
8	تحقق شركتنا كفاءة في التكاليف مقارنة بالمنافسين					
9	تستفيد شركتنا من البيئة المحلية الداعمة للابتكار في الخبر					
10	تتميز شركتنا بالقدرة على التكيف السريع مع متطلبات السوق					



الشكل 3: المخطط التوضيحي الشامل لمنهجية الدراسة

1.9. الدراسة الميدانية

تقتصر هذه الدراسة على مدينة الخبر في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية، وهي إحدى أهم المراكز الاقتصادية والتجارية في المملكة. تم اختيار مدينة الخبر لعدة أسباب استراتيجية ومنهجية مهمة تشمل كونها مركزاً رئيسياً للأعمال والتجارة في المنطقة الشرقية، ووجود تجمع كبير من الشركات الناشئة والمؤسسات الريادية، وقربها من مراكز الصناعة والطاقة مما يوفر فرصاً متنوعة للابتكار والنمو. كما تتميز المدينة ببنية تحتية متطورة ووجود جامعات ومراكز بحثية مهمة تدعم النظام البيئي لريادة الأعمال والابتكار.

تحديد الفئة المستهدفة

تستهدف الدراسة الشركات الناشئة في مدينة الخبر التي تتراوح أعمارها بين سنة واحدة وخمس سنوات، ولديها عدد موظفين يتراوح بين 5 و50 موظفاً، وتعمل في قطاعات متنوعة تشمل التكنولوجيا والخدمات والتجارة الإلكترونية والصناعات الخفيفة. يتم التركيز على الشركات التي تظهر نشاطاً في مجال الابتكار أو تسعى لتطوير منتجات أو خدمات جديدة. كما تشمل الفئة المستهدفة المؤسسين والمديرين التنفيذيين ومديري الابتكار والتطوير في هذه الشركات، بالإضافة إلى الخبراء والمستشارين في مجال ريادة الأعمال والابتكار في المنطقة.

1.10 هيكل المشروع المقترح.

- الفصل الأول :الإطار العام للدراسة
- الفصل الثاني :الإطار النظري
- الفصل الثالث :منهجية البحث
- الفصل الرابع :التحليل الإحصائي
- الفصل الخامس :المناقشة والخاتمة

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

يهدف هذا الفصل إلى مراجعة وتحليل الأدبيات العلمية المتعلقة بموضوع الدراسة، وتقديم إطار نظري شامل يوضح العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية في الشركات الناشئة. تم تنظيم هذا الفصل في ثلاثة أقسام رئيسية: الأول يتناول المتغير المستقل (الابتكار)، والثاني يركز على المتغير التابع (الميزة التنافسية)، والثالث يحلّل العلاقة بين المتغيرين في سياق الشركات الناشئة. تم الاعتماد على مصادر علمية متنوعة ومحدثة من قواعد البيانات العالمية والمحلية لضمان شمولية ودقة المراجعة.

2.2. المتغير المستقل : الابتكار

يُعرف الابتكار في الأدبيات العلمية بأنه عملية تطوير وتطبيق أفكار جديدة ومفيدة تؤدي إلى تحسين المنتجات أو الخدمات أو العمليات أو النماذج التجارية. وقد تطور مفهوم الابتكار عبر العقود ليشمل أبعاداً متعددة تتضمن الابتكار التكنولوجي والإداري والتسويقي والاجتماعي. في سياق الشركات الناشئة، يكتسب الابتكار أهمية خاصة كونه يمثل الوسيلة الأساسية للتمايز عن المنافسين وخلق قيمة فريدة للعملاء.

تشير دراسة شومبيتر (Schumpeter, 1934) الرائدة إلى أن الابتكار هو المحرك الأساسي للنمو الاقتصادي والتطور، وأن رواد الأعمال يلعبون دوراً حاسماً في عملية "التدمير الخلاق" التي تؤدي إلى تطوير منتجات وخدمات جديدة تحل محل القديمة. هذا المفهوم يكتسب أهمية خاصة في عصرنا الحالي حيث تتسارع وتيرة التغيير التكنولوجي والاجتماعي.

من ناحية أخرى، تؤكد دراسة دروكر (Drucker, 1985) على أن الابتكار ليس مجرد عملية عشوائية أو إلهام مفاجئ، بل هو نشاط منظم ومنهجي يمكن تعلمه وإدارته بفعالية. هذا المنظور يفتح المجال أمام الشركات الناشئة لتطوير قدراتها الابتكارية من خلال تبني أساليب وممارسات محددة.

2.3. المتغير التابع : الميزة التنافسية

تُعرف الميزة التنافسية بأنها قدرة المؤسسة على تحقيق أداء متفوق مقارنة بمنافسيها في السوق، وذلك من خلال تقديم قيمة فريدة للعملاء أو تحقيق كفاءة أعلى في العمليات. وقد طور بورتير (Porter, 1985) إطاراً نظرياً شاملاً للميزة التنافسية يحدد ثلاث استراتيجيات أساسية: قيادة التكلفة، والتمايز، والتركيز. في سياق الشركات الناشئة، تكتسب الميزة التنافسية أهمية خاصة نظراً لمحدودية الموارد والحاجة للنمو السريع في بيئة تنافسية شديدة. تشير دراسة بارني (Barney, 1991) إلى أن الميزة التنافسية المستدامة تنبع من الموارد والقدرات الفريدة التي تتميز بأربع خصائص: القيمة، والندرة، وصعوبة التقليد، وعدم إمكانية الاستبدال. كما تؤكد دراسة تيس وبيسانو (Pisano, 1994 & Teece) على أهمية القدرات الديناميكية في بناء الميزة التنافسية، خاصة في البيئات سريعة التغيير. هذه القدرات تشمل قدرة المؤسسة على الاستشعار والاستيعاب والتكيف مع التغيرات في البيئة الخارجية.

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تشير الأدبيات العلمية إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين الابتكار والميزة التنافسية، حيث يُعتبر الابتكار أحد أهم مصادر الميزة التنافسية المستدامة في العصر الحديث. دراسة كريستنسن (Christensen, 1997) حول "معضلة المبتكر" تؤكد على أن الشركات التي تتبنى الابتكارات التدميرية تتمكن من تحقيق ميزة تنافسية كبيرة على الشركات الراسخة التي تركز على الابتكارات التدريجية. في سياق الشركات الناشئة، تشير دراسة ريس (Ries, 2011) حول منهجية "الشركة الناشئة الرشيقة" إلى أن الابتكار السريع والتعلم المستمر من خلال دورات "البناء-القياس-التعلم" يمكن أن يساعد الشركات الناشئة في بناء منتجات وخدمات تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل من المنافسين. كما تؤكد دراسة بلانك (Blank, 2013) على أهمية "تطوير العملاء" كنهج ابتكاري يساعد الشركات الناشئة في فهم احتياجات السوق وتطوير حلول مبتكرة تحقق ميزة تنافسية حقيقية.

2.5.الخاتمة

تكشف مراجعة الأدبيات العلمية عن وجود إجماع واسع حول أهمية الابتكار كمحرك للميزة التنافسية، خاصة في سياق الشركات الناشئة التي تحتاج للتمايز في أسواق تنافسية. ومع ذلك، تظهر الحاجة لمزيد من الدراسات التطبيقية في البيئات المحلية والإقليمية لفهم كيفية تطبيق هذه المفاهيم في سياقات ثقافية واقتصادية مختلفة. هذه الدراسة تسعى لسد هذه الفجوة من خلال تحليل العلاقة بين الابتكار والميزة التنافسية في الشركات الناشئة في مدينة الخبر بالمملكة العربية السعودية.

قائمة المراجع

- [1] Schumpeter, J. A. (1934). The Theory of Economic Development. Harvard University Press.
- [2] Drucker, P. F. (1985). Innovation and Entrepreneurship. Harper & Row.
- [3] Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press.
- [4] Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120.
- [5] Teece, D. J., & Pisano, G. (1994). The Dynamic Capabilities of Firms. Industrial and Corporate Change, 3(3), 537-556.
- [6] Christensen, C. M. (1997). The Innovator's Dilemma. Harvard Business School Press.
- [7] Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Crown Business.
- [8] Blank, S. (2013). The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win. K&S Ranch.
- [9] الحربي، محمد عبدالله (2020). الابتكار وريادة الأعمال في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية. مجلة الإدارة العامة، 60(2)، 278-245.
- [10] العتيبي، سارة أحمد (2019). تأثير الابتكار على الأداء المؤسسي في الشركات السعودية الناشئة. المجلة العربية للإدارة، 39(4)، 145-123.
- [11] المطيري، خالد سعد (2021). العوامل المؤثرة على الميزة التنافسية في الشركات الناشئة بالمنطقة الشرقية. مجلة جامعة الملك سعود للعلوم الإدارية، 33(1)، 89-67.

- [12] الزهراني، فاطمة محمد (2020). دور الابتكار التكنولوجي في تعزيز التنافسية: دراسة على الشركات الناشئة في المملكة. المجلة السعودية للعلوم الإدارية، 12(3)، 156-178.
- [13] القحطاني، عبدالرحمن علي (2019). النظام البيئي لريادة الأعمال في المملكة العربية السعودية: التحديات والفرص. مجلة الاقتصاد والإدارة، 45(2)، 89-112.
- [14] الشمري، نورا عبدالعزيز (2021). أثر الثقافة التنظيمية على الابتكار في الشركات الناشئة السعودية. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، 51(4)، 234-256.
- [15] الدوسري، أحمد محمد (2020). استراتيجيات الابتكار والنمو في الشركات الناشئة: دراسة مقارنة بين المملكة العربية السعودية ودول مجلس التعاون الخليجي. مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، 46(177)، 123-145.

الاستبانة البحثية

رابط الاستبانة

<https://forms.gle/yXv6wK9WaCCqV5t38>

الاستبانة

المملكة العربية السعودية

السيد الفاضل / السيدة الفاضلة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يطيب لي أن أضع بين أيديكم هذه الاستبانة التي تهدف إلى دراسة دور الابتكار في تعزيز الميزة التنافسية في الشركات الناشئة. تأتي هذه الدراسة ضمن متطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في إدارة الأعمال من كلية الإدارة بجامعة ميدأوشن.

أرجو منكم التكرم بالإجابة على جميع الأسئلة بموضوعية ودقة، علماً بأن جميع المعلومات المقدمة ستعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط. شاكراً لكم حسن تعاونكم ومساهمتم في إنجاح هذه الدراسة.

القسم الأول: البيانات الديموغرافية

1. الجنس:

○ ذكر

○ أنثى

2. الفئة العمرية:

○ 18-25 سنة

○ 26-35 سنة

○ 36-45 سنة

○ 46 سنة فأكثر

3. المؤهل العلمي:

○ بكالوريوس

○ ماجستير

○ دكتوراه

○ أخرى (يرجى التحديد): _____

4. سنوات الخبرة في مجال العمل:

○ أقل من سنة

○ 1-3 سنوات

○ 4-6 سنوات

○ أكثر من 6 سنوات

5. المنصب الوظيفي:

○ مؤسس/شريك

○ مدير تنفيذي (CEO/COO)

○ مدير قسم

○ موظف

○ أخرى (يرجى التحديد): _____

6. عمر الشركة:

○ أقل من سنة

○ 1-3 سنوات

○ 4-6 سنوات

○ 7-10 سنوات

7. قطاع عمل الشركة:

○ التقنية والبرمجيات

○ التجارة الإلكترونية

○ الخدمات الاستشارية

○ التعليم والتدريب

○ الخدمات الصحية

○ أخرى (يرجى التحديد): _____

8. عدد الموظفين في الشركة:

○ 1-5 موظفين

○ 6-10 موظفين

○ 11-20 موظف

○ أكثر من 20 موظف

القسم الثاني: مقياس الابتكار والميزة التنافسية

تقدم شركتنا منتجات/خدمات جديدة ومبتكرة بشكل مستمر موافق بشدة

○ موافق

○ محايد

○ غير موافق

○ غير موافق بشدة

نستخدم تقنيات وأساليب حديثة في عملياتنا التشغيلية

○ موافق بشدة

○ موافق

○ محايد

○ غير موافق

○ غير موافق بشدة

نتبنى استراتيجيات تسويقية مبتكرة للوصول إلى العملاء المستهدفين

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

لدينا ثقافة تنظيمية تشجع على الابتكار والإبداع موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

نستجيب بسرعة للتغيرات في السوق واحتياجات العملاء

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

تتميز شركتنا بتقديم منتجات/خدمات بجودة عالية

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

نحقق كفاءة عالية في استخدام الموارد المتاحة

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

نتميز بسرعة الاستجابة لطلبات واحتياجات العملاء

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

لدينا سمعة قوية وعلامة تجارية مميزة في السوق

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

نحافظ على علاقات طويلة الأمد مع عملائنا

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

شكراً جزيلاً لتعاونكم

