

تحليل تأثير التكنولوجيا في استراتيجية الاعمال في الشركات الناشئة

اسم الطالب

سارة محمد علي السهيمي

2021201288

مشروع تخرج -2

كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

اشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس -كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الثاني -2024

التحليل الاحصائي:

التحليل الاحصائي ج 1: فهم الإحصاء

الإحصاء هو أحد الأدوات الأساسية التي يستخدمها الباحثون لتحليل البيانات واستخلاص النتائج. يتضمن التحليل الإحصائي مجموعة من الأساليب والتقنيات التي تساعد على وصف البيانات وفهمها، واختبار الفرضيات، واستخلاص استنتاجات ذات مغزى. في هذه الدراسة، سنستخدم برنامج SPSS لتحليل البيانات الكمية المجمعة من الاستبيانات.

الإحصاء هو علم جمع وتنظيم وتحليل وتفسير البيانات. في البحث العلمي، يستخدم الإحصاء لفهم البيانات المستخلصة من التجارب والاستبيانات والدراسات الاستقصائية. الإحصاء يساعدنا على:

1. وصف البيانات: الإحصاء الوصفي يشمل استخدام الجداول والرسوم البيانية والإجراءات

الإحصائية لوصف وتلخيص البيانات بطريقة مفهومة.

2. المتوسطات الحسابية: يمكننا استخدام المتوسط الحسابي في توصيف البيانات الرقمية.

3. اختبار النزعة المركزية : وهو نوع من أنواع الاختبارات الاحصائية

4. اختبار الصدق والثبات: وهذان الاختباران يستخدمان بشكل كبير لاختبار الصدق والثبات

باستخدام الفرضيات للبيانات.

1.

○ النسب المئوية: تعبر عن نسبة القيم التي تقع ضمن فئة معينة.

2. اختبار الفرضيات: الإحصاء الاستنتاجي يشمل استخدام الاختبارات الإحصائية لاختبار

الفرضيات واستخلاص النتائج. هذه الاختبارات تساعد في تحديد ما إذا كانت هناك فروقات أو علاقات ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات.

○ اختبار T-test: يستخدم لمقارنة المتوسطات بين مجموعتين.

○ اختبار ANOVA: يستخدم لمقارنة المتوسطات بين ثلاث مجموعات أو أكثر.

○ تحليل الارتباط: يستخدم لقياس قوة واتجاه العلاقة بين متغيرين.

3. استخلاص الاستنتاجات: الإحصاء يساعد على استخلاص استنتاجات مبنية على الأدلة وتحليل

البيانات. هذه الاستنتاجات تساعد الباحثين على اتخاذ قرارات مبنية على البيانات.

أنواع الإحصاء

1. الإحصاء الوصفي: يهدف إلى وصف وتلخيص البيانات باستخدام المقاييس الإحصائية. يتضمن

ذلك حساب المتوسطات، الوسيط، الانحراف المعياري، والنسب المئوية.

2. الإحصاء الاستنتاجي: يستخدم لاستخلاص الاستنتاجات من البيانات وتحليلها. يتضمن ذلك

استخدام الاختبارات الإحصائية مثل T-test ، ANOVA ، وتحليل الارتباط.

خطوات التحليل الإحصائي باستخدام SPSS

1. جمع البيانات: يتم جمع البيانات باستخدام أدوات البحث المناسبة مثل الاستبيانات والمقابلات.

2. تنظيم البيانات: يتم تنظيم البيانات وتحضيرها للتحليل. يشمل ذلك تنظيف البيانات والتحقق من

صحتها.

3. **تحليل البيانات:** يتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS. يشمل ذلك استخدام الإحصاءات

الوصفية والاستنتاجية لاستخلاص النتائج.

4. **تفسير النتائج:** يتم تفسير النتائج وتحديد ما إذا كانت الفرضيات مقبولة أو مرفوضة. يتم تقديم

النتائج بطريقة مفهومة وشاملة.

أهمية التحليل الإحصائي

التحليل الإحصائي مهم لأنه يساعد في:

- **فهم البيانات:** يتيح للباحثين فهم الأنماط والاتجاهات في البيانات.
- **اتخاذ القرارات:** يساعد في اتخاذ قرارات مبنية على الأدلة.
- **استخلاص الاستنتاجات:** يمكن الباحثين من استخلاص استنتاجات مبنية على البيانات.
- **اختبار الفرضيات:** يساعد في اختبار الفرضيات وتحديد ما إذا كانت هناك فروقات أو علاقات ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات.

باستخدام برنامج SPSS ، يمكننا تطبيق هذه الأساليب لتحليل البيانات المجمعة من الاستبيانات وفهم

تأثير استراتيجيات الابتكار على أداء الشركات الناشئة. سنقوم في الأجزاء التالية بتوضيح كيفية

استيراد البيانات إلى SPSS ، وإجراء التحليلات الإحصائية الوصفية والاستنتاجية، واختبار

الفرضيات.

التحليل الإحصائي ج2: العينة والمجتمع وتحليل البيانات باستخدام SPSS

العينة والمجتمع

في هذه الدراسة، نركز على تأثير التكنولوجيا في استراتيجيات الأعمال للشركات الناشئة. مجتمع الدراسة هو جميع الشركات الناشئة في منطقة معينة (مثل مدينة أو بلد محدد). ولضمان تمثيل جيد لمجتمع الدراسة، قمنا باختيار عينة عشوائية طبقية من الشركات الناشئة.

مجتمع الدراسة:

- يشمل جميع الشركات الناشئة في المنطقة المحددة التي تعتمد على الابتكار في استراتيجياتها لتحقيق النمو وتحسين الأداء.

طرق وتقنيات أخذ العينات:

- استخدمنا طريقة العينة العشوائية الطبقية لضمان تمثيل جميع الفئات المختلفة داخل مجتمع الدراسة. الخطوات المتبعة في هذه الطريقة تشمل:

1- عن طريق توزيع الاستبانة وتجميع عدد معين من الردود وكانت عدد الردود التي تم تجميعها هو

80 رد

التحليل الإحصائي:

بعض الاساله التي نحتاج الاجابه عليها من خلال التحليل الإحصائي:

- ما هي استراتيجيات الابتكار الأكثر استخداماً؟
- هل تؤثر العوامل الديموغرافية (العمر، الجنس، التعليم) على اختيار استراتيجيات الابتكار؟

- ما هي استراتيجيات الابتكار التي يُنظر إليها على أنها الأكثر فعالية بشكل عام؟
- هل يُنظر إلى استراتيجيات معينة على أنها أكثر فعالية في سياقات محددة (على سبيل المثال، ابتكار المنتج مقابل ابتكار الخدمة)؟

Statistics				
		العمر	الجنس	استراتيجيات الابتكار المستخدمة
N	Valid	80	80	80
	Missing	0	0	0

هذا الجدول الموضح بالأعلى يعكس عدد التكرارات الكلية للعمر والجنس وكما هو موضح ان كلا العمودين كاملين لا يوجد بهم أي قيم مفقودة وهذا مؤشر جيد للبيانات وصحتها.

والان سوف نقوم بعمل جدول تكراري للعمر

		العمر			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	25-34 سنة	14	17,5	17,5	17,5
	35-44 سنة	18	22,5	22,5	40,0
	45-54 سنة	14	17,5	17,5	57,5
	55 سنة فما فوق	15	18,8	18,8	76,3
	أقل من 25 سنة	19	23,8	23,8	100,0
Total		80	100,0	100,0	

كما هو موضح بالجدول الاعمار عندنا مقسمة الي فئات وهي كالآتي:

25-34 سنة وعدد المشاركين بهذا العمر هو 14

35-44 سنة وعدد المشاركين بهذا العمر هو 18

45-54 سنة وعدد المشاركين بهذا العمر هو 14

55 سنة وفيما فوق وعددهم 15

أقل من 25 سنة وعددهم 19

من هذا التوزيع التكراري يمكننا الملاحظة ان الفئة العمرية الأكثر مشاركة هي الفئة الأقل من 25 عاماً.

		الجنس			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	أنثى	42	52,5	52,5	52,5
	ذكر	38	47,5	47,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

الجدول التكراري للجنس ومن هذا الجدول نجد ان توزيع المشاركات بين الذكور والاناث متزنة الي حد ما حيث ان عدد الذكور المشاركين هو 38 وعدد الاناث المشاركات هو 42 وهذا يعتبر متزن جدا حيث ان نسبة الاناث تكون 52.5% ونسبة الذكور هي 47.5% وهذا سوف يكون جيد حيث اننا اتبعنا معايير الانحياز في هذا الاستبيان وجمعنا البيانات بالتساوي بين الذكور والاناث المشاركين

استراتيجيات الابتكار المستخدمة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
[الإبداع في الخدمات, 'الإبداع في الخدمات, 'الإبداع في الخدمات, 'الإبداع في الخدمات, 'الإبداع في الخدمات]	1	1.3	1.3	1.3
[الإبداع في الخدمات, 'الإبداع في الخدمات, 'الإبداع في الخدمات]	2	2.5	2.5	3.8
[الإبداع في الخدمات, 'الإبداع في الخدمات, 'المنتجات, 'الإبداع في المنتجات]	1	1.3	1.3	5.0
[الإبداع في الخدمات, 'الإبداع في الخدمات, 'المنتجات]	2	2.5	2.5	7.5
[الإبداع في الخدمات, 'المنتجات, 'الإبداع في المنتجات]	1	1.3	1.3	8.8
[الإبداع في الخدمات, 'المنتجات, 'المنتجات]	1	1.3	1.3	10.0
[الإبداع في الخدمات, 'تطوير التكنولوجيا, 'تطوير التكنولوجيا, 'الإبداع في الخدمات]	1	1.3	1.3	11.3
[الإبداع في الخدمات, 'تطوير التكنولوجيا]	2	2.5	2.5	13.8
[الإبداع في الخدمات]	5	6.3	6.3	20.0
[الإبداع في المنتجات, 'الإبداع في الخدمات, 'المنتجات, 'الإبداع في الخدمات, 'المنتجات]	1	1.3	1.3	21.3
[الإبداع في المنتجات, 'المنتجات, 'الإبداع في الخدمات]	1	1.3	1.3	22.5
[الإبداع في المنتجات, 'المنتجات, 'الإبداع في الخدمات]	1	1.3	1.3	23.8
[الإبداع في المنتجات, 'المنتجات, 'الإبداع في الخدمات]	2	2.5	2.5	26.3
[الإبداع في المنتجات, 'المنتجات, 'الإبداع في الخدمات]	1	1.3	1.3	27.5
[الإبداع في المنتجات, 'المنتجات, 'الإبداع في الخدمات]	1	1.3	1.3	28.7
[الإبداع في المنتجات, 'المنتجات, 'الإبداع في الخدمات]	3	3.8	3.8	32.5
[الإبداع في المنتجات, 'المنتجات, 'الإبداع في الخدمات]	1	1.3	1.3	33.8
[الإبداع في المنتجات, 'المنتجات, 'الإبداع في الخدمات]	2	2.5	2.5	36.3
[الإبداع في المنتجات, 'المنتجات, 'الإبداع في الخدمات]	1	1.3	1.3	37.5
[الإبداع في المنتجات, 'المنتجات, 'الإبداع في الخدمات]	1	1.3	1.3	38.8
[الإبداع في المنتجات, 'المنتجات, 'الإبداع في الخدمات]	1	1.3	1.3	40.0
[الإبداع في المنتجات, 'المنتجات, 'الإبداع في الخدمات]	3	3.8	3.8	43.8
[الإبداع في المنتجات, 'تطوير التكنولوجيا]	2	2.5	2.5	46.3
[الإبداع في المنتجات]	4	5.0	5.0	51.2
[المنتجات, 'الإبداع في الخدمات, 'المنتجات]	1	1.3	1.3	52.5
[المنتجات, 'الإبداع في الخدمات, 'المنتجات]	2	2.5	2.5	55.0

هذا الجدول التكراري يمكننا من خلاله الاجابه علي اول سؤال ومن خلاله نجد ان اكثر الاستراتيجيات استخداما هي الخدمات الابداعيه بعدد 5 ردود اتفقوا علي هذا النحو

الان نحتاج لعمل جدول يوضح الإحصاء الوصفية الخاصه بالاعمدة التلي تحمل قيم رقمية لذلك سنقوم ببناء جدول يجمع بين كل القيم الرقمية ويوضح الخمسة عناصر الاساسيه التي تحدد كمقياس لعرض الإحصاء الوصفية للبيانات الرقمية

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
فعاليه تطوير التكنولوجيا	80	1	5	3.01	1.538
فعاليه الحسّن المستمر	80	1	5	2.84	1.335
فعاليه الإبداع في المنتجات	80	1	5	3.00	1.387
فعاليه الإبداع في الخدمات	80	1	5	2.73	1.414
Valid N (listwise)	80				

ومن الجدول موضح كل شيء يخص الاعمدة التي تحمل قيم رقمية من الحد الأدنى والحد الأقصى والمتوسط والانحراف المعياري

ومن هذا الجدول يمكننا استنتاج ان اكثر متغير يحمل تشتت هو المتغير الذي لديه أعلى قيمة في الانحراف المعياري وهو فعاليه تطور التكنولوجيا.

نتائج:

- **المشاركون:** شملت الدراسة 80 مشاركًا من الشركات الناشئة. كان توزيع العمر والجنس متوازنًا نسبيًا ، مما يشير إلى عينة تمثيلية إلى حد ما.
- **الاستراتيجيات الأكثر شيوعًا:** كانت استراتيجية "الإبداع في الخدمات" هي الأكثر استخدامًا بين المشاركين ، مما يشير إلى تركيز قوي على ابتكار الخدمات في هذه الشركات الناشئة.
- **التوزيع العمري:** الفئة العمرية الأكثر شيوعًا للمشاركين كانت "أقل من 25 عامًا" ، مما يشير إلى أن الشركات الناشئة يقودها في الغالب أفراد أصغر سنًا.
- **فعالية الاستراتيجيات:** أظهر تحليل المتوسطات والانحرافات المعيارية أن المشاركين يرون أن جميع استراتيجيات الابتكار فعالة إلى حد ما. ومع ذلك ، كان هناك تباين في التصورات ، حيث أظهرت "فعالية تطوير التكنولوجيا" أعلى مستوى من التشتت ، مما يشير إلى اختلافات أكبر في الآراء حول هذه الاستراتيجية.

ملخص:

تشير نتائج هذا التحليل إلى أن الشركات الناشئة تركز بشكل كبير على ابتكار الخدمات ، ويقودها في الغالب أفراد أصغر سنًا. في حين أن جميع استراتيجيات الابتكار تعتبر فعالة بشكل عام ، إلا أن هناك اختلافات في الآراء حول فعالية تطوير التكنولوجيا. قد يشير هذا إلى أن فعالية استراتيجيات الابتكار المختلفة يمكن أن تعتمد على عوامل أخرى ، مثل نوع الشركة الناشئة أو صناعتها.

خاتمة:

تقدم هذه الدراسة رؤى قيمة حول استخدام استراتيجيات الابتكار في الشركات الناشئة. ومع ذلك ، من المهم ملاحظة أن هذه النتائج تستند إلى عينة من 80 مشاركًا وقد لا تكون قابلة للتعميم لجميع الشركات الناشئة. علاوة على ذلك ، لم يتناول التحليل تأثير العوامل الديموغرافية على اختيار وفعالية استراتيجيات الابتكار. ستكون هناك حاجة إلى مزيد من البحث لاستكشاف هذه العلاقات وتوفير فهم أكثر شمولاً لاستراتيجيات الابتكار في الشركات الناشئة.

الخطوات التالية المقترحة:

- **تحليل أعمق:** إجراء اختبارات إحصائية استنتاجية) مثل اختبار t ، (ANOVA لاستكشاف ما إذا كانت هناك اختلافات ذات دلالة إحصائية في فعالية استراتيجيات الابتكار عبر المجموعات الديموغرافية المختلفة.
 - **التحليل النوعي:** إجراء مقابلات أو مجموعات تركيز مع الشركات الناشئة لجمع بيانات نوعية حول أسباب اختيار استراتيجيات ابتكار معينة وتحديات تنفيذها.
 - **دراسات الحالة:** إجراء دراسات حالة متعمقة للشركات الناشئة الناجحة لتحديد العوامل التي ساهمت في نجاحها الابتكاري.
- من خلال إجراء تحليلات إضافية وتعميق فهمنا لاستراتيجيات الابتكار ، يمكننا تقديم توصيات أكثر استهدافاً للشركات الناشئة التي تسعى إلى تعزيز قدراتها الابتكارية.