



دور الابتكار الرقمي في تعزيز التنافس ونمو الشركات الناشئة السعودية

إعداد الطالب:

بسمه عبدالله الجهني

الرقم الجامعي :

261000250

إشراف:

أ.د. فايز علي جراد

العام الدراسي الثاني

2026



فهرس المحتويات

.....	مقدمة:
.....	مشكلة الدراسة
.....	أهمية الدراسة:
.....	أهداف الدراسة
.....	تساؤلات الدراسة
.....	فروض الدراسة:
.....	الدراسات السابقة:
.....	الفجوة البحثية:
.....	المنطلقات النظرية للدراسة:
.....	المنهجية وطرق البحث:
.....	مجتمع وعينة الدراسة
.....	أداة الدراسة
.....	أساليب التحليل الإحصائي
.....	خامسًا: حدود الدراسة
.....	المراجع

المقدمة:

يشهد العالم في العقد الأخير تحولاً رقمياً متسارعاً مدفوعاً بالتطورات المتلاحقة في تقنيات الذكاء الاصطناعي، والحوسبة السحابية، وإنترنت الأشياء، وسلاسل الكتل، وتحليل البيانات الضخمة، الأمر الذي أحدث تغييراً جذرياً في نماذج الأعمال وآليات المنافسة داخل مختلف القطاعات الاقتصادية. ولم يعد الابتكار الرقمي يقتصر على كونه وسيلة لتطوير المنتجات والخدمات، بل أصبح أحد أهم المحركات الاستراتيجية التي تعتمد عليها المؤسسات لتعزيز كفاءتها التشغيلية، ورفع إنتاجيتها، وتحقيق النمو المستدام، وزيادة قدرتها على التكيف مع التغيرات المتسارعة في بيئة الأعمال العالمية. وفي هذا السياق، تؤكد الأدبيات الحديثة أن الابتكار الرقمي يمثل أحد العوامل الرئيسة التي تمكن الشركات الناشئة من تحقيق أهداف التنمية المستدامة، ولا سيما الهدف الثامن المتعلق بالنمو الاقتصادي والعمل اللائق، من خلال دعم ريادة الأعمال، وتحسين الإنتاجية، وتعزيز الابتكار، وخلق فرص عمل جديدة.

وتعد الشركات الناشئة من أهم محركات التنمية الاقتصادية في الاقتصاد الحديث؛ إذ تعتمد في جوهرها على الأفكار الإبداعية والتقنيات الحديثة لتقديم منتجات أو خدمات مبتكرة تستجيب لاحتياجات الأسواق المتغيرة. كما تتميز هذه الشركات بمرونتها العالية وقدرتها على التكيف السريع مع التطورات التقنية، الأمر الذي يجعلها أكثر قدرة على استثمار الأدوات الرقمية في تحسين عملياتها التشغيلية، وتطوير نماذج أعمالها، والوصول إلى شرائح جديدة من العملاء عبر منصات التجارة الإلكترونية، وأنظمة الدفع الرقمي، ووسائل التواصل الاجتماعي، وغيرها من التقنيات الرقمية الحديثة. وقد أسهمت هذه الأدوات في تعزيز الكفاءة التشغيلية، وخفض التكاليف، وتسريع اتخاذ القرارات، وزيادة القدرة التنافسية للشركات الناشئة في الأسواق المحلية والعالمية.

وفي ظل الاقتصاد الرقمي، أصبح الابتكار الرقمي ضرورة استراتيجية وليس مجرد خيار تقني، حيث تعتمد قدرة الشركات الناشئة على البقاء والاستمرار والنمو بدرجة كبيرة على مدى قدرتها على توظيف التكنولوجيا الرقمية في تطوير منتجاتها وخدماتها، وإدارة عملياتها بكفاءة، والاستجابة السريعة للتغيرات في احتياجات العملاء والمنافسين. كما تشير العديد من الدراسات إلى أن تبني التقنيات الرقمية يساهم في تحسين الأداء المؤسسي، ورفع مستوى الابتكار، وتعزيز المرونة التنظيمية، وتوفير فرص أكبر للتوسع وجذب الاستثمارات، بما يدعم استدامة الشركات الناشئة وقدرتها على تحقيق النمو طويل الأجل.

وعلى المستوى المحلي، أولت المملكة العربية السعودية اهتماماً كبيراً بالابتكار الرقمي وريادة الأعمال في إطار مستهدفات رؤية المملكة 2030، حيث عملت على بناء منظومة متكاملة لدعم الشركات الناشئة من خلال تطوير البنية التحتية الرقمية، وإطلاق المبادرات الحكومية، وتحفيز الاستثمار الجريء، وتوفير الحاضنات ومسرعات الأعمال، إلى جانب دعم التحول الرقمي في مختلف القطاعات الاقتصادية. وقد أسهمت هذه الجهود في نمو بيئة ريادة الأعمال السعودية، وزيادة أعداد الشركات الناشئة، ورفع مساهمتها في تنويع الاقتصاد الوطني وتعزيز الاقتصاد القائم على المعرفة والابتكار، بما يعكس توجه المملكة نحو بناء اقتصاد تنافسي ومستدام قادر على مواكبة التحولات الرقمية العالمية.

ورغم الاهتمام المتزايد بدراسة الابتكار الرقمي والشركات الناشئة، فإن مراجعة الأدبيات تشير إلى وجود فجوة بحثية تتمثل في محدودية الدراسات التي تناولت بصورة متكاملة أثر الابتكار الرقمي في تعزيز القدرة التنافسية وتحقيق النمو للشركات الناشئة

السعودية، خاصة في ظل التسارع الكبير الذي تشهده بيئة الأعمال الرقمية والتطور المستمر في التقنيات الحديثة. كما ركزت العديد من الدراسات السابقة على التحول الرقمي أو التنافسية أو نمو الشركات بصورة منفصلة، بينما ما تزال الحاجة قائمة إلى دراسة العلاقة التكاملية بين الابتكار الرقمي والتنافسية والنمو في البيئة السعودية، مع الأخذ في الاعتبار خصوصية منظومة قيادة الأعمال الوطنية والدعم المؤسسي الذي وفرته رؤية المملكة 2030.

وانطلاقاً من ذلك، يسعى هذا البحث إلى دراسة دور الابتكار الرقمي في تعزيز التنافس ونمو الشركات الناشئة السعودية، من خلال استعراض الإطار المفاهيمي للابتكار الرقمي والشركات الناشئة، وتحليل العلاقة بين تبني التقنيات الرقمية والقدرة التنافسية، وبيان أثر الابتكار الرقمي في تحقيق النمو والتوسع والاستدامة، إضافة إلى استعراض أبرز التحديات التي تواجه الشركات الناشئة السعودية في تبني الابتكار الرقمي، وصولاً إلى تقديم مجموعة من النتائج والتوصيات التي يمكن أن تسهم في دعم صناع القرار ورواد الأعمال وتعزيز تنافسية الشركات الناشئة في المملكة.

مشكلة الدراسة

على الرغم من التوسع الكبير في تبني التقنيات الرقمية داخل بيئة الأعمال السعودية، فإن أثر هذا التبني على الشركات الناشئة لا يزال غير محسوم بصورة واضحة، إذ إن امتلاك الأدوات الرقمية أو استخدامها لا يعني بالضرورة تحقيق تفوق تنافسي أو نمو مستدام. فكثير من الشركات الناشئة قد تعتمد على حلول رقمية في التسويق أو التشغيل أو إدارة العملاء، لكنها لا تتجح دائماً في تحويل هذه الأدوات إلى قيمة مضافة حقيقية تنعكس على حصتها السوقية، أو سرعة توسعها، أو قدرتها على الاستمرار في بيئة تنافسية شديدة التغير.

وتزداد أهمية هذه الإشكالية في المملكة العربية السعودية، حيث يشهد قطاع الشركات الناشئة نمواً ملحوظاً في ظل مستهدفات رؤية المملكة 2030، وما صاحبها من دعم واضح للتحول الرقمي وريادة الأعمال. ومع ذلك، فإن هذا الدعم لم يُترجم بالدرجة نفسها لدى جميع الشركات الناشئة إلى نتائج تنافسية ونمو فعلي، إذ ما تزال بعض الشركات تواجه صعوبات في توظيف الابتكار الرقمي توظيفاً فعالاً بسبب محدودية الموارد، وضعف الخبرات التقنية، وتفاوت القدرة على تبني التقنيات الحديثة، إضافة إلى غياب التصور الواضح حول الآليات التي تجعل الابتكار الرقمي عاملاً مؤثراً في الأداء والنمو.

كما أن مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة تشير إلى وجود اهتمام متزايد بالابتكار الرقمي من جهة، وبالتنافسية ونمو الشركات الناشئة من جهة أخرى، إلا أن معظم هذه الدراسات تناولت هذه المتغيرات بصورة منفصلة أو في سياقات غير سعودية، بينما لا تزال الدراسات التطبيقية التي تفسر العلاقة بين الابتكار الرقمي وتعزيز التنافس ونمو الشركات الناشئة السعودية محدودة. وهذا يعني أن هناك فجوة معرفية تتمثل في عدم وضوح مدى تأثير الابتكار الرقمي، وطبيعة هذا التأثير، والآليات التي من خلالها يمكن أن يسهم في دعم تنافسية الشركات الناشئة السعودية وتحقيق نموها.

ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في الحاجة إلى فهم الدور الحقيقي الذي يؤديه الابتكار الرقمي في تعزيز التنافس ونمو الشركات الناشئة السعودية، والكشف عن مدى إسهامه الفعلي، والعوامل التي قد تعزز هذا الدور أو تحد منه، بما يساعد على بناء تصور علمي يمكن الاستفادة منه في دعم هذا القطاع الحيوي.

وانطلاقاً من ذلك، تتمثل إشكالية الدراسة في السؤال الرئيس الآتي:

ما دور الابتكار الرقمي في تعزيز التنافس ونمو الشركات الناشئة السعودية؟

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما مستوى تبني الابتكار الرقمي لدى الشركات الناشئة السعودية؟
2. إلى أي مدى يسهم الابتكار الرقمي في تعزيز القدرة التنافسية للشركات الناشئة السعودية؟
3. ما أثر الابتكار الرقمي في نمو الشركات الناشئة السعودية واستدامتها؟
4. ما أبرز التحديات التي تواجه الشركات الناشئة السعودية في توظيف الابتكار الرقمي؟
5. ما الآليات التي يمكن أن تعزز استفادة الشركات الناشئة السعودية من الابتكار الرقمي في تحقيق التنافس والنمو؟

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من الأهمية المتزايدة التي يحظى بها الابتكار الرقمي بوصفه أحد المحركات الرئيسة لتعزيز تنافسية الشركات الناشئة وتحقيق نموها في ظل الاقتصاد الرقمي، ولا سيما في المملكة العربية السعودية التي تشهد تطوراً متسارعاً في منظومة ريادة الأعمال والتحول الرقمي ضمن مستهدفات رؤية المملكة 2030. كما تستمد الدراسة أهميتها من الدور المحوري الذي تؤديه الشركات الناشئة في دعم التنوع الاقتصادي، وتعزيز الابتكار، واستحداث فرص العمل، وزيادة مساهمة المنشآت الريادية في النمو الاقتصادي المستدام.

وتتمثل أهمية الدراسة في جانبين رئيسين، هما:

أولاً: الأهمية العلمية

1. الإسهام في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بالابتكار الرقمي والشركات الناشئة، من خلال توضيح العلاقة بين الابتكار الرقمي وتعزيز القدرة التنافسية وتحقيق النمو في بيئة الأعمال السعودية.
2. المساهمة في سد فجوة بحثية تتمثل في محدودية الدراسات العربية، والسعودية على وجه الخصوص، التي تناولت بصورة متكاملة أثر الابتكار الرقمي في تعزيز التنافس ونمو الشركات الناشئة، في ظل التحولات الرقمية المتسارعة.
3. تقديم إطار نظري متكامل يربط بين مفاهيم الابتكار الرقمي، والقدرة التنافسية، ونمو الشركات الناشئة، بما يساعد الباحثين والدارسين على فهم طبيعة العلاقة بين هذه المتغيرات والاستفادة منها في الدراسات المستقبلية.
4. توفير أساس علمي يمكن البناء عليه في إجراء بحوث مستقبلية تتناول الابتكار الرقمي في الشركات الناشئة، أو دراسة متغيرات أخرى مرتبطة بالأداء المؤسسي والاستدامة والميزة التنافسية.

ثانياً: الأهمية التطبيقية

1. تقديم توصيات عملية للشركات الناشئة السعودية حول أفضل السبل لتوظيف الابتكار الرقمي في تطوير المنتجات والخدمات، وتحسين العمليات التشغيلية، وتعزيز قدرتها على المنافسة وتحقيق النمو.
2. مساعدة صانعي السياسات والجهات الداعمة لريادة الأعمال في المملكة على تطوير السياسات والبرامج والمبادرات التي تسهم في رفع مستوى تبني الابتكار الرقمي داخل الشركات الناشئة، بما يحقق مستهدفات رؤية المملكة 2030.
3. الإسهام في تطوير أدوات ومؤشرات يمكن الاستفادة منها في قياس مستوى تبني الابتكار الرقمي، وتقييم أثره في تعزيز التنافس ونمو الشركات الناشئة، بما يدعم عمليات المتابعة واتخاذ القرار.
4. تزويد المستثمرين، وحاضنات ومسرعات الأعمال، والجهات التمويلية بمؤشرات تساعد في تقييم جاهزية الشركات الناشئة للاستفادة من الابتكار الرقمي، وتحديد مجالات الدعم التي تسهم في زيادة فرص نجاحها واستدامتها.
5. دعم رواد الأعمال في التعرف على الفرص والتحديات المرتبطة بالابتكار الرقمي، وتمكينهم من تبني ممارسات واستراتيجيات أكثر فاعلية لتعزيز النمو، وتحسين الأداء، وزيادة قدرتهم على المنافسة في الأسواق المحلية والإقليمية.

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي للدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة دور الابتكار الرقمي في تعزيز التنافس ونمو الشركات الناشئة السعودية.

الأهداف الفرعية:

1. التعرف على مفهوم الابتكار الرقمي وأهميته للشركات الناشئة.
2. معرفة مدى استخدام الشركات الناشئة السعودية للابتكار الرقمي.
3. بيان أثر الابتكار الرقمي في زيادة قدرة الشركات الناشئة على المنافسة.
4. توضيح أثر الابتكار الرقمي في نمو الشركات الناشئة السعودية.
5. التعرف على أبرز التحديات التي تواجه الشركات الناشئة عند تطبيق الابتكار الرقمي.
6. اقتراح طرق تساعد الشركات الناشئة على الاستفادة من الابتكار الرقمي بشكل أفضل.
7. تقديم توصيات تفيد رواد الأعمال والجهات الداعمة في تطوير بيئة الابتكار الرقمي في المملكة العربية السعودية.

فروض الدراسة:

أولاً: الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار الرقمي في تعزيز التنافس ونمو الشركات الناشئة السعودية.

ثانياً: الفرضيات الفرعية

H1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار الرقمي في تعزيز القدرة التنافسية للشركات الناشئة السعودية.

H2 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار الرقمي في نمو الشركات الناشئة السعودية.

H3: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للابتكار الرقمي في تحسين الأداء التشغيلي للشركات الناشئة السعودية.

الدراسات السابقة:

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى:

عابدية وطلحي(2024) التحول الرقمي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية للشركات الناشئة: دراسة عينة من الشركات الناشئة في مدينة تبسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التحول الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية للشركات الناشئة في مدينة تبسة بالجزائر. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات من عينة عشوائية بسيطة من الموظفين والمؤسسين في عدد من الشركات الناشئة. وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار فرضيات الدراسة. وتوصلت النتائج إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتحول الرقمي في تعزيز الميزة التنافسية للشركات الناشئة عند مستوى دلالة (0.05)، كما أكدت النتائج أن التحول الرقمي يساهم في دعم استمرارية الشركات وزيادة قدرتها على النمو والمنافسة في بيئة الأعمال.

الدراسة الثانية:

براهيمي (2025) مساهمة التقنيات الرقمية في تعزيز الابتكار المستدام للشركات الناشئة

هدفت الدراسة إلى تحديد دور التقنيات الرقمية في تعزيز الابتكار المستدام لدى الشركات الناشئة، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات من عينة من المتخصصين في التقنيات الرقمية وأعضاء هيئة التدريس بالجامعات الجزائرية. كما استخدمت أسلوب الانحدار التدريجي (Stepwise Regression) لتحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام برنامج (SPSS) وأظهرت النتائج وجود أثر إيجابي قوي للتقنيات الرقمية في تعزيز الابتكار المستدام

داخل الشركات الناشئة، وأوصت الدراسة بضرورة الاستثمار في التقنيات الرقمية وتطوير البنية التحتية الرقمية لدعم الابتكار وتحقيق الاستفادة.

الدراسة الثالثة:

فراح، وآخرون (2021). التحول الرقمي ودوره في تطوير المؤسسات الناشئة: نتائج تطبيق الإدارة الإلكترونية

هدفت الدراسة إلى بيان الدور الذي يؤديه التحول الرقمي في تطوير المؤسسات الناشئة من خلال تطبيقات الإدارة الإلكترونية، والتجارة الإلكترونية، والتسويق الإلكتروني. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، مع تطبيقها على إحدى المؤسسات الناشئة الجزائرية. وأظهرت النتائج أن تطبيق الإدارة الإلكترونية أسهم في تحسين الأداء المؤسسي، ورفع كفاءة العمليات، وتعزيز النشاط التسويقي، كما ساعد المؤسسة على توسيع قاعدة عملائها وتحقيق نمو ملحوظ، مما يؤكد أهمية التحول الرقمي في تطوير المؤسسات الناشئة وتعزيز قدرتها التنافسية.

الدراسة الرابعة:

بوحفص (2025) بعنوان: دور الابتكارات الرقمية في تعزيز تنافسية ونمو المؤسسات الناشئة.

هدفت الدراسة إلى إبراز أهمية الابتكار الرقمي بوصفه أحد المتطلبات الأساسية لتعزيز تنافسية المؤسسات الناشئة ودعم نموها، من خلال استعراض المفاهيم المرتبطة بالابتكار الرقمي والمؤسسات الناشئة وتحليل العلاقة بينهما باستخدام المنهج الوصفي. وتوصلت الدراسة إلى أن الابتكارات الرقمية تؤدي دوراً محورياً في رفع كفاءة العمليات التشغيلية، وتحسين جودة القرارات الإدارية، وتوسيع الأسواق، وتعزيز الابتكار المستمر، بما ينعكس إيجاباً على نمو المؤسسات الناشئة وزيادة قدرتها التنافسية. كما أوصت الدراسة بضرورة تبني استراتيجيات رقمية واضحة، والاستثمار في الحلول الرقمية الحديثة لضمان تحقيق النمو المستدام.

الدراسة الخامسة:

مجاهدي، وطيب (2022) : تأثير الاقتصاد الرقمي على تنافسية المؤسسات الناشئة

هدفت الدراسة إلى تحليل أثر الاقتصاد الرقمي في تنافسية المؤسسات الناشئة واستمرارها في السوق، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي. وأظهرت النتائج أن الاقتصاد الرقمي يساهم في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الناشئة، إلا أن استمرار هذه الميزة يرتبط بتوافر بيئة أعمال مناسبة، وتنوع مصادر التمويل، ودعم الابتكار، بما يضمن تحقيق الربحية والاستدامة على المدى الطويل.

الدراسة السادسة:

Sreenivasan & Sures (2023)، التحول الرقمي في الشركات الناشئة: تحليل بيليومتري.

هدفت الدراسة إلى تحليل الاتجاهات البحثية المتعلقة بالتحول الرقمي في الشركات الناشئة خلال الفترة (2016-2022)، وذلك باستخدام منهج المراجعة البيليومترية بالاعتماد على قاعدة بيانات (Dimensions)، مع توظيف برامج التحليل

الببليومتري مثل (Biblioshiny) ولغة البرمجة (R) وأظهرت النتائج نموًا متسارعًا في عدد الدراسات المنشورة حول التحول الرقمي في الشركات الناشئة، حيث ارتفع عدد الدراسات من (60) دراسة عام 2016 إلى أكثر من (44,000) دراسة خلال عام 2022، مما يعكس الأهمية المتزايدة لهذا المجال على المستوى العالمي.

التعقيب على الدراسات السابقة وتحديد الفجوة البحثية

أولاً: المقارنة بين الدراسات السابقة

يتضح من استعراض الدراسات السابقة أن هناك اهتمامًا متزايدًا بدراسة دور الابتكار الرقمي والتحول الرقمي في تطوير الشركات الناشئة وتعزيز قدرتها التنافسية، غير أن هذه الدراسات تباينت في نتائجها ومنهجياتها والبيئات التي أجريت فيها. فعلى مستوى النتائج، اتفقت معظم الدراسات على وجود أثر إيجابي للتقنيات الرقمية في تحسين أداء المؤسسات الناشئة وتعزيز تنافسيتها ونموها؛ إذ توصلت دراسة فراح وآخرون (2021) إلى أن تطبيقات الإدارة الإلكترونية تسهم في رفع كفاءة المؤسسات الناشئة وتحسين أدائها، كما أكدت دراسة عبايدية وطلحي (2024) وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتحويل الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية. وفي السياق نفسه، أثبتت دراسة براهيم (2025) وجود تأثير إيجابي قوي للتقنيات الرقمية في تعزيز الابتكار المستدام، بينما أوضحت دراسة دور الابتكارات الرقمية في تعزيز تنافسية ونمو المؤسسات الناشئة (2025) أن الابتكار الرقمي يسهم في رفع الكفاءة التشغيلية وتوسيع الأسواق وتحسين القرارات الاستراتيجية. وفي المقابل، أشارت دراسة مجاهدي وطيب (2022) إلى أن الاقتصاد الرقمي يعزز تنافسية المؤسسات الناشئة، إلا أن هذا الأثر يظل مرتبطًا بتوافر بيئة أعمال مناسبة ومصادر تمويل كافية، وهو ما يدل على أن أثر الابتكار الرقمي لا يرتبط بالتكنولوجيا وحدها، بل يتأثر أيضًا بالعوامل التنظيمية والاقتصادية المحيطة بالمؤسسة.

أما من حيث المنهجيات، فقد أظهرت الدراسات السابقة تنوعًا واضحًا في الأساليب البحثية المستخدمة؛ إذ اعتمدت غالبية الدراسات العربية على المنهج الوصفي التحليلي، مثل دراسة فراح وآخرون (2021)، ودراسة مجاهدي وطيب (2022)، ودراسة براهيم (2025)، في حين استخدمت دراسة عبايدية وطلحي (2024) المنهج الوصفي التحليلي مدعومًا باستبانة وتحليل إحصائي لاختبار الفرضيات. أما الدراسة الأجنبية لـ Sures وSreenivasan (2023) فقد اعتمدت المنهج الببليومتري لتحليل الاتجاهات البحثية العالمية، وهو منهج يختلف عن الدراسات التطبيقية؛ إذ ركز على تحليل الأدبيات العلمية دون اختبار العلاقات بين المتغيرات ميدانيًا. كما اختلفت الدراسات من حيث أدوات جمع البيانات؛ فبعضها استخدم الاستبانة وتحليل الانحدار الإحصائي، بينما اعتمد بعضها الآخر على التحليل النظري أو دراسة الحالة، الأمر الذي أدى إلى تباين مستوى الأدلة العلمية التي قدمتها كل دراسة.

ويمكن تفسير هذا التباين في النتائج والمنهجيات بعدة عوامل، من أبرزها اختلاف البيئة التطبيقية؛ إذ أجريت معظم الدراسات في الجزائر، بينما تناولت الدراسة الأجنبية السياق العالمي، وهو ما ينعكس على طبيعة البيئة الاقتصادية والتكنولوجية والتنظيمية. كما أن اختلاف العينات المستهدفة أسهم في تباين النتائج؛ فقد ركزت بعض الدراسات على العاملين في الشركات الناشئة، بينما استهدفت أخرى الأكاديميين أو المتخصصين في التقنيات الرقمية. كذلك فإن اختلاف المتغيرات المدروسة، بين التحول الرقمي والاقتصاد الرقمي والإدارة الإلكترونية والابتكار المستدام، أدى إلى اختلاف العلاقات التي تم التوصل إليها. وإلى جانب ذلك، أسهم اختلاف الأدوات الإحصائية وأساليب التحليل في تباين مستوى النتائج، إذ استخدمت بعض

الدراسات نماذج الانحدار الإحصائي، في حين اكتفت أخرى بالتحليل الوصفي أو المراجعة النظرية. وعلى الرغم من هذا التباين، فإن جميع الدراسات أكدت أن التكنولوجيا الرقمية أصبحت أحد أهم المحركات الأساسية لنمو الشركات الناشئة وتعزيز قدرتها التنافسية.

ثانياً: الفجوة البحثية

من خلال تحليل الدراسات السابقة ومقارنتها، أمكن تحديد عدد من الفجوات البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها، ويمكن تلخيصها فيما يأتي:

أولاً، ركزت غالبية الدراسات السابقة على التحول الرقمي أو الاقتصاد الرقمي أو الإدارة الإلكترونية، بينما لم تتناول الابتكار الرقمي بوصفه متغيراً مستقلاً بصورة متكاملة، رغم كونه يمثل أحد أهم العوامل المؤثرة في نجاح الشركات الناشئة في العصر الرقمي.

ثانياً، تناولت بعض الدراسات أثر الابتكار الرقمي في الميزة التنافسية، بينما ركزت دراسات أخرى على الابتكار المستدام أو تطوير الأداء المؤسسي، ولم تجمع بصورة متكاملة بين متغيرات الابتكار الرقمي، والتنافس، ونمو الشركات الناشئة ضمن نموذج بحثي واحد، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيقه.

ثالثاً، أجريت معظم الدراسات السابقة في بيئات عربية غير سعودية، وبصفة خاصة في الجزائر، أو في بيئات دولية تختلف في خصائصها الاقتصادية والتنظيمية عن المملكة العربية السعودية، مما يبرز الحاجة إلى دراسة العلاقة بين الابتكار الرقمي والتنافس ونمو الشركات الناشئة في البيئة السعودية، خاصة في ظل مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030 والتحول الرقمي المتسارع.

رابعاً، اعتمدت بعض الدراسات على عينات محدودة أو دراسات حالة لمؤسسة واحدة، وهو ما يقلل من إمكانية تعميم النتائج، بينما تعتمد الدراسة الحالية على عينة ميدانية من الشركات الناشئة السعودية، بما يعزز إمكانية الوصول إلى نتائج أكثر دقة وقابلية للتعميم.

خامساً، ركزت معظم الدراسات على قياس العلاقة المباشرة بين المتغيرات دون تحليل الأبعاد المختلفة للابتكار الرقمي وتأثيرها في التنافس والنمو، في حين تسعى الدراسة الحالية إلى قياس أثر الابتكار الرقمي بصورة أكثر شمولاً من خلال مجموعة من المؤشرات التي تعكس واقع الممارسات الرقمية داخل الشركات الناشئة.

وبناءً على ما سبق، تتمثل الفجوة البحثية الرئيسية في ندرة الدراسات التطبيقية التي تناولت دور الابتكار الرقمي في تعزيز التنافس ونمو الشركات الناشئة السعودية في نموذج بحثي متكامل يعتمد على التحليل الإحصائي، وهو ما يمنح الدراسة الحالية أهميتها العلمية والتطبيقية، ويسهم في إثراء الأدبيات العربية المتعلقة بريادة الأعمال والابتكار الرقمي، بالإضافة إلى تقديم نتائج يمكن أن يستفيد منها صناع القرار ورواد الأعمال في دعم الشركات الناشئة وتحقيق نموها المستدام.

المنطلقات النظرية للدراسة

أولاً: ماهية الشركات الناشئة

1.1 مفهوم الشركات الناشئة

تعرف المؤسسة الناشئة (Start-up) اصطلاحاً، حسب القانون الإنجليزي، بأنها مشروع صغير بدأ للتو، ويتكون المصطلح من جزأين Start: وتعني الانطلاق، و Up وتعني النمو القوي. وقد بدأ استخدام هذا المصطلح مع ظهور شركات رأس المال المخاطر (Venture Capital) بعد الحرب العالمية الثانية، وحالياً تعرف بأنها مؤسسات مبتكرة في قطاع التكنولوجيا، وذلك وفقاً للمصطلح الفرنسي. (Larousse)

تُعد الشركات الناشئة (Startups) من أهم مكونات الاقتصاد الحديث، لما تؤديه من دور محوري في دعم الابتكار، وتحفيز ريادة الأعمال، وخلق فرص العمل، وتعزيز التنوع الاقتصادي. وقد ازداد الاهتمام بها في المملكة العربية السعودية في ظل التوجه نحو الاقتصاد الرقمي وتحقيق مستهدفات رؤية المملكة 2030، التي جعلت من دعم ريادة الأعمال أحد المرتكزات الأساسية لتحقيق التنمية المستدامة.

ولا يوجد تعريف قانوني موحد للشركات الناشئة على المستوى الدولي، إلا أنها تُعرف بأنها شركات حديثة التأسيس تعتمد على نموذج عمل مبتكر، غالباً ما يركز على استخدام التقنيات الرقمية، وتسعى إلى تحقيق معدلات نمو مرتفعة خلال فترة زمنية قصيرة، مع امتلاكها قابلية كبيرة للتوسع في الأسواق المحلية والدولية.

وفي المملكة العربية السعودية، لم يضع نظام الشركات السعودي الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/132) بتاريخ 1443/12/1هـ تعريفاً صريحاً للشركات الناشئة، إلا أنه وفر بيئة تشريعية مرنة تدعم تأسيسها ونموها، من خلال استحداث أشكال قانونية أكثر ملاءمة لطبيعة هذه الشركات، وفي مقدمتها الشركة المساهمة المبسطة، إضافة إلى تسهيل إجراءات تأسيس الشركات ذات المسؤولية المحدودة، والسماح بتأسيس شركة الشخص الواحد، بما يساهم في تشجيع رواد الأعمال على إنشاء مشروعاتهم وتطويرها.

كما تُعرّف الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة (منشآت) الشركات الناشئة بأنها منشآت حديثة تعتمد على الابتكار والتقنيات الحديثة لتقديم منتجات أو خدمات جديدة أو تطوير نماذج أعمال مبتكرة، وتسعى إلى تحقيق نمو سريع وقابلية للتوسع، مع قدرتها على جذب الاستثمارات وتوليد قيمة اقتصادية مستدامة.

وبناءً على ما سبق، يمكن تعريف الشركات الناشئة في هذه الدراسة بأنها:

منشآت حديثة التأسيس تعتمد على الابتكار الرقمي والتقنيات الحديثة في تطوير منتجاتها أو خدماتها أو نماذج أعمالها، وتسعى إلى تحقيق النمو السريع والتوسع في الأسواق، مع قدرتها على التكيف مع المتغيرات التكنولوجية وتعزيز قدرتها التنافسية في بيئة الأعمال السعودية.

1.2 خصائص الشركات الناشئة

تقوم الشركات الناشئة على فكرة مبتكرة أو نموذج أعمال جديد يهدف إلى تقديم قيمة مضافة للعملاء، سواء من خلال تطوير منتج جديد، أو تحسين خدمة قائمة، أو استخدام تقنيات حديثة بصورة أكثر كفاءة.

ثانياً: قابلية النمو والتوسع

تتميز الشركات الناشئة بقدرتها على تحقيق معدلات نمو مرتفعة خلال فترة زمنية قصيرة، مع إمكانية التوسع في الأسواق المحلية والإقليمية والدولية دون الحاجة إلى زيادة مماثلة في الموارد.

ثالثاً: الاعتماد على التقنية

تعتمد غالبية الشركات الناشئة على التقنيات الرقمية الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي، والحوسبة السحابية، وتحليل البيانات، والتجارة الإلكترونية، باعتبارها أدوات رئيسية لتطوير المنتجات وتحسين العمليات التشغيلية.

رابعاً: ارتفاع مستوى المخاطرة

تواجه الشركات الناشئة معدلات مرتفعة من المخاطر نتيجة حداثة النشاط، وعدم وضوح السوق المستهدفة، وسرعة تغير البيئة التنافسية، إضافة إلى محدودية الموارد المالية في المراحل الأولى من التأسيس.

خامساً: محدودية الموارد

غالباً ما تبدأ الشركات الناشئة برؤوس أموال محدودة، وتعتمد بصورة كبيرة على التمويل الذاتي أو الاستثمار الجريء أو برامج الدعم الحكومية، الأمر الذي يجعلها أكثر حرصاً على الاستخدام الأمثل للموارد.

سادساً: مرونة الهيكل التنظيمي

تمتاز الشركات الناشئة بهياكل تنظيمية بسيطة ومرنة، تسمح بسرعة اتخاذ القرار، والاستجابة للتغيرات، وتطوير المنتجات والخدمات بصورة مستمرة.

سابعاً: الاعتماد على فريق العمل

يُعد الفريق المؤسس أحد أهم أصول الشركة الناشئة، إذ يعتمد نجاح المشروع بدرجة كبيرة على كفاءة المؤسسين وخبراتهم وقدرتهم على الابتكار والعمل الجماعي وإدارة المخاطر.

1.3 أهمية الشركات الناشئة

تحظى الشركات الناشئة بأهمية متزايدة في الاقتصاد السعودي، لما تؤديه من دور محوري في تعزيز الابتكار وتحقيق التنوع الاقتصادي، ويمكن إبراز أهميتها فيما يأتي:

- الإسهام في تنويع الاقتصاد الوطني وتقليل الاعتماد على القطاعات التقليدية .
- دعم الابتكار وتطوير المنتجات والخدمات ذات القيمة المضافة .
- توفير فرص عمل جديدة، خاصة للشباب ورواد الأعمال .
- تعزيز مساهمة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في الناتج المحلي الإجمالي .
- رفع مستوى التنافسية في الأسواق المحلية والإقليمية .
- جذب الاستثمارات المحلية والأجنبية في القطاعات التقنية والرقمية .
- دعم التحول الرقمي وتحقيق مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030 .
- تشجيع البحث والتطوير ونقل المعرفة والتقنيات الحديثة .
- تعزيز ثقافة ريادة الأعمال والاعتماد على الاقتصاد القائم على المعرفة .
- الإسهام في بناء اقتصاد أكثر مرونة واستدامة قادر على مواكبة المتغيرات العالمية.

1.4 الإطار النظامي للشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية

حرصت المملكة العربية السعودية على توفير بيئة تنظيمية وتشريعية محفزة لدعم الشركات الناشئة وريادة الأعمال، من خلال إصدار عدد من الأنظمة والمبادرات، من أبرزها:

- نظام الشركات السعودي الجديد الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/132) لعام 1443هـ، الذي تضمن تسهيل إجراءات تأسيس الشركات، واستحداث الشركة المساهمة المبسطة، والسماح بتأسيس شركة ذات مسؤولية محدودة من شخص واحد .
- الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة (منشآت)، التي تقدم برامج التدريب والاستشارات وحاضنات ومسرعات الأعمال والدعم الفني لرواد الأعمال .
- بنك التنمية الاجتماعية الذي يوفر برامج تمويل متنوعة للمشروعات الريادية والمنشآت الناشئة .
- صندوق الاستثمار الجريء وبرامج التمويل التابعة لـ منشآت وصناديق رأس المال الجريء، التي تسهم في تمويل الشركات ذات الأفكار الابتكارية .
- المبادرات الوطنية الداعمة للتحول الرقمي والابتكار ضمن مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030، والتي تهدف إلى بناء اقتصاد قائم على المعرفة والابتكار .

ثانياً: مفهوم الابتكار الرقمي

2.1 مفهوم الابتكار

يُعد الابتكار أحد الركائز الأساسية للنمو الاقتصادي وتعزيز القدرة التنافسية للمنظمات، إذ يسهم في تطوير المنتجات والخدمات والعمليات التشغيلية بما يحقق قيمة مضافة للمؤسسات والعملاء على حد سواء. ولا يقتصر مفهوم الابتكار على اختراع منتجات جديدة، وإنما يشمل تطوير أساليب العمل، وتحسين العمليات الإدارية، وإيجاد حلول غير تقليدية للمشكلات التي تواجه المؤسسات.

وقد عرّف الابتكار بأنه عملية تحويل الأفكار الإبداعية إلى منتجات أو خدمات أو عمليات أو نماذج أعمال جديدة تحقق منفعة اقتصادية أو اجتماعية، وتسهم في تحسين الأداء المؤسسي وتعزيز القدرة التنافسية. كما يُنظر إليه بوصفه وسيلة تمكن المؤسسات من التكيف مع المتغيرات المتسارعة في بيئة الأعمال والاستجابة لاحتياجات الأسواق المتجددة.

وفي ظل التحول الرقمي الذي تشهده المملكة العربية السعودية، أصبح الابتكار أحد المحاور الرئيسة لتحقيق مستهدفات رؤية المملكة 2030، حيث تعمل الجهات الحكومية على دعم الابتكار في مختلف القطاعات من خلال تطوير التشريعات، وتحفيز الاستثمار في التقنيات الحديثة، وتعزيز بيئة ريادة الأعمال.

2.2 مفهوم الابتكار الرقمي

يُعد الابتكار الرقمي أحد التطورات الحديثة لمفهوم الابتكار، حيث يعتمد على توظيف التقنيات الرقمية الحديثة في تطوير المنتجات والخدمات والعمليات التنظيمية، بما يؤدي إلى تحسين الأداء المؤسسي ورفع الكفاءة التشغيلية وتعزيز القدرة التنافسية.

ويقصد بالابتكار الرقمي استخدام التقنيات الرقمية في تصميم نماذج أعمال جديدة، أو تطوير العمليات التشغيلية، أو ابتكار منتجات وخدمات تعتمد بصورة أساسية على التكنولوجيا الرقمية، بما يسهم في خلق قيمة اقتصادية واجتماعية للمؤسسات والعملاء.

كما يُعرف بأنه عملية دمج التقنيات الرقمية الحديثة داخل مختلف الأنشطة التنظيمية بهدف إعادة تصميم العمليات، وتحسين تجربة العملاء، ورفع كفاءة اتخاذ القرار، وتطوير نماذج أعمال أكثر مرونة واستدامة.

ولا يقتصر الابتكار الرقمي على استخدام الحاسب الآلي أو الأنظمة الإلكترونية، وإنما يشمل الاستفادة من التقنيات المتقدمة مثل الذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات الضخمة، والحوسبة السحابية، وإنترنت الأشياء، وسلاسل الكتل، والأتمتة الذكية، بما يسهم في إحداث تغييرات جوهرية في طريقة عمل المؤسسات.

وفي المملكة العربية السعودية، يمثل الابتكار الرقمي أحد المحاور الرئيسة للتحول الوطني، حيث تسعى الجهات الحكومية إلى تسريع التحول الرقمي في القطاعين العام والخاص، وتعزيز تبني التقنيات الحديثة لدعم الاقتصاد الرقمي وزيادة مساهمة المنشآت الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة في التنمية الاقتصادية.

وانطلاقاً مما سبق، يمكن تعريف الابتكار الرقمي بأنه:

"عملية توظيف التقنيات الرقمية الحديثة لتطوير المنتجات والخدمات والعمليات التنظيمية ونماذج الأعمال، بما يسهم في رفع الكفاءة التشغيلية، وتعزيز القدرة التنافسية، وتحقيق النمو والاستدامة للمؤسسات".

2.3 أهمية الابتكار الرقمي في الشركات الناشئة

أصبح الابتكار الرقمي عنصراً أساسياً في نجاح الشركات الناشئة، إذ تعتمد هذه الشركات بصورة كبيرة على التكنولوجيا في تطوير منتجاتها، وإدارة عملياتها، والوصول إلى العملاء، وتعزيز قدرتها على المنافسة في الأسواق المحلية والعالمية. وتتمثل أهميته فيما يأتي:

أولاً: تعزيز الميزة التنافسية

يساعد الابتكار الرقمي الشركات الناشئة على تقديم منتجات وخدمات أكثر تميزاً مقارنة بالمنافسين، من خلال الاستفادة من التقنيات الحديثة في تطوير الحلول المبتكرة، وتحسين جودة الخدمات، والاستجابة السريعة لاحتياجات العملاء، الأمر الذي يسهم في بناء ميزة تنافسية مستدامة.

ثانياً: تحسين الكفاءة التشغيلية

يسهم الابتكار الرقمي في تبسيط الإجراءات التشغيلية وأتمتة العديد من العمليات الإدارية والإنتاجية، مما يؤدي إلى تقليل الوقت والجهد وخفض التكاليف التشغيلية، مع تحسين جودة الأداء وزيادة الإنتاجية.

ثالثاً: دعم اتخاذ القرارات

يوفر الابتكار الرقمي أدوات متقدمة لتحليل البيانات واستخلاص المؤشرات، الأمر الذي يساعد الإدارة على اتخاذ قرارات أكثر دقة وموضوعية، اعتماداً على البيانات الفعلية بدلاً من التقديرات الشخصية.

رابعاً: تحسين تجربة العملاء

تمكن التقنيات الرقمية الشركات الناشئة من فهم احتياجات العملاء بصورة أفضل، وتقديم خدمات ومنتجات مخصصة تتوافق مع تفضيلاتهم، بما يعزز مستوى رضا العملاء ويزيد من ولائهم للعلامة التجارية.

خامساً: تنوع مصادر الإيرادات

يساعد الابتكار الرقمي الشركات الناشئة على تطوير نماذج أعمال جديدة تعتمد على المنصات الرقمية، والاشتراكات الإلكترونية، والخدمات السحابية، والتطبيقات الذكية، مما يتيح فرصاً إضافية لتحقيق الإيرادات.

سادساً: زيادة المرونة وسرعة الاستجابة

تتميز الشركات الناشئة التي تتبنى الابتكار الرقمي بقدرتها على التكيف السريع مع التغيرات الاقتصادية والتكنولوجية، وإعادة تصميم منتجاتها وخدماتها بما يتناسب مع احتياجات السوق المتغيرة.

سابعاً: دعم النمو والتوسع

يسهم الابتكار الرقمي في تمكين الشركات الناشئة من التوسع في الأسواق المحلية والدولية دون الحاجة إلى استثمارات ضخمة في البنية التحتية، من خلال الاعتماد على المنصات الرقمية والتجارة الإلكترونية والخدمات السحابية.

وبصفة عامة، يمثل الابتكار الرقمي أحد أهم العوامل التي تسهم في تحقيق النمو المستدام للشركات الناشئة، إذ يعزز قدرتها على الابتكار، وتحسين الكفاءة، وزيادة الإنتاجية، ورفع مستوى التنافسية، بما ينسجم مع مستهدفات الاقتصاد الرقمي في المملكة العربية السعودية.

2.4 تقنيات الابتكار الرقمي وعلاقتها بالشركات الناشئة

تعتمد الشركات الناشئة في الوقت الحالي على مجموعة متنوعة من التقنيات الرقمية الحديثة التي أصبحت تمثل المحرك الرئيس لتطوير المنتجات والخدمات وتحسين العمليات التشغيلية، كما تسهم في رفع الكفاءة، وتعزيز الابتكار، وزيادة القدرة على المنافسة. ومن أبرز هذه التقنيات ما يأتي:

أولاً: الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence)

يُعد الذكاء الاصطناعي من أكثر التقنيات الرقمية تأثيراً في بيئة الأعمال الحديثة، حيث يعتمد على تصميم أنظمة وبرامج قادرة على محاكاة الذكاء البشري في التعلم، والتحليل، واتخاذ القرارات، وحل المشكلات بصورة آلية.

وتستفيد الشركات الناشئة من الذكاء الاصطناعي في العديد من المجالات، مثل تحليل البيانات، والتنبؤ بسلوك العملاء، وأتمتة العمليات، وتحسين إدارة المخزون، وتقديم خدمات الدعم الفني باستخدام روبوتات المحادثة، إضافة إلى تخصيص المنتجات والخدمات وفق احتياجات العملاء.

كما يسهم الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءة العمليات التشغيلية، وتقليل التكاليف، وتسريع اتخاذ القرار، وزيادة فرص الابتكار، الأمر الذي يعزز قدرة الشركات الناشئة على النمو وجذب المستثمرين.

ثانياً: الحوسبة السحابية (Cloud Computing)

تمثل الحوسبة السحابية إحدى أهم التقنيات الرقمية التي أتاحت للشركات الناشئة الوصول إلى الموارد التقنية دون الحاجة إلى امتلاك بنية تحتية مكلفة.

وتوفر هذه التقنية خدمات التخزين، وتشغيل التطبيقات، وقواعد البيانات، والخوادم، والنسخ الاحتياطي عبر الإنترنت، بما يتيح للمؤسسات استخدام الموارد التقنية عند الحاجة فقط.

وتساعد الحوسبة السحابية الشركات الناشئة على خفض التكاليف التشغيلية، وتحسين مرونة العمل، وتسهيل التعاون بين فرق العمل، إضافة إلى سرعة تطوير التطبيقات وإطلاق الخدمات الرقمية الجديدة.

ثالثاً: إنترنت الأشياء (Internet of Things)

يقصد بإنترنت الأشياء شبكة من الأجهزة والمعدات الذكية المتصلة بالإنترنت والقدرة على جمع البيانات وتبادلها بصورة تلقائية دون تدخل بشري مباشر.

وتسهم هذه التقنية في تحسين أداء الشركات الناشئة من خلال مراقبة العمليات التشغيلية، وتحليل البيانات في الوقت الحقيقي، وتحسين جودة المنتجات والخدمات، إضافة إلى رفع كفاءة إدارة الموارد واتخاذ القرارات.

كما تتيح إنترنت الأشياء للشركات تطوير حلول ذكية في مجالات النقل، والرعاية الصحية، والطاقة، والصناعة، والخدمات اللوجستية، مما يعزز قدرتها على الابتكار وتحقيق النمو المستدام.

رابعاً: التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce)

أصبحت التجارة الإلكترونية من أهم التقنيات الداعمة لنمو الشركات الناشئة، حيث تمكنها من عرض منتجاتها وخدماتها وتسويقها وبيعها إلكترونياً دون التقيد بالموقع الجغرافي.

كما تسهم في خفض تكاليف التشغيل، والوصول إلى شرائح أكبر من العملاء، وجمع البيانات المتعلقة بسلوك المستهلكين، وتحسين الحملات التسويقية، وتعزيز فرص التوسع في الأسواق المحلية والعالمية.

وبفضل التطور الكبير الذي تشهده المملكة العربية السعودية في مجال التجارة الإلكترونية والمدفوعات الرقمية والخدمات اللوجستية، أصبحت هذه التقنية أحد أهم العوامل الداعمة لنمو الشركات الناشئة وتحقيق استدامتها.

2.5 استغلال الابتكار الرقمي في دعم نمو الشركات الناشئة

أصبح الابتكار الرقمي أحد أهم العوامل المؤثرة في نمو الشركات الناشئة، حيث يسهم في تحسين كفاءة العمليات التشغيلية، وتطوير المنتجات والخدمات، وتعزيز التواصل مع العملاء، ورفع القدرة التنافسية في الأسواق. وقد أدى التطور المتسارع في التقنيات الرقمية إلى توفير فرص غير مسبوقة للشركات الناشئة لتوسيع أعمالها، وتقليل تكاليفها التشغيلية، والوصول إلى شرائح جديدة من العملاء، بما يتوافق مع أهداف التحول الرقمي ورؤية المملكة العربية السعودية 2030.

وفي هذا السياق، يمكن توضيح أهم مجالات توظيف الابتكار الرقمي لدعم نمو الشركات الناشئة على النحو الآتي:

أولاً: استغلال الابتكار الرقمي في تحسين العمليات التشغيلية

تسعى الشركات الناشئة إلى رفع كفاءة عملياتها التشغيلية من خلال توظيف التقنيات الرقمية الحديثة، مثل أنظمة تخطيط موارد المنشأة (ERP)، والحوسبة السحابية، وأتمتة العمليات، وأنظمة إدارة المشروعات، بما يسهم في تبسيط الإجراءات وتقليل الوقت والجهد والتكاليف.

كما تساعد الأتمتة الرقمية في تنفيذ العديد من العمليات الإدارية بصورة تلقائية، مثل إدارة المخزون، وإعداد الفواتير، وإدارة الموارد البشرية، ومتابعة الطلبات، مما يتيح للإدارة التركيز على الأنشطة الاستراتيجية ذات القيمة المضافة.

وتوفر الحوسبة السحابية بيئة عمل مرنة تمكن الشركات الناشئة من الوصول إلى بياناتها وتشغيل تطبيقاتها في أي وقت ومن أي مكان، دون الحاجة إلى استثمارات كبيرة في البنية التحتية التقنية، وهو ما ينعكس إيجاباً على سرعة الإنجاز وتحسين الأداء المؤسسي.

ثانياً: استغلال الابتكار الرقمي في تطوير المنتجات والخدمات

يساعد الابتكار الرقمي الشركات الناشئة على تصميم منتجات وخدمات أكثر توافقاً مع احتياجات العملاء، وذلك من خلال توظيف التقنيات الحديثة في عمليات التصميم والإنتاج والتطوير المستمر.

وتسهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة في فهم سلوك العملاء وتوقع احتياجاتهم المستقبلية، مما يساعد الشركات على تطوير منتجات أكثر جودة وابتكاراً، كما تتيح التقنيات الرقمية إمكانية تقديم خدمات مخصصة تتناسب مع احتياجات كل عميل، الأمر الذي يعزز القيمة المقدمة ويزيد من مستوى رضا العملاء.

كذلك أسهمت التقنيات الرقمية في تسريع دورة تطوير المنتجات وتقليل الوقت اللازم لطرحها في الأسواق، وهو ما يمنح الشركات الناشئة ميزة تنافسية في بيئة الأعمال سريعة التغير.

ثالثاً: استغلال الابتكار الرقمي في تحسين التسويق والتفاعل مع العملاء

أحدث الابتكار الرقمي تحولاً كبيراً في أساليب التسويق الحديثة، حيث أصبحت الشركات الناشئة تعتمد بصورة متزايدة على المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث والتطبيقات الذكية للوصول إلى العملاء.

كما تساعد أدوات التحليل الرقمي في دراسة سلوك المستهلكين وقياس فعالية الحملات التسويقية، مما يمكن الشركات من تصميم استراتيجيات تسويقية أكثر دقة وكفاءة.

ويسهم الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء من خلال روبوتات المحادثة، وأنظمة خدمة العملاء الذكية، والتوصيات الشخصية، الأمر الذي يعزز مستوى رضا العملاء ويزيد من ولائهم للعلامة التجارية.

رابعاً: استغلال الابتكار الرقمي في اتخاذ القرارات

أصبحت البيانات تمثل أحد أهم الأصول الاستراتيجية للشركات الناشئة، حيث تعتمد المؤسسات الحديثة على أنظمة تحليل البيانات في دعم عملية اتخاذ القرار.

وتوفر أدوات تحليل البيانات ولوحات المعلومات الرقمية معلومات دقيقة وفورية حول الأداء المالي والتشغيلي والتسويقي، مما يساعد الإدارة على تحديد الفرص الاستثمارية، واكتشاف المشكلات مبكراً، واتخاذ قرارات أكثر كفاءة وموضوعية.

ومن ثم فإن الابتكار الرقمي يساهم في تحويل القرارات الإدارية من الاعتماد على الحدس والخبرة الشخصية إلى الاعتماد على البيانات والتحليلات الدقيقة، وهو ما يرفع من جودة القرارات ويعزز فرص نجاح الشركات الناشئة.

وبوجه عام، فإن استغلال الابتكار الرقمي في تحسين العمليات التشغيلية، وتطوير المنتجات والخدمات، وتعزيز التسويق الرقمي، ودعم اتخاذ القرار، يمثل أحد أهم العوامل التي تساهم في تحقيق النمو المستدام للشركات الناشئة وزيادة قدرتها على المنافسة في بيئة الأعمال الرقمية.

2.6 الفرص والتحديات المرتبطة بتبني الابتكار الرقمي في الشركات الناشئة

يمثل الابتكار الرقمي فرصة استراتيجية للشركات الناشئة لتحقيق النمو والتوسع، إلا أن تبنيه لا يخلو من مجموعة من التحديات التي قد تؤثر في قدرة هذه الشركات على الاستفادة الكاملة من التقنيات الرقمية. ولذلك فإن نجاح الشركات الناشئة يعتمد على قدرتها على استثمار الفرص المتاحة، والتعامل مع التحديات بمرونة وكفاءة.

أولاً: الفرص التي يوفرها الابتكار الرقمي للشركات الناشئة

1- الوصول إلى أسواق جديدة

يساعد الابتكار الرقمي الشركات الناشئة على الوصول إلى أسواق محلية وإقليمية وعالمية دون الحاجة إلى استثمارات كبيرة في إنشاء الفروع أو البنية التحتية، وذلك من خلال المنصات الرقمية والتجارة الإلكترونية والتطبيقات الذكية.

2- تطوير نماذج أعمال مبتكرة

أتاح التحول الرقمي ظهور نماذج أعمال جديدة تعتمد على المنصات الرقمية، والاشتراكات الإلكترونية، والخدمات السحابية، والاقتصاد التشاركي، مما وفر للشركات الناشئة مصادر جديدة للإيرادات وزاد من قدرتها على المنافسة.

3- تحسين الكفاءة التشغيلية

يساعد استخدام الأنظمة الرقمية على أتمتة العمليات، وتقليل الأخطاء، وخفض التكاليف التشغيلية، وتحسين استغلال الموارد، الأمر الذي يسهم في رفع الإنتاجية وتحقيق النمو.

4- تحسين تجربة العملاء

توفر التقنيات الرقمية أدوات متقدمة لتحليل احتياجات العملاء وتخصيص المنتجات والخدمات بما يتوافق مع تفضيلاتهم، مما يزيد من مستويات الرضا والولاء.

5- جذب الاستثمارات

تتمتع الشركات الناشئة التي تعتمد على الابتكار الرقمي بفرص أكبر في جذب المستثمرين وصناديق رأس المال الجريء، نظرًا لما تمتلكه من إمكانات نمو مرتفعة وقابلية للتوسع.

ثانياً: التحديات التي تواجه الشركات الناشئة في تبني الابتكار الرقمي

1- التحديات التمويلية

تحتاج عملية التحول الرقمي إلى استثمارات مالية لتطوير الأنظمة الرقمية، وشراء البرمجيات، وتوفير البنية التقنية، وهو ما يمثل تحدياً أمام العديد من الشركات الناشئة.

وللتغلب على ذلك، وفرت المملكة العربية السعودية العديد من برامج التمويل والدعم، من أبرزها برامج الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة (منشآت)، وبنك التنمية الاجتماعية، والشركة السعودية للاستثمار الجريء (SVC)، إضافة إلى برامج مسرعات الأعمال وصناديق رأس المال الجريء.

2- نقص الكفاءات الرقمية

تعاني بعض الشركات الناشئة من محدودية الكوادر المؤهلة في مجالات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات والأمن السيبراني وتطوير البرمجيات، مما يؤثر في سرعة التحول الرقمي.

ويمكن معالجة ذلك من خلال الاستثمار في التدريب المستمر، وبناء شراكات مع الجامعات، واستقطاب الكفاءات المتخصصة، والاستفادة من البرامج الوطنية لتأهيل المواهب الرقمية.

3- سرعة التطور التقني

يشهد القطاع التقني تغيرات متسارعة، الأمر الذي يتطلب من الشركات الناشئة تحديث أنظمتها بصورة مستمرة ومواكبة أحدث الابتكارات حتى تحافظ على قدرتها التنافسية.

4- الأمن السيبراني وحماية البيانات

يزداد تعرض الشركات الناشئة للمخاطر السيبرانية مع توسع استخدام التقنيات الرقمية، مما يستلزم تطبيق ضوابط الأمن السيبراني، والالتزام بالتشريعات الوطنية المتعلقة بحماية البيانات، وتعزيز أنظمة أمن المعلومات.

5- التحديات التنظيمية والتشريعية

رغم التطور الكبير الذي شهدته البيئة التشريعية في المملكة، فإن بعض الشركات الناشئة قد تواجه تحديات مرتبطة بالامتثال للأنظمة واللوائح المنظمة للأنشطة الرقمية، وحماية الملكية الفكرية، وتنظيم العقود الرقمية، مما يستوجب الاستعانة بالمستشارين القانونيين منذ المراحل الأولى للمشروع.

وبصفة عامة، فإن الاستفادة من برامج الدعم الحكومية، وتطوير المهارات الرقمية، والاستثمار في التقنيات الحديثة، والالتزام بالأنظمة التنظيمية، تعد من أهم العوامل التي تساعد الشركات الناشئة على تجاوز تحديات التحول الرقمي وتحقيق النمو المستدام.

النظريات المفسرة للدراسة

أولاً: نظرية انتشار الابتكار (Diffusion of Innovation Theory)

تُعد نظرية انتشار الابتكار (Diffusion of Innovation Theory) التي قدمها روجرز (Rogers, 1995) من أبرز النظريات التي فسرت كيفية انتشار الابتكارات داخل الأفراد والمنظمات والمجتمعات، حيث ترى أن تبني الابتكار لا يحدث بصورة فورية، وإنما يمر بمجموعة من المراحل تبدأ بالوعي بالابتكار، ثم الاهتمام به، يليه التقييم، ثم التجربة، وأخيراً التبني أو الرفض.

وتوضح النظرية أن سرعة انتشار الابتكار تتأثر بعدة عوامل، من أهمها الميزة النسبية للابتكار، ومدى سهولة استخدامه، وإمكانية تجربته، وقابليته للملاحظة، ومدى توافقه مع احتياجات المنظمة. كما صنف روجرز متبني الابتكار إلى خمس فئات هي: المبكرون، والمتبنون الأوائل، والأغلبية المبكرة، والأغلبية المتأخرة، والمتأخرون.

وتؤكد النظرية أن المؤسسات التي تتبنى الابتكارات الرقمية في مراحل مبكرة تكون أكثر قدرة على تحقيق الميزة التنافسية، وزيادة كفاءة العمليات، والاستجابة السريعة للتغيرات في بيئة الأعمال.

تستند الدراسة الحالية إلى هذه النظرية في تفسير كيفية تبني الشركات الناشئة السعودية للابتكار الرقمي، ومدى تأثير هذا التبني في تعزيز قدرتها التنافسية وتحقيق النمو. كما تساعد النظرية في تفسير اختلاف مستويات الابتكار بين الشركات، وانعكاس ذلك على قدرتها في تحسين الأداء والتوسع في الأسواق.

ثانياً: نظرية قبول التكنولوجيا (Technology Acceptance Model – TAM)

قدم ديفيس (Davis, 1989) نظرية قبول التكنولوجيا بهدف تفسير العوامل التي تؤثر في قبول الأفراد والمؤسسات للتكنولوجيا الجديدة واستخدامها. وتفترض النظرية أن قرار استخدام التكنولوجيا يعتمد بصورة رئيسة على عاملين أساسيين هما:

- المنفعة المدركة: (Perceived Usefulness) وهي مدى اعتقاد المستخدم أن استخدام التكنولوجيا سيؤدي إلى تحسين الأداء وزيادة الإنتاجية.
- سهولة الاستخدام المدركة: (Perceived Ease of Use) وهي مدى اعتقاد المستخدم أن استخدام التكنولوجيا سيكون سهلاً ولا يتطلب جهداً كبيراً.

وترى النظرية أن ارتفاع مستوى المنفعة وسهولة الاستخدام يؤدي إلى تكوين اتجاهات إيجابية نحو التكنولوجيا، مما يزيد من احتمالية تبنيها والاستفادة منها داخل المنظمة.

وقد أثبتت العديد من الدراسات أن هذه النظرية من أكثر النماذج استخداماً في تفسير تبني التقنيات الرقمية، والتحول الرقمي، والتجارة الإلكترونية، والذكاء الاصطناعي، وأنظمة المعلومات.

تستفيد الدراسة الحالية من نظرية قبول التكنولوجيا في تفسير أسباب تبني الشركات الناشئة السعودية للابتكار الرقمي، حيث يُتوقع أن يؤدي إدراك الشركات لفوائد الابتكار الرقمي وسهولة تطبيقه إلى زيادة استخدامه، الأمر الذي ينعكس إيجابياً على تحسين القدرة التنافسية وتحقيق النمو المستدام.

ثالثاً: نظرية الابتكار التنظيمي (Organizational Innovation Theory)

تعد نظرية الابتكار التنظيمي من النظريات المهمة في الإدارة الحديثة، وقد طورها عدد من الباحثين، ويعد (Damanpour, 2020) من أبرز من تناولها بصورة موسعة. وتنظر هذه النظرية إلى الابتكار باعتباره عملية تنظيمية متكاملة تشمل تطوير المنتجات والخدمات، وتحسين العمليات التشغيلية، وإعادة تصميم الهياكل التنظيمية، وتطوير أساليب العمل داخل المنظمة. وترى النظرية أن الابتكار التنظيمي لا يقتصر على إدخال التكنولوجيا فقط، وإنما يشمل بناء ثقافة تنظيمية تشجع الإبداع، وتدعم التعلم المستمر، وتمكن العاملين من المشاركة في تطوير الأفكار وتحسين الأداء.

كما توضح النظرية أن المؤسسات التي تمتلك بيئة تنظيمية داعمة للابتكار تكون أكثر قدرة على التكيف مع التغيرات البيئية، واستثمار التقنيات الحديثة، وتحقيق النمو المستدام.

تعتمد الدراسة الحالية على هذه النظرية لتفسير العلاقة بين الابتكار الرقمي والتنافس ونمو الشركات الناشئة السعودية، حيث يُنظر إلى الابتكار الرقمي باعتباره أحد أشكال الابتكار التنظيمي الذي يسهم في تطوير العمليات الداخلية، وتحسين جودة الخدمات، وزيادة الكفاءة التشغيلية، وتعزيز قدرة الشركات الناشئة على المنافسة والتوسع في الأسواق المحلية والإقليمية.

تتكامل النظريات الثلاث في تفسير متغيرات الدراسة الحالية؛ إذ تفسر نظرية انتشار الابتكار كيفية تبني الشركات الناشئة للتقنيات الرقمية، بينما تفسر نظرية قبول التكنولوجيا العوامل المؤثرة في قرار استخدام تلك التقنيات، في حين توضح نظرية الابتكار التنظيمي كيف يسهم توظيف الابتكار الرقمي في تحسين الأداء التنظيمي وتعزيز القدرة التنافسية وتحقيق النمو.

وبناءً على ذلك، تشكل هذه النظريات الأساس العلمي الذي تستند إليه الدراسة في تفسير العلاقة بين الابتكار الرقمي بوصفه المتغير المستقل، والتنافس ونمو الشركات الناشئة بوصفهما المتغيرين التابعين، كما تدعم بناء الفرضيات وتفسير النتائج التي سيتم التوصل إليها في الجانب التطبيقي.

منهجية وطرق البحث

أولاً: نوع الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التطبيقية؛ إذ تهدف إلى وصف واقع الابتكار الرقمي في الشركات الناشئة السعودية، وتحليل دوره في تعزيز التنافس وتحقيق النمو، بالإضافة إلى اختبار العلاقات بين متغيرات الدراسة والتحقق من صحة الفرضيات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة والتي تتمثل في:

- التكرارات والنسب المئوية؛ لوصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة .
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية؛ لتحديد مستوى استجابات أفراد العينة على محاور الاستبانة .
- معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) ؛ للتحقق من ثبات أداة الدراسة .
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) ؛ لقياس قوة واتجاه العلاقة بين متغيرات الدراسة .
- تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) ؛ لاختبار أثر الابتكار الرقمي في التنافس ونمو الشركات الناشئة .
- اختبار (T-Test) أو تحليل التباين الأحادي – (One-Way ANOVA) عند الحاجة – للكشف عن الفروق في استجابات أفراد العينة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية .
- اختبار مستوى الدلالة الإحصائية ($Sig \leq 0.05$) ؛ لاتخاذ القرار بشأن قبول أو رفض فرضيات الدراسة.

وتعد الدراسة من الدراسات التطبيقية؛ لأنها تسعى إلى توظيف النتائج في تقديم توصيات عملية تسهم في دعم الشركات الناشئة وصانعي القرار، وتعزيز تبني الابتكار الرقمي بما يتوافق مع مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030.

ثانياً: منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي، لكونه الأنسب لطبيعة الدراسة وأهدافها، حيث يتيح جمع البيانات من عدد كبير من أفراد مجتمع الدراسة وتحليلها إحصائياً لاختبار فرضيات الدراسة وقياس طبيعة العلاقة والتأثير بين متغيراتها.

كما استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري؛ لوصف وتحليل الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بالابتكار الرقمي، والتنافس، ونمو الشركات الناشئة، وبناء الإطار النظري للدراسة.

ثالثاً: خطة البحث وخطوات التنفيذ

تم تنفيذ الدراسة وفق مجموعة من الخطوات العلمية المنظمة، وذلك على النحو الآتي:

1. تحديد مشكلة الدراسة وصياغة الإشكالية الرئيسة والتساؤلات والفرضيات في ضوء الأدبيات العلمية والدراسات السابقة.
2. مراجعة الأدبيات العلمية العربية والأجنبية المتعلقة بالابتكار الرقمي، والتنافس، ونمو الشركات الناشئة؛ بهدف بناء الإطار النظري وتحديد المتغيرات الرئيسة للدراسة.
3. تصميم أداة الدراسة (الاستبانة) بالاعتماد على الأدبيات والدراسات السابقة، وصياغة البنود بما يتناسب مع متغيرات الدراسة وأهدافها.
4. عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين؛ للتحقق من الصدق الظاهري وصدق المحتوى، وإجراء التعديلات اللازمة قبل التطبيق النهائي.
5. توزيع الاستبانة على عينة الدراسة من العاملين والإداريين والمؤسسين في الشركات الناشئة السعودية، وجمع البيانات خلال فترة الدراسة.
6. ترميز البيانات وإدخالها إلى البرنامج الإحصائي **SPSS**، وإجراء اختبارات الصدق والثبات باستخدام معامل كرونباخ ألفا، ثم تطبيق الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل البيانات.
7. اختبار فرضيات الدراسة باستخدام الإحصاءات الوصفية والاستدلالية، مثل المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومعامل ارتباط بيرسون، وتحليل الانحدار الخطي؛ لقياس أثر الابتكار الرقمي في تعزيز التنافس ونمو الشركات الناشئة.
8. تفسير النتائج ومناقشتها في ضوء الدراسات السابقة والأدبيات العلمية، وبيان أوجه الاتفاق والاختلاف، وصولاً إلى استخلاص النتائج النهائية.
9. تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات التي يمكن أن تسهم في تعزيز الابتكار الرقمي داخل الشركات الناشئة السعودية، واقتراح موضوعات لدراسات مستقبلية ذات صلة.

رابعاً: النموذج المنهجي للدراسة

تعتمد الدراسة على منهج كمي متكامل وفق المراحل الآتية:

- المرحلة الأولى :مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بالابتكار الرقمي، والتنافس، ونمو الشركات الناشئة، وصياغة الإطار النظري والفرضيات.
- المرحلة الثانية :إعداد الاستبانة وتحكيمها، ثم توزيعها على عينة الدراسة وجمع البيانات الميدانية.
- المرحلة الثالثة :تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS واختبار فرضيات الدراسة، ثم تفسير النتائج والخروج بالتوصيات التي تسهم في دعم الشركات الناشئة السعودية وتعزيز قدرتها التنافسية ونموها من خلال الابتكار الرقمي.

أدوات الدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية على الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات، نظرًا لملاءمتها لطبيعة الدراسة الكمية، وقدرتها على جمع البيانات من عدد كبير من أفراد العينة في وقت مناسب، بما يسمح باختبار فرضيات الدراسة وتحليل العلاقات بين متغيراتها باستخدام الأساليب الإحصائية.

أولاً: الاستبانة :

تم تصميم الاستبانة بالاعتماد على الأدبيات العلمية والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الابتكار الرقمي والتنافس ونمو الشركات الناشئة، مع إجراء التعديلات اللازمة لتتناسب مع أهداف الدراسة وبيئة الشركات الناشئة السعودية.

وتكونت الاستبانة من جزأين رئيسين كما يلي:

الجزء الأول: البيانات الديموغرافية

يهدف هذا الجزء إلى التعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية للمبحوثين، ويتضمن المتغيرات الآتية:

- الجنس.
- العمر.
- المؤهل العلمي.
- المسمى الوظيفي.
- سنوات الخبرة.
- قطاع نشاط الشركة الناشئة.
- عمر الشركة.
- عدد العاملين بالشركة.

الجزء الثاني: محاور الاستبانة

اعتمدت الدراسة على مقياس ليكرت الخماسي لقياس درجة موافقة أفراد العينة على عبارات الدراسة، ويتكون هذا الجزء من أربع محاور رئيسة، هي:

المحور	عدد البنود
الابتكار الرقمي	10 بنود
القدرة التنافسية	8 بنود
نمو الشركات الناشئة	6 بنود
الأداء التشغيلي	6 بنود
الإجمالي	30 بنداً

وقد صيغت عبارات الاستبانة بصورة واضحة ومباشرة، بما يضمن سهولة فهمها من قبل أفراد العينة، مع مراعاة ارتباط كل عبارة بالمتغير الذي تقيسه.

ثانياً: بناء أداة الدراسة

تم بناء الاستبانة وفق الخطوات الآتية:

1. مراجعة الأدبيات العلمية والدراسات السابقة المتعلقة بالابتكار الرقمي، والتنافس، ونمو الشركات الناشئة.
2. تحديد أبعاد الدراسة ومتغيراتها الرئيسية والفرعية.
3. إعداد الصيغة الأولية للاستبانة بما يتوافق مع أهداف الدراسة وفرضياتها.
4. عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإدارة، وريادة الأعمال، والتحول الرقمي، والإحصاء؛ للتأكد من سلامة الصياغة ومدى ملائمة العبارات لقياس المتغيرات.
5. إجراء التعديلات المقترحة من المحكمين وإعداد الصورة النهائية للاستبانة.
6. تطبيق الاستبانة على عينة الدراسة، ثم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

ثالثاً: اختبار صدق وثبات أداة الدراسة

a. الصدق (Validity)

للتأكد من صدق أداة الدراسة، سيتم استخدام صدق المحكمين، وذلك من خلال عرض الاستبانة على عدد من أعضاء هيئة التدريس والمتخصصين في مجالات الإدارة وريادة الأعمال والتحول الرقمي، لإبداء آرائهم حول:

- مدى مناسبة العبارات لأهداف الدراسة.
- سلامة الصياغة اللغوية.
- وضوح العبارات.
- انتماء كل عبارة للمحور الذي تقيسه.
- اقتراح التعديلات اللازمة.

وقد أخذت ملاحظات المحكمين بعين الاعتبار عند إعداد النسخة النهائية من الاستبانة.

b. الثبات (Reliability)

سيتم قياس ثبات الاستبانة باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) ؛ للتأكد من درجة الاتساق الداخلي بين عبارات كل محور من محاور الدراسة، وكذلك الاستبانة ككل.

حدود الدراسة

تقتصر الدراسة الحالية على الحدود الآتية:

أولاً: الحدود البشرية

يتكون مجتمع الدراسة من العاملين والإداريين والمؤسسين في الشركات الناشئة السعودية التي تعتمد على التقنيات الرقمية في ممارسة أنشطتها.

أما عينة الدراسة فتتكون من عينة عشوائية بسيطة من العاملين والمديرين والمؤسسين في عدد من الشركات الناشئة السعودية، وسيتم تحديد حجم العينة وفق الأساليب الإحصائية المناسبة بما يضمن تمثيل مجتمع الدراسة بصورة دقيقة.

ثانياً: الحدود المكانية

تقتصر الدراسة على الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية، مع التركيز على الشركات العاملة في القطاعات التي تعتمد بصورة كبيرة على الابتكار الرقمي والتقنيات الحديثة.

ثالثاً: الحدود الزمنية

تمثل الفترة الزمنية للدراسة عام 2026، حيث سيتم جمع البيانات الميدانية خلال الفصل الثاني من عام 2026، بينما تغطي الدراسة في تحليلها الأدبي والدراسات السابقة الفترة التي شهدت تطوراً ملحوظاً في الابتكار الرقمي والشركات الناشئة خلال السنوات (2021-2026).

المراجع:

- بخيتي، علي، وبوعوينة، سليمة. (2020). المؤسسات الناشئة الصغيرة والمتوسطة في الجزائر: الواقع والتحديات. المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 12(4)، 536.
- براهيمي، فائزة. (2025). مساهمة التقنيات الرقمية في تعزيز الابتكار المستدام للشركات الناشئة. مجلة التكامل الاقتصادي، 13(3)، 641-625.
- برقيقة، خديجة. (2021). دور أدوات التحليل الاستراتيجي للبيئة في تعزيز الميزة التنافسية: دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية بالجنوب (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
- بشير، عبد الحميد. (2023). أثر التحول الرقمي على ممارسات إدارة الموارد البشرية في منظمات الأعمال: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، تبسة، الجزائر.
- بلمباركي، مروة. (2025). أثر التكنولوجيا الحديثة على المؤسسات الناشئة باستعمال تقنيات الذكاء الاصطناعي (الشبكة العصبية) (أطروحة دكتوراه غير منشورة). كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
- بن أو دينة، بوحفص، وأولاد هدار، فاتح بلقاسم. (2025). دور الابتكارات الرقمية في تعزيز تنافسية ونمو المؤسسات الناشئة. ورقة مقدمة إلى الملتقى الوطني: ريادة الأعمال والابتكار الرقمي: فرص وتحديات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، الجزائر.
- بن طالب، سناء، ورجم، خالد. (2023). دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة: منطقة وادي السيليكون نموذجًا. المجلة الجزائرية للدراسات الاقتصادية والإدارية، 33(1)، 34-33.
- بن لخضر، السعيد، شنبية، صورية، مخناش، ياسمين، وبريك، أحمد. (2020). مفهوم المؤسسات الناشئة في الجزائر بين التبنّي والواقع. مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، 30.
- بو الشعور، شريفة. (2018). دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة: دراسة حالة الجزائر. مجلة البشائر الاقتصادية، 4(2)، 419.
- حسين، يوسف، وصديقي، إسماعيل. (2020). دراسة ميدانية لواقع إنشاء المؤسسات الناشئة في الجزائر. حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، 8(1).

- السعيد، فنتي. (2023). دور التسويق الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، تبسة، الجزائر.
- صدوقي، غريسي، رضا، الهاشمي، الطيب، والعباسي، علي. (2021). واقع وأهمية التحول الرقمي والأتمتة. مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، 3(2)، 101.
- عبايدية، بسمة، وطلحي، فاطمة الزهراء. (2024). التحول الرقمي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية للشركات الناشئة: دراسة عينة من الشركات الناشئة في مدينة تبسة. مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال، 8(1)، 184-201.
- فراح، رشيد، وفيهاخير، مريم، وجعيجع، عمار. (2021). التحول الرقمي ودوره في تطوير المؤسسات الناشئة: نتائج تطبيق الإدارة الإلكترونية. مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، 5(2)، 58-72.
- ماضي، سارة. (2024). دور التفكير الإبداعي في تبني الاستراتيجية الخضراء في المؤسسات الناشئة: دراسة حالة الجزائر (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر.
- محمد، سناء. (2022). انعكاسات التحول الرقمي على تعزيز النمو الاقتصادي في مصر. مجلة كلية السياسة والاقتصاد، 14(1)، 55.
- نعموني، مريم. (2020). تأثير الثقافة التنظيمية على نجاح التحول الرقمي في المؤسسة. مجلة معهد العلوم الاقتصادية، 23(2)، 563.

المراجع الأجنبية:

- Danil, L., Jahroh, S., Syarief, R., & Taryana, A. (2025). Technological innovation in start-ups on a pathway to achieving Sustainable Development Goal (SDG) 8: A systematic review. Sustainability, 17(3), 1220. <https://doi.org/10.3390/su17031220>
- Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2013). Embracing Digital Transformation: A New Strategic Imperative. MIT Center for Digital Business.
- Westerman, G. (2011). Digital Transformation: A Roadmap for Billion-Dollar Organizations. MIT Center for Digital Business.
- Porter, M. (1993). Advantage concurrentiel des nations. Inter Éditions.
- Suresh, M., & Appolloni, A. (2023). Digital Transformation in Start-ups: A Bibliometric Analysis. Emerald Publishing.
- Vial, G. (2019). Understanding Digital Transformation: A Review and a Research Agenda. The Journal of Strategic Information Systems.

أداة الدراسة (الاستبيان)

بسم الله الرحمن الرحيم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان "دور الابتكار الرقمي في تعزيز التنافس ونمو الشركات الناشئة السعودية"، والتي تهدف إلى التعرف على مدى إسهام الابتكار الرقمي في تعزيز القدرة التنافسية ودعم نمو الشركات الناشئة في المملكة العربية السعودية، إضافة إلى الوقوف على أبرز التحديات التي تواجه هذه الشركات في تبني الابتكار الرقمي، واقتراح السبل التي تسهم في تعظيم الاستفادة من التقنيات الرقمية بما يدعم استدامة نموها وتنافسيتها.

ونظرًا لما تتمتعون به من خبرة ومعرفة في مجال عملكم، فإن مشاركتكم في هذا الاستبيان تمثل عنصرًا أساسيًا في نجاح هذه الدراسة. لذا نأمل منكم قراءة العبارات بعناية، ثم اختيار درجة الموافقة المناسبة لكل عبارة وفق مقياس ليكرت الخماسي المكون من : (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة).

يرجى الإجابة عن جميع فقرات الاستبيان بكل موضوعية ودقة، حيث لا توجد إجابات صحيحة أو خاطئة، وإنما تعكس الإجابات آرائكم وخبراتكم العملية. كما نؤكد أن جميع البيانات التي سيتم الحصول عليها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، وستعامل بسرية تامة، ولن يتم استخدامها لأي غرض آخر.

وتفضلوا بقبول خالص الشكر والتقدير على تعاونكم الكريم، ووقتكم الثمين.

الباحث

أولاً: البيانات الديموغرافية

يرجى التكرم بالإجابة عن البيانات التالية، علماً بأن جميع المعلومات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

1. الجنس:

☐ ذكر

☐ أنثى

2. العمر:

☐ أقل من 25 سنة

☐ 25-34 سنة

☐ 35-44 سنة

☐ 45 سنة فأكثر

3. المؤهل العلمي:

☐ دبلوم

☐ بكالوريوس

☐ ماجستير

☐ دكتوراه

☐ أخرى

4. المسمى الوظيفي:

☐ مالك الشركة

☐ مدير تنفيذي

☐ مدير إدارة

☐ موظف

☐ أخرى

5. سنوات الخبرة:

☐ أقل من 3 سنوات

☐ 3-5 سنوات

☐ 6-10 سنوات

☐ أكثر من 10 سنوات

6. نشاط الشركة:

☐ تقنية المعلومات

☐ التجارة الإلكترونية

☐ الخدمات

☐ الصناعة

☐ التعليم

☐ الصحة

☐ أخرى

7. عمر الشركة:

☐ أقل من سنة

☐ 1-3 سنوات

☐ 4-6 سنوات

☐ أكثر من 6 سنوات

8. عدد العاملين:

☐ أقل من 10

☐ 10-49

☐ 50-99

☐ 100 فأكثر

ثانياً: مقياس الدراسة

يرجى تحديد درجة موافقتك على العبارات التالية وفق مقياس ليكرت الخماسي:

درجة الموافقة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
القيمة	5	4	3	2	1

المحور الأول: الابتكار الرقمي (المتغير المستقل) (10 عبارات)

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	تعتمد الشركة على التقنيات الرقمية في تنفيذ عملياتها الأساسية.	☐	☐	☐	☐	☐
2	تستخدم الشركة أنظمة رقمية حديثة لإدارة الأعمال.	☐	☐	☐	☐	☐
3	توظف الشركة الذكاء الاصطناعي أو أدوات التحليل الرقمي في اتخاذ القرارات.	☐	☐	☐	☐	☐
4	تعمل الشركة على تطوير خدماتها ومنتجاتها باستخدام التقنيات الرقمية.	☐	☐	☐	☐	☐
5	تشجع الإدارة العاملين على تقديم أفكار رقمية مبتكرة.	☐	☐	☐	☐	☐
6	تخصص الشركة موارد مالية لتطوير الابتكار الرقمي.	☐	☐	☐	☐	☐
7	تحرص الشركة على مواكبة التطورات التقنية الحديثة.	☐	☐	☐	☐	☐
8	تعتمد الشركة على المنصات الرقمية في التواصل مع العملاء.	☐	☐	☐	☐	☐
9	يسهم الابتكار الرقمي في تحسين سرعة إنجاز الأعمال داخل الشركة.	☐	☐	☐	☐	☐

10	تمتلك الشركة استراتيجية واضحة للتحويل والابتكار الرقمي.	☐	☐	☐	☐	☐
----	---	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

المحور الثاني: القدرة التنافسية (8 عبارات)

م	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
11	تتمتع الشركة بميزة تنافسية مقارنة بالمنافسين.	☐	☐	☐	☐	☐
12	يساعد الابتكار الرقمي في تحسين جودة الخدمات أو المنتجات.	☐	☐	☐	☐	☐
13	تستجيب الشركة بسرعة للتغيرات في السوق.	☐	☐	☐	☐	☐
14	تنجح الشركة في جذب عملاء جدد بفضل استخدام التقنيات الرقمية.	☐	☐	☐	☐	☐
15	يسهم الابتكار الرقمي في زيادة رضا العملاء.	☐	☐	☐	☐	☐
16	تعزز الحلول الرقمية من قدرة الشركة على المنافسة في السوق.	☐	☐	☐	☐	☐
17	تتميز الشركة بسرعة تقديم خدماتها مقارنة بالمنافسين.	☐	☐	☐	☐	☐
18	يساعد الابتكار الرقمي في تحسين الصورة الذهنية للشركة.	☐	☐	☐	☐	☐

المحور الثالث: نمو الشركات الناشئة (6 عبارات)

م	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
19	أسهم الابتكار الرقمي في زيادة حجم أعمال الشركة.	☐	☐	☐	☐	☐
20	ساعد الابتكار الرقمي الشركة على التوسع في الأسواق.	☐	☐	☐	☐	☐
21	ساهم الابتكار الرقمي في زيادة عدد العملاء.	☐	☐	☐	☐	☐

22	ساهم الابتكار الرقمي في زيادة الإيرادات وتحسين الأداء المالي.	☐	☐	☐	☐	☐
23	ساعد الابتكار الرقمي الشركة على تحقيق نمو مستدام.	☐	☐	☐	☐	☐
24	أسهم الابتكار الرقمي في تعزيز فرص توسع الشركة مستقبلاً.	☐	☐	☐	☐	☐

المحور الرابع: الأداء التشغيلي (6 عبارات)

م	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
25	ساهم الابتكار الرقمي في رفع كفاءة العمليات التشغيلية.	☐	☐	☐	☐	☐
26	أسهمت التقنيات الرقمية في تقليل الوقت اللازم لإنجاز الأعمال.	☐	☐	☐	☐	☐
27	ساعد الابتكار الرقمي في تقليل الأخطاء التشغيلية.	☐	☐	☐	☐	☐
28	ساهمت الأنظمة الرقمية في تحسين سرعة اتخاذ القرار.	☐	☐	☐	☐	☐
29	أدى الابتكار الرقمي إلى تحسين إنتاجية العاملين.	☐	☐	☐	☐	☐
30	ساهم الابتكار الرقمي في رفع كفاءة استخدام الموارد داخل الشركة.	☐	☐	☐	☐	☐

التوصيات والمقترحات

يرجى التكرم بالإجابة عن السؤالين التاليين، لما لذلك من أهمية في إثراء نتائج الدراسة:

c. من وجهة نظرك، ما أبرز المقترحات التي يمكن أن تسهم في تعزيز تبني الابتكار الرقمي داخل الشركات الناشئة السعودية بما يدعم قدرتها على المنافسة وتحقيق النمو؟

.....

.....

d. ما أهم التحديات أو المعوقات التي تواجه الشركات الناشئة السعودية عند تطبيق الابتكار الرقمي، وما المقترحات المناسبة للتغلب عليها؟

.....

الخاتمة

يتقدم الباحث بخالص الشكر والامتنان لكم على مشاركتكم في هذا الاستبيان، وتخصيص جزء من وقتكم للإجابة عن فقراته. وتمثل آراؤكم وملاحظاتكم مصدرًا مهمًا لدعم نتائج هذه الدراسة وتحقيق أهدافها، والإسهام في فهم دور الابتكار الرقمي في تعزيز القدرة التنافسية ونمو الشركات الناشئة السعودية، بما يساعد على تقديم توصيات عملية تدعم رواد الأعمال والجهات المعنية بتطوير بيئة ريادة الأعمال في المملكة.

مع خالص الشكر والتقدير،،

الباحث