

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

إدارة الابتكار في الشركات

عادل عبدالله الحضرمي

.....

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د.

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

23 Jan 2025- الفصل الدراسي

جدول المحتويات

3.....	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
4.....	1.1. المقدمة:
4.....	1.2. مشكلة الدراسة
5.....	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
5.....	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
7.....	1.3. أهمية الدراسة
7.....	1.3.1. على المستوى النظري:
7.....	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
8.....	1.4. أسئلة الدراسة
8.....	1.5. أهداف الدراسة
8.....	1.6. فرضيات الدراسة
8.....	1.7. نموذج الدراسة
9.....	1.8. منهجية الدراسة
9.....	1.9. الدراسة الميدانية
9.....	1.10. مخطط المشروع المقترح
10.....	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
11.....	2.1. المقدمة:
11.....	2.2. المتغير المستقل
11.....	2.3. المتغير التابع
11.....	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
12.....	2.5. الخاتمة
13.....	قائمة المراجع

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

يشهد عالم الأعمال اليوم تغيرات متسارعة أبرزها التطور التكنولوجي وتغير سلوك المستهلك واشتداد المنافسة، مما يجعل الابتكار ضرورة استراتيجية لضمان استمرارية الشركات وتعزيز تفوقها. ورغم إدراك كثير من المؤسسات لأهمية الابتكار، إلا أن التحدي يكمن في كيفية إدارته وتحويله إلى نتائج عملية وفعالة. من هنا تبرز "إدارة الابتكار" كعنصر محوري يجمع بين الرؤية الإبداعية والتنظيم الفعّال، ويُعدّ أداة حيوية لتحسين الأداء المؤسسي. يهدف هذا البحث إلى دراسة إدارة الابتكار في الشركات من منظور إداري تطبيقي، وتحليل أثرها والعوامل المؤثرة فيها، من خلال الدمج بين الجانب النظري والتطبيقي. وتزداد أهمية هذه الدراسة في ظل توجه المملكة العربية السعودية نحو تعزيز الابتكار ضمن رؤية 2030، التي تسعى لبناء اقتصاد معرفي وتحفيز بيئة الأعمال على تبني ثقافة التجديد المستمر، مما يجعل من هذا البحث مساهمة في دعم هذا التحول وتقديم رؤى عملية يمكن الاستفادة منها في تطوير الممارسات المؤسسية.

1.2. مشكلة الدراسة

رغم أن الابتكار أصبح عنصرًا أساسيًا في نجاح الشركات وتطورها، إلا أن العديد من المؤسسات لا تزال تواجه صعوبات في كيفية إدارة هذا الابتكار بشكل فعّال داخل بيئتها التنظيمية. ومنهجية. لذلك، تتمثل مشكلة الدراسة في وجود قصور في الفهم التطبيقي لإدارة الابتكار داخل الشركات، وغياب أدوات واضحة لقياس أثره على الأداء المؤسسي، وهو ما تحاول هذه الدراسة معالجته من خلال الجمع بين التحليل النظري والتطبيق العملي لتقديم رؤية أكثر وضوحًا وشمولاً.

1.2.1.1. فجوات على المستوى النظري

1.2.1.1.1. تعدد المفاهيم وتعريفات إدارة الابتكار: رغم وفرة الأدبيات، إلا أن هناك تبايناً

ملحوظاً في تحديد مفهوم "إدارة الابتكار"، مما يؤثر على توحيد الفهم النظري بين الباحثين والممارسين.

1.2.1.1.2. التركيز على بيانات أعمال غربية: معظم النماذج والدراسات التطبيقية الواردة في

الأدبيات مبنية على شركات في سياقات اقتصادية وثقافية مختلفة عن بيئتنا، ما يقلل من قابليتها للتطبيق محلياً.

1.2.1.1.3. قلة الدمج بين النظريات الإدارية والابتكارية: كثير من الدراسات تفصل بين

الابتكار والإدارة، دون تقديم رؤية تكاملية توضح كيف تُمارس الإدارة الداعمة للابتكار داخل المؤسسات.

1.2.1.1.4. ندرة الدراسات التي تربط إدارة الابتكار بالأداء التنظيمي في سياقات محددة،

كالقطاع الخاص المحلي أو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

1.2.2.1.1. ضعف تبني الابتكار كجزء من الاستراتيجية المؤسسية: في العديد من الشركات،

يتم التعامل مع الابتكار كمبادرة جانبية، لا كعنصر أساسي في التوجه الاستراتيجي للمؤسسة.

1.2.2.1.2. غياب ثقافة تنظيمية محفزة للابتكار: وجود مقاومة داخلية للتغيير، وضعف

الحوافز، كلها تحد من فرص تحفيز الموظفين على الإبداع والمبادرة.

1.2.2.1.3. نقص في المهارات القيادية المرتبطة بإدارة الابتكار: لا يمتلك الكثير من القادة

الأدوات والمهارات التي تمكنهم من توجيه فرقهم نحو الابتكار وتجاوز المخاطر المرتبطة به.

1.2.2.1.4. محدودية الموارد المخصصة للابتكار: سواء من حيث التمويل، أو الوقت، أو حتى

البنية التحتية التكنولوجية، تعاني العديد من المؤسسات من عدم القدرة على الاستثمار في الابتكار بالشكل الكافي.

1.2.2.5. غياب آليات لقياس وتقييم نتائج الابتكار: في كثير من الحالات، لا توجد مؤشرات أداء واضحة تُمكن الإدارة من تقييم مدى نجاح جهود الابتكار وتأثيرها الفعلي على المؤسسة.

وبناءً على ما سبق، تبرز الحاجة إلى فهم أعمق لتجربة الشركات في إدارة الابتكار، وتحليل العوامل التي تؤثر في نجاحه أو تعرقل تطبيقه. ومن هنا، يمكن صياغة السؤال الرئيسي للدراسة على النحو التالي:

“ما مدى فاعلية إدارة الابتكار في الشركات؟ وما العوامل التي تؤثر في نجاحها أو تعيق تطبيقها في بيئة العمل المحلية؟”

1.3. أهمية الدراسة

تزداد أهمية الابتكار في عالم يشهد تغيرات سريعة في التكنولوجيا والسوق، حيث أصبحت القدرة على التجديد وتقديم حلول غير تقليدية شرطاً أساسياً لبقاء المؤسسات وتقدمها. وفي ظل هذه التحولات، لم تعد المؤسسات بحاجة فقط إلى الأفكار الجديدة، بل أصبحت مطالبة بتبني نهج فعالة لإدارة الابتكار بما يضمن استمراريته وتحقيق أثره. هذه الأهمية تبرز بشكل خاص في السياق المحلي، حيث تسعى المملكة العربية السعودية من خلال رؤيتها 2030 إلى بناء اقتصاد متنوع يقوم على المعرفة والإبداع، وتشجع فيه المؤسسات على تطوير قدراتها الذاتية وتحقيق تنافسية مستدامة. وانطلاقاً من هذا السياق، يسعى هذا البحث إلى معالجة قضية مهمة، وهي: كيف تُدار الابتكارات داخل المؤسسات، وما الذي يُمكن تحسينه على المستويين النظري والتطبيقي لتتماشى هذه الإدارة مع تطلعات التنمية والتحول الوطني.

1.3.1. على المستوى النظري:

- 1.3.1.1. يُساهم البحث في توسيع الإطار المعرفي لمفهوم إدارة الابتكار، من خلال تحليل المفاهيم والنماذج النظرية المتعلقة به، ومقارنة الاتجاهات الفكرية المختلفة التي تناولت العلاقة بين الابتكار والأداء المؤسسي.
- 1.3.1.2. يُلبي حاجة قائمة في الأدبيات العربية لبحوث تتناول إدارة الابتكار في السياق المحلي، خصوصاً في بيئات اقتصادية غير تقليدية مثل بيئة الأعمال في المملكة.
- 1.3.1.3. يساعد على ردم الفجوة بين المفهوم النظري للابتكار وتطبيقه الواقعي، من خلال ربط النظريات والممارسات في إطار علمي متماسك يخدم الباحثين والمهتمين بالمجال.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

- 1.3.2.1. يُمكن أن تُساهم نتائج البحث في توفير دليل إرشادي للمؤسسات حول كيفية بناء بيئة عمل داعمة للابتكار، من خلال التركيز على العوامل التنظيمية والثقافية المؤثرة في نجاح إدارة الابتكار.

1.3.2.2. يساعد أصحاب القرار في القطاعين العام والخاص على فهم العوائق التي تعيق إدارة الابتكار في الواقع العملي، وبالتالي العمل على تجاوزها بطرق أكثر واقعية ومرونة.

1.3.2.3. ينسجم البحث مع رؤية المملكة 2030 التي تؤكد على أهمية الابتكار وريادة الأعمال كركيزتين أساسيتين لتحول الاقتصاد الوطني، ويُساهم في دعم توجهات التحول المؤسسي من خلال تقديم توصيات عملية قابلة للتطبيق.

1.3.2.4. يُمكن أن يستفيد من مخرجات البحث رواد الأعمال ومديرو المشاريع والشركات الصغيرة والمتوسطة، من خلال فهم أفضل لأدوات إدارة الابتكار وقياس أثرها الفعلي على الأداء.

1.4. أسئلة الدراسة

1.5. أهداف الدراسة

1.6. فرضيات الدراسة

1.7. نموذج الدراسة

1.8. منهجية الدراسة

1.9. الدراسة الميدانية

1.10. مخطط المشروع المقترح

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

قائمة المراجع

1. تيسير، أحمد، وعبد الله، محمد. (2021). إدارة الابتكار في المنظمات الحديثة: المفاهيم، التحديات والتطبيقات. عمان: دار المسيرة.
2. شركة المستقبل للتنمية. (2025، 10 مارس). Innovation and Scientific Research in Vision 2030: Strengthening Saudi Arabia as a Global Knowledge Powerhouse. تم الاسترجاع من مصادر إلكترونية.
3. محمد، سامي". (2019). أثر إدارة الابتكار على تحسين الأداء المؤسسي في المؤسسات الصناعية: دراسة ميدانية. "مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية"، (2)35، 101-125.
4. آل عبد الله، غسان، وآل سليم، أحمد". (2021). تأثير إدارة الابتكار على الأداء التنظيمي: دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية في الأردن. "المجلة الدولية للأعمال والإدارة"، (3)16، 45-57.
5. طرّت، بول. (2017). إدارة الابتكار وتطوير المنتجات الجديدة: ترجمة: مركز التعريب والبرمجة. (بيروت: دار الكتاب الجامعي).
6. تيد، جو، وبسانت، جون. (2020). إدارة الابتكار: دمج التغيير التكنولوجي والسوقي والتنظيمي (الطبعة السابعة). لندن: دار وايلي للنشر.
7. دافيل، طوني، إبستين، مارك، وشيلتون، روبيرت. (2012). تفعيل الابتكار: كيف تُدار وتُقاس وتُحقق الأرباح من الابتكار. نيويورك: دار FT Press.
8. منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية. (2018). OECD دليل أوسلو: إرشادات جمع وتحليل واستخدام بيانات الابتكار الطبعة الرابعة. (باريس: مطبوعات منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية).
9. أحمد، بلال، وشبرد، كريستوفر. (2010). إدارة الابتكار: السياق والاستراتيجيات والأنظمة والعمليات. بيرسون للتعليم.