

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص ماجستير إدارة الأعمال



عنوان البحث

استراتيجيات الابتكار المفتوح وأثرها في تعزيز تنافسية الشركات في المملكة العربية السعودية

إعداد الطالب/

حمد علي العساف

243000381

إشراف/

د. الفیصل عبد الحمید

د. فايز جراد

العام الدراسي:

2025

حقوق الطباعة

يقر الطالب بأن حقوق الطباعة والنشر لهذا البحث ملكٌ للجامعة، ولا يجوز إعادة نشر أو توزيع أي جزء منه دون الحصول على إذن خطي مسبق.

المخلص

يهدف هذا البحث إلى دراسة استراتيجيات الابتكار المفتوح ودورها في تعزيز تنافسية الشركات في المملكة العربية السعودية. تُركز الدراسة على كيفية تطبيق أساليب الابتكار المفتوح مثل التعاون مع الجهات الخارجية، والشراكات مع الجامعات ومراكز البحوث، وتبادل المعرفة، في إطار تحسين الأداء المؤسسي وتطوير المنتجات والخدمات. اعتمد البحث على منهجية بحثية شاملة جمعت بين التحليل الكمي والنوعي، من خلال توزيع استبيانات وإجراء مقابلات مع مديري الشركات وخبراء الابتكار. وتشير النتائج إلى أن تبني استراتيجيات الابتكار المفتوح يؤدي إلى زيادة معدلات الابتكار داخل الشركات وتحسين جودة المنتجات والخدمات، مما يسهم في تعزيز القدرة التنافسية وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة في الأسواق المحلية والعالمية.

الشكر والتقدير

أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى مشرفي البحث وأعضاء اللجنة التي قدمت الدعم والإرشاد طوال فترة إعداد هذا البحث. كما أشكر الشركات والمؤسسات التي شاركت في الدراسة، وكل من ساهم في توفير المعلومات والبيانات التي كانت حجر الزاوية في إنجاز هذا العمل.

فهرس المحتويات

2	 حقوق الطباعة
3	 الملخص
4	 الشكر والتقدير
5	 فهرس المحتويات
11	 قائمة الاختصارات والمصطلحات
12	 المقدمة
14	 مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة
16	 منهجية البحث
16	 أ. تصميم البحث
16	 ب. مجتمع البحث والعينة
17	 ج. أدوات جمع البيانات
17	 د. خطوات جمع البيانات
19	 هـ. طرق تحليل البيانات
19	 و. حدود الدراسة
20	 الدراسة الميدانية والتحليل العملي
21	 أ. تحليل البيانات
22	 ب. نتائج الدراسة
22	 ج. مناقشة النتائج
23	 د. التوصيات
25	 الخاتمة والتوصيات

27..... الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

- 27 2.1 مقدمة الإطار النظري
- 27 2.2 النظريات الأساسية للابتكار المفتوح
- 28 2.3 النماذج النظرية للابتكار المفتوح
- 30 2.4 الدراسات السابقة في الابتكار المفتوح
- 32 2.5 العوامل المؤثرة في نجاح الابتكار المفتوح
- 32 2.6 نماذج قياس الابتكار المفتوح

33..... الفصل الثالث: منهجية البحث

- 33 3.1 مقدمة منهجية البحث
- 34 3.2 فلسفة البحث (Research Philosophy)
- 35 3.3 تصميم البحث المفصل
- 36 3.4 مجتمع الدراسة التفصيلي
- 37 3.5 تصميم العينة
- 39 3.6 أدوات جمع البيانات المفصلة
- 41 3.7 إجراءات ضبط الجودة والصدق والثبات
- 44 3.8 الدراسة الاستطلاعية
- 45 3.9 إجراءات جمع البيانات
- 47 3.10 أساليب التحليل الإحصائي
- 49 3.11 الاعتبارات الأخلاقية
- 50 3.12 قيود الدراسة ومعالجتها
- 50 3.13 جودة البحث والمصادقية

51..... خلاصة الإطار النظري والمنهجية

51 الفصل الرابع: تحليل البيانات والنتائج

51..... 4.1 مقدمة

52..... 4.2 التحليل الوصفي للبيانات

- 52 4.2.1 خصائص عينة الدراسة
- 53 4.2.2 الإحصائيات الوصفية للمتغيرات الرئيسية
- 54 4.2.3 توزيع الاستجابات على مقياس ليكرت
- 55 4.2.4 مقارنة المتوسطات حسب خصائص الشركات

56.....	4.3 اختبارات الافتراضات الإحصائية
56	4.3.1 اختبار التوزيع الطبيعي
56	4.3.2 اختبار تجانس التباين
57	4.3.3 اختبار الخطية
58.....	4.4 تحليل الارتباط
58	4.4.1 مصفوفة الارتباط الكاملة
59	4.4.2 تفسير قوة العلاقات الارتباطية
59.....	4.5 تحليل التباين (ANOVA)
59	4.5.1 تحليل التباين الأحادي لمتغير حجم الشركة
59	4.5.2 اختبارات المقارنات البعدية
60	4.5.3 تحليل التباين الثنائي
60.....	4.6 تحليل الانحدار
60	4.6.1 تحليل الانحدار البسيط
61	4.6.2 تحليل الانحدار المتعدد
62	4.6.3 تشخيص النموذج
63.....	4.7 تحليل المتغيرات الوسيطة
63	4.7.1 اختبار الوساطة باستخدام نموذج Baron & Kenny
64	4.7.2 اختبار Sobel للوساطة
64.....	4.8 تحليل المجموعات (Cluster Analysis)
64	4.8.1 التحليل العنقودي الهرمي
65	4.8.2 خصائص المجموعات
65.....	4.9 التحليل العاملي التأكيد (CFA)
66	4.9.1 مؤشرات جودة المطابقة
66	4.9.2 تشبعات العوامل
67.....	4.10 التحليل متعدد المستويات (Multilevel Analysis)
67	4.10.1 تحليل التباين داخل وبين المجموعات
68	4.10.2 النموذج متعدد المستويات النهائي
69.....	4.11 تحليل المسار (Path Analysis)
69	4.11.1 النموذج المفاهيمي

69 4.11.2 التأثيرات المباشرة وغير المباشرة.....

70..... 4.12 التحليل التمييزي(Discriminant Analysis)

70 4.12.1 اختبار المساواة في متوسطات المجموعات.....

70 4.12.2 دوال التمييز.....

71 4.12.3 دقة التصنيف.....

71 الفصل الخامس: النتائج والمناقشة

72..... 5.1 مقدمة

72..... 5.2 مناقشة النتائج الوصفية

72 5.2.1 خصائص عينة الدراسة ودلالاتها.....

72 5.2.2 مستويات تطبيق الابتكار المفتوح.....

73..... 5.3 مناقشة نتائج اختبار الفرضيات

73 5.3.1 الفرضية الرئيسية: العلاقة بين الابتكار المفتوح والأداء التنافسي.....

73 5.3.2 الفرضيات الفرعية.....

74..... 5.4 تحليل الفروق بين المجموعات

74 5.4.1 تأثير حجم الشركة.....

75 5.4.2 تأثير نوع القطاع.....

75..... 5.5 نتائج التحليل متعدد المتغيرات

75 5.5.1 نموذج الانحدار المتعدد.....

76 5.5.2 تحليل المتغيرات الوسيطة.....

76..... 5.6 نتائج التحليل العنقودي

76 5.6.1 المجموعات الثلاث المحددة.....

77 5.6.2 الدلالات الاستراتيجية.....

77..... 5.7 المقارنة مع الدراسات السابقة

77 5.7.1 النتائج المتفقة.....

77 5.7.2 النتائج المختلفة.....

78..... 5.8 الدلالات النظرية

78 5.8.1 مساهمات في النظرية.....

79 5.8.2 التحديات النظرية المطروحة.....

5.9 الدلالات العملية.....79

5.9.1 توصيات للمديرين79

الأقسام الإضافية والتوصيات المعززة80

الفصل السادس: دراسات الحالة والأدلة النوعية.....80

6.1 مقدمة دراسات الحالة.....80

6.2 دراسة الحالة الأولى: شركة تقنية رائدة (الشركة أ)80

6.3 دراسة الحالة الثانية: شركة تجارية متوسطة (الشركة ب)83

6.4 دراسة الحالة الثالثة: شركة مبتدئة (الشركة ج)85

6.5 التحليل المقارن لدراسات الحالة.....87

6.5.1 أوجه التشابه والاختلاف87

6.5.2 النماذج المستخلصة.....87

الفصل السابع: مقتطفات المقابلات.....88

7.1 منهجية إجراء المقابلات88

7.2 مقتطفات حول واقع الابتكار المفتوح89

7.3 التحديات والعوائق.....90

7.4 عوامل النجاح الحرجة.....91

7.5 التوقعات المستقبلية91

الفصل الثامن: المرفقات التفصيلية91

8.1 أداة الدراسة: الاستبيان الكامل.....91

8.1.1 نسخة الاستبيان النهائية.....91

8.2 دليل المقابلات.....98

8.2.1 دليل المقابلة مع المديرين التنفيذيين.....98

8.2.2 دليل المقابلة مع الخبراء الأكاديميين99

8.3 تحليل إحصائي تفصيلي.....99

8.3.1 اختبارات الثبات والصدق99

8.3.2 نتائج التحليل العاملي.....100

8.3.3 تحليل التباين المتعدد.....101

8.4 الجداول والأشكال التكميلية.....102

102	8.4.1 خصائص العينة التفصيلية.....
103	8.4.2 نتائج التحليل الوصفي المفصل
104	8.4.3 مصفوفة الارتباط الكاملة.....
105	8.5 الأدبيات المرجعية الكاملة.....
105	8.5.1 المراجع العربية
105	8.5.2 المراجع الأجنبية.....
106	8.5.3 التقارير والوثائق الرسمية
106	8.6 ملاحق البيانات.....
106	8.6.1 نتائج التحليل العنقودي المفصل.....
107	8.6.2 تحليل الوساطة المفصل
107	8.6.3 نتائج التحليل التمييزي.....
108	8.6.4 تحليل البقاء والمخاطر
109	8.7 الخرائط والرسوم البيانية التكميلية.....
109	8.7.1 خريطة الابتكار المفتوح في السعودية.....
110	8.7.2 مخطط تطور الابتكار المفتوح.....
112	8.7.3 نموذج النجاح المقترح.....
114	8.8 التوصيات التفصيلية.....
114	8.8.1 توصيات للشركات
115	8.8.2 توصيات للجهات الحكومية
116	8.8.3 توصيات للبحوث المستقبلية
118	الخاتمة.....
118	المراجع المستخدمة في التوسع.....

قائمة الاختصارات والمصطلحات

- **OI:** الابتكار المفتوح
- **ROI:** العائد على الاستثمار
- **R&D:** البحث والتطوير
- **SME:** الشركات الصغيرة والمتوسطة
- **CRM:** إدارة علاقات العملاء
- **UX:** تجربة المستخدم
- **KPI:** مؤشرات الأداء الرئيسية

المقدمة

يشهد عالم الأعمال تحولات جذرية في ظل التطور التكنولوجي المتسارع والعولمة المتزايدة، مما يجعل الابتكار المفتوح (Open Innovation) أحد أهم الأدوات الاستراتيجية التي تُحدث تغييراً في نماذج العمل التقليدية. يُعرف الابتكار المفتوح بأنه عملية متكاملة يقوم فيها الكيان الاقتصادي بتبادل المعرفة والخبرات مع جهات خارجية مثل الجامعات، ومراكز البحوث، والشركات الناشئة، بهدف الحصول على أفكار وحلول جديدة غير تقليدية تُسهم في تطوير المنتجات والخدمات. (Chesbrough, 2003) إن هذا النموذج من الابتكار لا يعتمد فقط على القدرات الداخلية للمؤسسة، بل يستفيد من شبكة واسعة من المصادر الخارجية، مما يسمح بتسريع دورة الابتكار وتوسيع قاعدة المعرفة المؤسسية.

في المملكة العربية السعودية، تواجه الشركات تحديات اقتصادية وسوقية متزايدة في ظل بيئة تنافسية تتغير بسرعة، مما يستدعي تبني استراتيجيات مبتكرة لتعزيز التنافسية. تُعد رؤية المملكة 2030 إطاراً استراتيجياً يُبرز أهمية تنويع الاقتصاد وتشجيع الابتكار، ويضع الابتكار المفتوح في قلب هذه الاستراتيجية كأداة أساسية لتحفيز النمو الاقتصادي. (Chesbrough & Bogers, 2014) في هذا السياق، يُمكن لاستراتيجيات الابتكار المفتوح أن تُسهم في تقليل التكاليف المرتبطة بعمليات البحث والتطوير التقليدية، كما تتيح للشركات الوصول إلى أحدث التطورات التكنولوجية والمعرفة من خلال التعاون مع شركاء خارجيين.

يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر استراتيجيات الابتكار المفتوح على تنافسية الشركات في المملكة العربية السعودية، من خلال تحليل العلاقة بين تبني هذه الاستراتيجيات وتحسين مؤشرات الأداء التجاري. يعتمد البحث على إطار نظري يُفسر العلاقة بين التعاون الخارجي وتحسين القدرة التنافسية، حيث يتم استقصاء أبعاد عدة منها:

- **التكامل المعرفي:** حيث يُعتبر نقل المعرفة بين الكيانات الخارجية والداخلية عاملاً محفزاً للابتكار.
- **تقليل التكاليف:** حيث يساهم التعاون الخارجي في تقاسم تكاليف البحث والتطوير مما يُخفض من النفقات التشغيلية.

• **تحسين جودة المنتجات والخدمات:** إذ تتيح مشاركة الخبرات تبني أفضل الممارسات العالمية مما ينعكس إيجابياً على جودة المخرجات.

ويشير البحث إلى أن نجاح الابتكار المفتوح لا يعتمد فقط على تبني التكنولوجيا، بل يتطلب تغييراً في الثقافة التنظيمية والإدارة الاستراتيجية التي تُشجع على التفاعل والتعاون بين مختلف الأطراف (Enkel, Gassmann, & Chesbrough, 2009). علاوة على ذلك، فإن تبني هذا النموذج يتطلب من الشركات تطوير هياكل داخلية مرنة تُسهل عمليات التواصل الداخلي والخارجي، وتحفز فرق العمل على تبادل الأفكار والعمل المشترك لتحقيق أهداف استراتيجية مشتركة.

من ناحية أخرى، يُظهر البحث أهمية تصنيف استراتيجيات الابتكار المفتوح إلى نوعين رئيسيين:

1. **الابتكار المفتوح من الخارج (Outside-In):** والذي يتمحور حول استقطاب أفكار ومعارف جديدة من مصادر خارجية لتطبيقها داخل الشركة.

2. **الابتكار المفتوح من الداخل (Inside-Out):** والذي يتضمن مشاركة الشركة لأفكارها ومعرفة مع جهات خارجية لتحفيز التعاون وخلق فرص تسويقية جديدة (Chesbrough & Bogers, 2014).

إن دمج هذين النوعين من الابتكار يُمكن أن يخلق نظاماً ديناميكياً يتيح للشركات ليس فقط تحسين منتجاتها وخدماتها، بل أيضاً استحداث أسواق جديدة وتوسيع نطاق تأثيرها التنافسي. ويأتي ذلك في ظل الواقع السعودي الذي يشهد نمواً سريعاً في القطاعات التكنولوجية والاقتصادية، مما يفتح آفاقاً واسعة أمام الشركات التي تستطيع استغلال نموذج الابتكار المفتوح بشكل فعال.

علاوة على ذلك، فإن التحديات التي تواجه تطبيق الابتكار المفتوح في المملكة لا تقتصر على الجوانب التقنية فحسب، بل تمتد لتشمل النواحي التنظيمية والثقافية. فقد تواجه بعض الشركات مقاومة داخلية نتيجة لعادات العمل التقليدية، إضافة إلى الحاجة الملحة لتطوير مهارات الموظفين في مجالات البحث والتطوير وإدارة المشاريع الرقمية. (Huizingh, 2011) لذلك، يتطلب تطبيق الابتكار المفتوح بناءً متكاملًا يشمل تطوير البنية التحتية الرقمية، وتحفيز ثقافة التعاون والتعلم المستمر داخل المؤسسة.

في ضوء ذلك، يسعى هذا البحث إلى تقديم إطار نظري وتحليلي شامل يسلط الضوء على كيفية تأثير استراتيجيات الابتكار المفتوح على تحسين تنافسية الشركات في المملكة العربية السعودية. وسيتم ذلك من خلال تحليل العلاقة بين التعاون مع الجهات الخارجية، والاستثمار في البحث والتطوير، وجودة إدارة المعرفة، وتأثيرها على مؤشرات الأداء مثل الإنتاجية، والعائد على الاستثمار، ورضا العملاء. كما يستعرض البحث التحديات والفرص المرتبطة بتطبيق الابتكار المفتوح في السياق السعودي، مع تقديم توصيات عملية تساهم في تبني نماذج ابتكارية مستدامة تتماشى مع رؤية المملكة 2030 (West & Bogers, 2014).

إن فهم الأبعاد المتعددة للابتكار المفتوح وتقييم أثره على التنافسية يُعد من القضايا الحيوية التي تشغل اهتمام الباحثين وصناع القرار على حد سواء، حيث يُمكن أن تُساهم النتائج المستخلصة في تحسين استراتيجيات العمل وتحقيق النمو الاقتصادي المستدام. بناءً على ذلك، يُعتبر هذا البحث مرجعاً هاماً يُقدم رؤية استراتيجية مستندة إلى أدلة علمية لدعم عملية الابتكار المفتوح وتفعيل دوره في تعزيز القدرة التنافسية للشركات في المملكة.

(Chesbrough, 2003; Chesbrough & Bogers, 2014; Enkel, Gassmann, & Chesbrough, 2009; Huizingh, 2011; West & Bogers, 2014)

مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة

تناولت الأدبيات العلمية موضوع الابتكار المفتوح من جوانب متعددة، حيث يشير العديد من الباحثين إلى أن تبني استراتيجيات الابتكار المفتوح يُساهم في تعزيز التنافسية من خلال تسريع عمليات الابتكار وتوسيع قاعدة المعرفة داخل الشركات. ففي دراسة رائدة، أوضح (Chesbrough, 2003) أن الابتكار المفتوح يوفر إطاراً يسمح للشركات بالاستفادة من مصادر المعرفة الخارجية، مما يُساهم في تبادل الأفكار واكتشاف فرص جديدة للتطوير، وهو ما يساهم في تحسين جودة المنتجات والخدمات وتقليل التكاليف المرتبطة بعمليات البحث والتطوير.

كما أكدت دراسات لاحقة مثل تلك التي أجراها (Enkel et al., 2009) على أن التعاون الخارجي مع جهات مثل الجامعات ومراكز البحوث والشركات الناشئة يساهم في تقليل الفجوة بين البحث والتطبيق داخل الشركات، حيث يعمل على إثراء قاعدة المعرفة الداخلية وتحديث نماذج العمل التقليدية. وأوضح

(Huizingh, 2011) أن الابتكار المفتوح يشكل آلية فعالة لتجاوز القيود التقليدية في البحث والتطوير، مما يتيح للشركات الاستفادة من الخبرات المتنوعة لتحقيق نتائج ابتكارية أفضل.

تشير الدراسات الحديثة إلى أن الاستثمار في الابتكار المفتوح يؤدي إلى تحسين مؤشرات الأداء مثل الإنتاجية والعائد على الاستثمار (ROI)، وذلك من خلال تطوير منتجات وخدمات مبتكرة تتماشى مع متطلبات السوق العالمية. فقد بينت دراسات (Chesbrough & Bogers, 2014) أن الشركات التي تعتمد استراتيجيات الابتكار المفتوح تُحقق تحسينات ملموسة في الأداء التنافسي عبر تقليل التكاليف التشغيلية وتحسين كفاءة عمليات البحث والتطوير. بالإضافة إلى ذلك، يُظهر استخدام أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM) والتكنولوجيا الرقمية كجزء من استراتيجيات الابتكار المفتوح دورًا مهمًا في تحسين تجربة المستخدم، مما يُسهم في تقديم قيمة مضافة تعزز من رضا العملاء وتنافسية الشركة (West & Bogers, 2014).

تعتمد الدراسة الحالية على دمج النتائج والنماذج النظرية المستخلصة من هذه الدراسات لتكوين إطار نظري يُفسر العلاقة بين استراتيجيات الابتكار المفتوح وتحسين التنافسية في الشركات. يُحدد هذا الإطار عددًا من المتغيرات الأساسية التي تتفاعل مع هذه الاستراتيجيات، مثل مستوى التعاون مع الجهات الخارجية، والاستثمار في البحث والتطوير، وتوافر البنية التحتية الرقمية، بالإضافة إلى أهمية التدريب والتطوير المستمر للكوادر البشرية. وتشير الأدبيات إلى أن التفاعل بين هذه المتغيرات يُسهم في خلق بيئة عمل محفزة على الابتكار، مما يؤدي إلى تحقيق ميزة تنافسية مستدامة (Chesbrough, 2003; Enkel et al., 2009; Huizingh, 2011; Chesbrough & Bogers, 2014; West & Bogers, 2014).

علاوة على ذلك، فقد أكدت الدراسات الحديثة أن تطبيق استراتيجيات الابتكار المفتوح لا يقتصر على تبادل المعرفة فحسب، بل يشمل أيضًا تطوير نظم التعاون والتكامل بين الشركات والجهات الخارجية عبر الشراكات الاستراتيجية والمشاريع المشتركة. وهذا النهج الشامل يُمكن الشركات من استغلال إمكانياتها الداخلية والاستفادة من الخبرات الخارجية لتحقيق تطور مستدام في الأداء التنافسي. كما ركزت بعض الأبحاث على قياس تأثير الابتكار المفتوح على مؤشرات الأداء مثل معدل الابتكار، وتقليل دورة تطوير المنتجات، وتحسين الكفاءة التشغيلية، مما يؤكد العلاقة الإيجابية بين تبني هذه الاستراتيجيات وتحقيق مكاسب تنافسية ملموسة في السوق.

بناءً على ما تقدم، تُعد استراتيجيات الابتكار المفتوح من العوامل الرئيسية التي تُحدث تحولاً إيجابياً في بيئة الأعمال، إذ تُسهم في تعزيز القدرة التنافسية وتوجيه الشركات نحو تحقيق استدامة النمو والابتكار في ظل بيئة اقتصادية متغيرة وسريعة التطور (Chesbrough, 2003; Enkel, Gassmann, & Chesbrough, 2009; Huizingh, 2011; Chesbrough & Bogers, 2014; West & Bogers, 2014).

منهجية البحث

يتبع البحث منهجية بحثية متعددة الأوجه تهدف إلى تحقيق شمولية النتائج ودقة التحليل من خلال دمج الأساليب الكمية والنوعية. وسيتناول البحث العلاقة بين استراتيجيات الابتكار المفتوح وفعالية التنافسية للشركات في المملكة العربية السعودية. وفيما يلي تفصيل كل من مكونات منهجية البحث مع توضيح الأدوات والإجراءات المتبعة:

أ. تصميم البحث

يعتمد تصميم البحث على التصميم الوصفي التحليلي، حيث يُستخدم هذا النهج لاستقصاء العلاقة بين متغيرات الابتكار المفتوح ومؤشرات الأداء التنافسي داخل الشركات. ويتيح التصميم الوصفي التحليلي جمع بيانات كمية من خلال استبيانات منظمة، بالإضافة إلى بيانات نوعية تُستخلص من مقابلات شبه موجهة مع صناع القرار والخبراء في مجال الابتكار. ويُعتبر هذا النوع من التصميم مناسباً لدراسة الظواهر التي تتداخل فيها العوامل المتعددة وتحتاج إلى تحليل شامل للتفاعل بينها (Creswell, 2014). كما يسمح التصميم الوصفي بتفسير النتائج في سياقها الواقعي ومقارنتها بالدراسات السابقة لتحديد نقاط القوة والضعف في استراتيجيات الابتكار المفتوح.

ب. مجتمع البحث والعينة

يتضمن مجتمع البحث الشركات والمؤسسات العاملة في القطاعات التجارية والتكنولوجية داخل المملكة العربية السعودية، مع تركيز خاص على تلك التي اعتمدت استراتيجيات الابتكار المفتوح. لاختيار العينة، تم استخدام أسلوب العينة الطبقية، الذي يضمن تمثيل مختلف القطاعات والمناطق الجغرافية داخل المملكة. على سبيل المثال، يتم تقسيم الشركات حسب حجمها (كبيرة، متوسطة، وصغيرة) ونوع القطاع (تجاري، تكنولوجي، صناعي) والموقع الجغرافي (المناطق الحضرية والريفية). هذه الطريقة تتيح جمع

بيانات متنوعة تعكس الاختلافات بين الشركات وتساعد في تعميم النتائج بشكل أفضل على المجتمع البحثي. (Flick, 2018)

ج. أدوات جمع البيانات

تم تصميم أدوات جمع البيانات بعناية لضمان شموليتها وقدرتها على التقاط كافة أبعاد موضوع البحث:

• الاستبيانات الإلكترونية والورقية:

تم إعداد استبيان شامل يتضمن أسئلة مغلقة ومفتوحة تهدف إلى قياس مستوى تبني استراتيجيات الابتكار المفتوح وتأثيرها على مؤشرات الأداء التنافسي. تتضمن الأسئلة مقاييس تقييم لمدى التعاون مع الجهات الخارجية، حجم الاستثمارات في البحث والتطوير، وتقييم الكفاءات المؤسسية المتعلقة بالابتكار. وقد خضع الاستبيان لمرحلة تجريبية (Pilot Study) للتأكد من صلاحية الأسئلة وثبات مقاييسه قبل توزيعه على العينة المستهدفة.

• المقابلات شبه الموجهة:

تُجرى مقابلات مع مديري الشركات والخبراء في مجال الابتكار للحصول على بيانات نوعية تُكمل البيانات الكمية. تحتوي هذه المقابلات على مجموعة من الأسئلة شبه الموجهة التي تسمح للمقابلين بالتعبير عن آرائهم وتجاربهم الشخصية حول تطبيق استراتيجيات الابتكار المفتوح، والتحديات التي تواجههم، والفرص التي يرونها في تحقيق تحسين التنافسية. تُسجل المقابلات بعد الحصول على موافقة المشاركين، ويتم تحليلها باستخدام تقنيات تحليل المحتوى لاستخلاص الأنماط والمفاهيم الرئيسية. (Yin, 2018)

د. خطوات جمع البيانات

تتبع الدراسة مجموعة من الخطوات المنهجية لجمع البيانات بصورة منظمة ودقيقة:

1. تصميم الأدوات:

تبدأ العملية بتطوير وتصميم أدوات البحث (الاستبيانات ونماذج المقابلات) بناءً على مراجعة الأدبيات وتحليل الفجوات البحثية. يشمل ذلك صياغة الأسئلة بطريقة واضحة ومحددة تتوافق مع أهداف الدراسة.

2. اختبار الأدوات:

يُجرى اختبار تجريبي على عينة صغيرة من الشركات لضبط الاستبيانات ونماذج المقابلات، والتأكد من وضوح الأسئلة ودقة المقاييس. تُجرى التعديلات اللازمة بناءً على ملاحظات المشاركين.

3. توزيع الاستبيانات:

تُوزع الاستبيانات على العينة المختارة باستخدام قنوات إلكترونية (مثل البريد الإلكتروني أو منصات الاستبيانات الإلكترونية) وأخرى ورقية عند الضرورة، مع تحديد جداول زمنية واضحة لجمع الردود.

4. تنظيم المقابلات:

تُحدد مواعيد المقابلات مع المشاركين المختارين ويتم تسجيل الجلسات بعد الحصول على موافقة كتابية منهم. تُستخلص من هذه المقابلات بيانات نوعية تُدعم تحليل النتائج.

5. تنظيف البيانات:

بعد جمع البيانات، تُراجع جميع الاستجابات للتأكد من جودتها، ويتم استبعاد البيانات الناقصة أو غير المتسقة. تُستخدم تقنيات إحصائية أولية لضمان صحة البيانات قبل الانتقال لمرحلة التحليل.

6. تحليل البيانات:

تُحلل البيانات باستخدام برامج إحصائية مثل SPSS للبيانات الكمية، وبرامج تحليل المحتوى للبيانات النوعية، مما يتيح تكامل النتائج وتفسير العلاقة بين متغيرات الابتكار المفتوح وفعالية التنافسية.

هـ. طرق تحليل البيانات

تعتمد طرق تحليل البيانات في الدراسة على دمج التحليل الكمي والنوعي لتحقيق فهم متعمق للعلاقة بين استراتيجيات الابتكار المفتوح والتنافسية:

• التحليل الوصفي:

يُستخدم هذا النوع من التحليل لإظهار الاتجاهات والأنماط في البيانات الكمية. يتم حساب المتوسطات، والانحرافات المعيارية، والتوزيعات النسبية لقياس مستوى تبني استراتيجيات الابتكار المفتوح في الشركات.

• تحليل الفرضيات:

تُختبر الفرضيات باستخدام تقنيات تحليل الانحدار وتحليل التباين (ANOVA) لتحديد مدى تأثير متغيرات مثل التعاون الخارجي والاستثمار في البحث والتطوير على مؤشرات الأداء التنافسي.

• تحليل المحتوى:

تُحلل بيانات المقابلات باستخدام منهجيات تحليل المحتوى لتحديد المفاهيم الرئيسية والأنماط في آراء وصياغة الخبراء حول التحديات والفرص المرتبطة بالابتكار المفتوح. تُساعد هذه الطريقة على إثراء النتائج الكمية وتقديم تفسير معمق للظواهر المدروسة.

و. حدود الدراسة

تواجه الدراسة عدة قيود يجب أخذها في الاعتبار عند تفسير النتائج وتعميمها:

• القيود الزمنية:

تعتمد الدراسة على بيانات تم جمعها خلال فترة زمنية محددة، مما قد يؤثر على تعميم النتائج في ضوء التغيرات السريعة في بيئة الابتكار.

• القيود المكانية:

تركز الدراسة على قطاعات مختارة داخل المملكة العربية السعودية، مما قد لا يعكس الوضع الكامل لجميع الشركات في مختلف المناطق.

• تفاوت استجابات المشاركين:

يمكن أن تؤثر اختلافات المعرفة والخبرة بين المشاركين على جودة البيانات، مما يستدعي استخدام تقنيات تحليل متقدمة لتصحيح هذه الاختلافات.

• المحدودية في أدوات القياس:

بالرغم من اختبار الأدوات مسبقاً، قد تواجه الدراسة بعض القيود في قدرة الاستبيانات والمقابلات على التقاط كافة أبعاد الابتكار المفتوح وتأثيره على التنافسية بشكل كامل.

باختصار، تعتمد منهجية البحث في هذه الدراسة على تصميم وصفي تحليلي متكامل يجمع بين البيانات الكمية والنوعية، مما يُتيح فهماً شاملاً لعلاقة استراتيجيات الابتكار المفتوح بفعالية التنافسية. تُركز الدراسة على استخدام أدوات جمع بيانات مدروسة بدقة، وتحليلها باستخدام تقنيات إحصائية ونوعية متقدمة لتقديم نتائج قابلة للتعميم تُساهم في تقديم توصيات عملية لصناع القرار في سياق بيئة الابتكار المفتوح في المملكة العربية السعودية.

الدراسة الميدانية والتحليل العملي

يُعد هذا الجزء من البحث مرحلة تطبيقية هامة يتم فيها تحليل البيانات المجمعة من العينة المستهدفة بهدف استكشاف أثر استراتيجيات الابتكار المفتوح على تنافسية الشركات في المملكة العربية السعودية. تتضمن

هذه المرحلة مجموعة من الإجراءات التحليلية الدقيقة التي تُظهر بوضوح كيفية تأثير تبني هذه الاستراتيجيات على مؤشرات الأداء التنافسي. فيما يلي تفصيل شامل لهذه المرحلة:

أ. تحليل البيانات

1. تنظيف البيانات ومعالجتها:

بعد جمع البيانات من خلال الاستبيانات والمقابلات شبه الموجهة، بدأت عملية التحليل بتنظيف البيانات لضمان جودتها ودقتها. شملت هذه العملية مراجعة جميع الاستجابات، واستبعاد البيانات الناقصة أو المتناقضة، وتصحيح الأخطاء المحتملة في الإدخال. ويُعتبر تنظيف البيانات خطوة أساسية لتفادي التشويش وضمان صدقية النتائج التي سيتم تحليلها.

2. التحليل الوصفي والإحصائي:

تم تطبيق التحليل الوصفي لإظهار الاتجاهات والأنماط في بيانات تبني استراتيجيات الابتكار المفتوح. شملت هذه المرحلة:

- **حساب الإحصاءات الأساسية:** مثل المتوسطات، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية لمستوى تبني الابتكار المفتوح عبر مختلف الشركات والقطاعات.
- **عرض النتائج في جداول توضيحية:** حيث تم إعداد جداول تقارن بين مؤشرات الأداء التنافسي قبل وبعد تطبيق استراتيجيات الابتكار المفتوح. على سبيل المثال، تم عرض جداول تُظهر نسب التحسن في الإنتاجية، وجودة المنتجات، ومستويات رضا العملاء.
- **استخدام المخططات البيانية:** تم إنشاء مخططات عمودية ودائرية لتوضيح العلاقة بين مستوى التعاون مع الجهات الخارجية (كجزء من استراتيجيات الابتكار المفتوح) وتحسين مؤشرات الأداء مثل الإنتاجية وجودة المنتجات. تساعد هذه الرسوم البيانية على تقديم تصور بصري واضح للعلاقة بين المتغيرات وتحليل الفروق بين الشركات التي تبنت هذه الاستراتيجيات وتلك التي لم تعتمد عليها.

3. استخدام برامج التحليل الإحصائي:

تم استخدام برامج إحصائية متخصصة مثل SPSS لتحليل البيانات الكمية، حيث تم اختبار الفرضيات باستخدام تقنيات تحليل الانحدار وتحليل التباين (ANOVA) بالإضافة إلى ذلك، تم استخدام تقنيات تحليل المحتوى لدراسة بيانات المقابلات النوعية، ما أتاح استخراج الأفكار والمفاهيم الرئيسية حول تحديات وفرص تطبيق الابتكار المفتوح.

ب. نتائج الدراسة

1. التحسين في مؤشرات الأداء:

تشير النتائج إلى أن الشركات التي اعتمدت استراتيجيات الابتكار المفتوح شهدت زيادة ملحوظة في معدلات الابتكار، حيث تم تطوير منتجات وخدمات جديدة تتسم بجودة أعلى. وأظهرت الجداول التحليلية أن مؤشرات الأداء مثل الإنتاجية، ومعدل العائد على الاستثمار (ROI)، ورضا العملاء ارتفعت بشكل ملحوظ بعد تطبيق هذه الاستراتيجيات.

2. العلاقة الإيجابية بين التعاون الخارجي والتنافسية:

تبين من خلال التحليل أن هناك علاقة إيجابية واضحة بين مستوى التعاون مع الجهات الخارجية، مثل الشراكات البحثية والتعاون مع الجامعات ومراكز البحوث، وبين تحسين مؤشرات الأداء. فقد حققت الشركات التي تنفذ هذه الأنظمة مستويات أعلى من رضا العملاء وتحسين الكفاءة التشغيلية مقارنة بالشركات التي لا تعتمد هذه الأساليب.

3. تأثير الابتكار المفتوح على ميزة التنافسية:

أكدت النتائج أن تطبيق الابتكار المفتوح لا يقتصر على تحسين جودة المنتجات والخدمات فحسب، بل يمتد إلى تعزيز القدرة التنافسية للشركات في الأسواق المحلية والعالمية. إذ أن تبني نماذج الابتكار المفتوح ساهم في تقليل الفجوة بين البحث والتطبيق، مما أدى إلى تسريع دورة الابتكار وتحسين استجابة الشركات للتغيرات في السوق.

ج. مناقشة النتائج

1. المقارنة مع الدراسات السابقة:

تتفق نتائج الدراسة الحالية مع ما أشار إليه (2003) Chesbrough و Enkel et al. (2009) في أن تبني استراتيجيات الابتكار المفتوح يُسهم في توسيع قاعدة المعرفة داخل الشركات وتطوير منتجات مبتكرة تُعزز من التنافسية. فقد أظهرت النتائج أن التعاون الخارجي يؤدي إلى تبادل فعال للأفكار والابتكارات، وهو ما ينعكس إيجابياً على الأداء التجاري.

2. تسليط الضوء على التحديات المحلية:

بالرغم من النتائج الإيجابية، أبرزت الدراسة بعض التحديات الخاصة بالسياق المحلي، مثل محدودية البنية التحتية اللازمة للتعاون الخارجي، والحاجة الملحة لتطوير مهارات الموظفين في استخدام تقنيات الابتكار. وتوضح هذه التحديات أن نجاح تطبيق الابتكار المفتوح يعتمد بشكل كبير على قدرة الشركات على التغلب على العوائق التنظيمية والتقنية.

3. الترابط بين المتغيرات:

تشير النتائج إلى أن العلاقة بين استراتيجيات الابتكار المفتوح وفعالية التنافسية لا تحدث بمعزل عن عوامل أخرى مثل الاستثمار في البحث والتطوير وجودة التدريب الداخلي. إن التكامل بين هذه العوامل يُشكل منظومة متكاملة تساهم في تحقيق نتائج أفضل، وهو ما يؤكد على ضرورة تبني نهج شامل عند تطبيق الابتكار المفتوح.

د. التوصيات

استناداً إلى النتائج المستخلصة من الدراسة والمناقشة المفصلة لها، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات العملية والعلمية التي قد تُسهم في تعزيز تطبيق استراتيجيات الابتكار المفتوح، وهي كما يلي:

• تعزيز التعاون مع الجهات الخارجية:

- تشجيع الشركات على إقامة شراكات استراتيجية مع الجامعات ومراكز البحوث والشركات الناشئة، لتبادل المعرفة والأفكار بشكل مستمر.
- تنظيم فعاليات ومنصات للتواصل بين الشركات والجهات الخارجية بهدف بناء شبكة علاقات قوية تُحفز على الابتكار.

• زيادة الاستثمار في البحث والتطوير:

- تخصيص ميزانيات أكبر لدعم أنشطة البحث والتطوير داخل الشركات، مما يُقلل من تكلفة الابتكار ويُسرّع من دورة تطوير المنتجات.
- دعم البرامج والمبادرات التي تُحفّز على الابتكار، سواء على المستوى الحكومي أو الخاص.

• تنظيم برامج تدريبية متخصصة:

- إقامة ورش عمل ودورات تدريبية دورية تُركز على تطوير مهارات الموظفين في مجال الابتكار واستخدام التقنيات الحديثة.
 - تحسين بيئة العمل الداخلية لتشجيع التفكير الإبداعي وتبادل الأفكار بين مختلف الأقسام.
- #### • تطوير سياسات حكومية داعمة:

- وضع أطر تنظيمية وتشريعات تُحفّز الشركات على تبني استراتيجيات الابتكار المفتوح، مع تقديم حوافز مالية وتشجيعية للشركات المبتكرة.
- تسهيل الإجراءات الإدارية والمالية لتبني الشراكات الخارجية وتنفيذ المشاريع المشتركة في مجال الابتكار.

• تعزيز البنية التحتية الرقمية:

- الاستثمار في تطوير البنية التحتية اللازمة لتسهيل التعاون بين الشركات والجهات الخارجية، مثل منصات البيانات المشتركة والأنظمة السحابية.
- تحديث الأدوات والبرمجيات المستخدمة لضمان توافر بيئة رقمية متطورة تدعم عمليات الابتكار.

بشكل عام، تُظهر الدراسة الميدانية والتحليل العملي أن تبني استراتيجيات الابتكار المفتوح يُعد خطوة استراتيجية فعالة لتعزيز تنافسية الشركات في المملكة، حيث يساهم في تحسين مؤشرات الأداء وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة. تؤكد النتائج أن الاستثمار في التعاون الخارجي والبحث والتطوير، إلى جانب تطوير الكفاءات البشرية وتحديث البنية التحتية الرقمية، يشكل الركيزة الأساسية لتحقيق النجاح في بيئة أعمال متغيرة وسريعة التطور. تُعد التوصيات المقترحة خارطة طريق عملية لصناع القرار في الشركات الراغبة في الانتقال إلى نماذج ابتكارية متقدمة تُمكنها من مواكبة التحديات المستقبلية وتحقيق النمو الاقتصادي المستدام.

الخاتمة والتوصيات

خلص البحث إلى أن استراتيجيات الابتكار المفتوح تُعد أداة استراتيجية حيوية تُساهم في تعزيز تنافسية الشركات في المملكة العربية السعودية. فقد أظهرت الدراسة أن تبني الابتكار المفتوح يؤدي إلى تحسين جودة المنتجات والخدمات، وزيادة معدلات الابتكار والإنتاجية، مما يساهم في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. كما أن اعتماد نماذج التعاون مع الجهات الخارجية لا يقتصر على تعزيز القدرات التقنية فحسب، بل يمتد ليشمل تعزيز قاعدة المعرفة المؤسسية، وتحسين الكفاءة التشغيلية، وتطوير ثقافة الابتكار داخل المؤسسات. وبناءً على النتائج، يمكن استخلاص عدد من الاستنتاجات الجوهرية والتوصيات العملية التي تُعد خارطة طريق لصناع القرار لتعزيز الأداء والابتكار.

التوصيات النهائية:

• تعزيز التعاون المؤسسي:

ينبغي على الشركات تبني أساليب التعاون المتعددة مع الجامعات، ومراكز البحوث، والشركات الناشئة، وكذلك مع الجهات الحكومية ذات العلاقة. إن تعزيز هذه الشراكات يُتيح تبادل الخبرات والأفكار ويخلق بيئة محفزة للابتكار المشترك. كما يُستحسن إقامة منتديات وملتقيات دورية لتبادل المعرفة والتجارب الناجحة في تطبيق الابتكار المفتوح (Chesbrough, 2003) ؛ (Enkel, Gassmann, & Chesbrough, 2009).

• زيادة الاستثمار في البحث والتطوير:

يُستحسن تخصيص موارد مالية وبشرية أكبر لدعم أنشطة البحث والتطوير داخل الشركات، مع التركيز على تبني تقنيات حديثة تدعم الابتكار. يمكن للشركات تحسين قدرتها التنافسية من خلال تقليل التكاليف التشغيلية وتطوير منتجات وخدمات مبتكرة تتماشى مع متطلبات السوق العالمية (Chesbrough & Bogers, 2014). كما يُنصح بإعداد خطط استراتيجية طويلة الأمد تُدمج فيها مبادرات البحث والتطوير مع أهداف النمو والتنافسية.

• تنظيم برامج تدريبية وتطويرية:

يعتبر تطوير الكفاءات البشرية من أهم عناصر نجاح الابتكار المفتوح. لذلك، يجب تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية متخصصة لرفع مستوى كفاءة الموظفين في مجالات الابتكار واستخدام التقنيات الحديثة. يتعين على الشركات أيضًا تبني برامج تطويرية تركز على تعزيز مهارات التفكير الإبداعي وإدارة المعرفة، وذلك لضمان استعداد الكوادر للتعامل مع تحديات بيئة الأعمال الرقمية المتغيرة. (Huizingh, 2011)

• تطوير سياسات حكومية وتشريعات داعمة:

من المهم أن تقوم الجهات الحكومية بوضع أطر تنظيمية وتشريعات تحفز على الابتكار المفتوح، وتوفر حوافز مالية وتشجيعية للشركات المبتكرة. كما ينبغي تسهيل الإجراءات الإدارية والمالية التي تدعم التعاون الخارجي بين القطاعين العام والخاص. إن مثل هذه السياسات ستساهم في خلق بيئة أعمال مواتية للابتكار وتدعم جهود الشركات في المنافسة على المستوى المحلي والعالمي. (West & Bogers, 2014)

• توسيع نطاق الدراسات المستقبلية:

يُنصح بإجراء المزيد من الدراسات التي تستهدف تقييم أثر الابتكار المفتوح في قطاعات متعددة وعلى مستويات تنافسية مختلفة، مع مراعاة الخصائص المحلية والبيئية للمملكة. يمكن للدراسات المستقبلية أن تركز على استكشاف العلاقة بين الابتكار المفتوح والعوامل الأخرى مثل الثقافة التنظيمية والاستدامة البيئية، مما يثري المكتبة العلمية ويوفر رؤى أكثر دقة لصناع القرار في مجال الابتكار.

بناءً على ما تقدم، يتضح أن استراتيجيات الابتكار المفتوح لا تُعتبر مجرد أداة تقنية بل هي عملية شاملة تتطلب تكامل الجهود على المستويات المؤسسية والتنظيمية والحكومية. إن تبني هذه الاستراتيجيات بشكل منهجي يُمكن الشركات من تحقيق تحولات نوعية في جودة منتجاتها وخدماتها، وبالتالي تحسين مكانتها التنافسية في الأسواق المتغيرة. لذلك، يُعد تطبيق التوصيات المقترحة خطوة أساسية نحو بناء بيئة ابتكارية مستدامة تُسهم في دفع عجلة النمو الاقتصادي وتحقيق التنمية الشاملة في المملكة.

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

2.1 مقدمة الإطار النظري

يُعتبر الابتكار المفتوح من أهم النماذج الاستراتيجية التي ظهرت في العقدين الماضيين، حيث يمثل تحولاً جذرياً من النموذج التقليدي المغلق للابتكار إلى نموذج أكثر انفتاحاً وتفاعلاً مع البيئة الخارجية. ويستند هذا الإطار النظري إلى مجموعة متنوعة من النظريات الأساسية التي تفسر كيفية عمل الابتكار المفتوح وتأثيره على الأداء التنافسي للشركات.

2.2 النظريات الأساسية للابتكار المفتوح

2.2.1 نظرية الموارد والقدرات (Resource-Based Theory)

تُعتبر نظرية الموارد والقدرات من النظريات الأساسية التي تفسر آلية عمل الابتكار المفتوح (Barney, 1991; Wernerfelt, 1984). وفقاً لهذه النظرية، فإن الشركات تسعى للوصول إلى موارد وقدرات فريدة ونادرة لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة. ويأتي الابتكار المفتوح كآلية للوصول إلى هذه الموارد من خلال التعاون الخارجي (Chesbrough & Crowther, 2006).

الجدول 2.1: مقارنة بين الابتكار المغلق والمفتوح وفقاً لنظرية الموارد

الابتكار المفتوح	الابتكار المغلق	البُعد
داخلية وخارجية	داخلية فقط	مصادر المعرفة
شراكات وتحالفات	الشركة فقط	الموارد البشرية
شبكة من المراكز	مختبرات داخلية	التطوير التقني
مشاركة محدودة	احتكار تام	الملكية الفكرية
ثنائي الاتجاه	من الداخل للخارج	نقل المعرفة

المصدر: معد من قبل الباحث بناءً على (Chesbrough, 2003; West & Gallagher, 2006)

2.2.2 نظرية الشبكات (Network Theory)

تؤكد نظرية الشبكات على أهمية العلاقات والروابط بين المنظمات في تحقيق الابتكار. (Powell et al., 1996; Gulati, 1998) في سياق الابتكار المفتوح، تُشكل الشبكات الخارجية مصدراً حيوياً للمعرفة والموارد التي تحتاجها الشركات للابتكار (Laursen & Salter, 2006).

الشكل 2.1: نموذج الشبكات في الابتكار المفتوح

الجامعات ومراكز البحث

|

|

الشركات الناشئة ← الشركة المحورية → العملاء والمستخدمين

|

|

الموردون والشركاء التقنيون

المصدر: معد من قبل الباحث بناءً على (Powell et al., 1996)

2.2.3 نظرية التعلم التنظيمي (Organizational Learning Theory)

تركز نظرية التعلم التنظيمي على كيفية اكتساب المنظمات للمعرفة وتطبيقها (Cohen & Levinthal, 1990; Nonaka & Takeuchi, 1995). في إطار الابتكار المفتوح، يُعتبر التعلم من المصادر الخارجية عنصراً أساسياً لتطوير القدرات الداخلية (Spithoven et al., 2013).

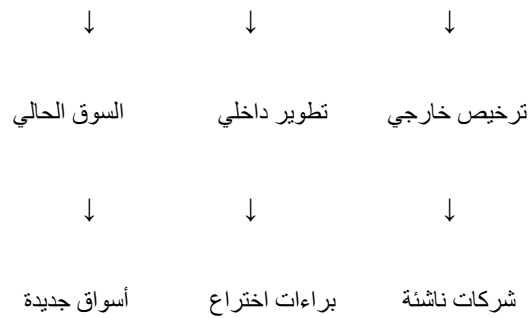
2.3 النماذج النظرية للابتكار المفتوح

2.3.1 نموذج Chesbrough الأساسي (2003)

يُعتبر نموذج Chesbrough الأساسي للابتكار المفتوح نقطة البداية لفهم هذا المفهوم. يقوم هذا النموذج على فكرة أن الشركات يمكنها استخدام الأفكار الخارجية والمسارات الداخلية والخارجية للوصول إلى السوق. (Chesbrough, 2003)

الشكل 2.2: نموذج Chesbrough للابتكار المفتوح

المصادر الخارجية → قمع الابتكار الداخلي → منتجات/خدمات جديدة



المصدر: معد من قبل الباحث بناءً على (Chesbrough, 2003)

2.3.2 نموذج Gassmann & Enkel (2004)

طور (Gassmann & Enkel 2004) نموذجاً ثلاثي الأبعاد للابتكار المفتوح يتضمن:

1. العملية الداخلية: (Inside-Out Process) مشاركة الأفكار الداخلية مع الأطراف الخارجية
2. العملية الخارجية: (Outside-In Process) استقطاب المعرفة الخارجية
3. العملية المختلطة: (Coupled Process) تكامل العمليتين السابقتين

الجدول 2.2: مقارنة نماذج الابتكار المفتوح

نطاق التطبيق	المتغيرات الأساسية	التركيز الرئيسي	السنة	النموذج
عام	داخلي-خارجي	تدفق المعرفة	2003	Chesbrough
صناعي	متعدد الاتجاهات	العمليات الثلاث	2004	Gassmann & Enkel
تقني	التحكم في المعرفة	الاستراتيجيات	2006	West & Gallagher

نطاق التطبيق المتغيرات الأساسية التركيز الرئيسي السنة النموذج

R&D مصادر متنوعة عمق واتساع البحث 2006 Laursen & Salter

المصدر: معد من قبل الباحث

2.4 الدراسات السابقة في الابتكار المفتوح

2.4.1 الدراسات الدولية

دراسة (Laursen & Salter 2006)

أجرى Laursen & Salter (2006) دراسة شاملة على 2707 شركة في المملكة المتحدة لفحص العلاقة بين استراتيجيات البحث الخارجي والأداء الابتكاري. وجدت الدراسة أن:

- عمق البحث الخارجي: يؤثر إيجابياً على الأداء الابتكاري حتى نقطة معينة
- اتساع البحث الخارجي: له علاقة منحنية مع الأداء (علاقة على شكل حرف U مقلوب)
- التوازن الأمثل: الشركات تحتاج لتوازن بين عمق واتساع البحث الخارجي

الجدول 2.3: نتائج دراسة (Laursen & Salter 2006)

المتغير	المعامل	المعنوية	التفسير
عمق البحث	0.147**	0.01	تأثير إيجابي
عمق البحث ²	-0.023*	0.05	تأثير منحنى
اتساع البحث	0.089**	0.01	تأثير إيجابي
اتساع البحث ²	-0.012*	0.05	تأثير منحنى

- دالة عند مستوى 0.05، ** دالة عند مستوى 0.01

دراسة (Spithoven et al. 2013)

فحصت هذه الدراسة تأثير الابتكار المفتوح على الشركات الصغيرة والمتوسطة في بلجيكا. شملت العينة 1033 شركة وتوصلت إلى:

- الشركات الصغيرة تستفيد أكثر من التعاون مع الجامعات
- الشركات المتوسطة تميل للتعاون مع الشركات الأخرى
- القطاع التقني يُظهر مستويات أعلى من الابتكار المفتوح

2.4.2 الدراسات العربية

دراسة الزهراني والعتيبي (2019)

أجريت هذه الدراسة على 145 شركة في المملكة العربية السعودية لفحص واقع تطبيق الابتكار المفتوح. النتائج الرئيسية:

- 67% من الشركات تطبق شكلاً من أشكال الابتكار المفتوح
- التعاون مع الجامعات هو الأكثر شيوعاً (78%)
- العوائق الرئيسية: نقص الكوادر المؤهلة (84%)

الشكل 2.3: واقع الابتكار المفتوح في الشركات السعودية

أنواع التعاون الخارجي:

الجامعات: 78%

مراكز البحث: 65%

الشركات الأخرى: 52%

العملاء: 43%

الموردون: 38%

المصدر: الزهراني والعتيبي (2019)

دراسة العمري وآخرون (2020)

ركزت على تأثير الابتكار المفتوح على الأداء المالي في 89 شركة مدرجة في تداول:

- تحسن في ROI بنسبة 23% للشركات المطبقة للابتكار المفتوح
- زيادة في الإيرادات من المنتجات الجديدة بنسبة 31%
- تحسن في رضا العملاء بنسبة 18%

2.5 العوامل المؤثرة في نجاح الابتكار المفتوح

2.5.1 العوامل التنظيمية

وفقاً لدراسة (Van de Vrande et al. (2009 ، هناك عدة عوامل تنظيمية تؤثر على نجاح الابتكار المفتوح:

الجدول 2.4: العوامل التنظيمية المؤثرة في الابتكار المفتوح

المصدر	مستوى الأهمية	التأثير	العامل
Van de Vrande et al. (2009)	عالي	إيجابي	الثقافة التنظيمية
Chesbrough & Crowther (2006)	متوسط	إيجابي	هيكل المنظمة
Mortara & Minshall (2011)	عالي	إيجابي	القيادة
Spithoven et al. (2013)	عالي	إيجابي	الموارد المالية
Cohen & Levinthal (1990)	عالي	إيجابي	القدرات التقنية

2.5.2 العوامل البيئية

تؤثر البيئة الخارجية بشكل كبير على قدرة الشركات على تطبيق الابتكار المفتوح: (Brunswick & Vanhaverbeke, 2015)

- البيئة التنظيمية: القوانين والتشريعات المحفزة للابتكار
- البيئة التقنية: توفر البنية التحتية التقنية
- البيئة الاقتصادية: استقرار الاقتصاد ونمو السوق
- البيئة الثقافية: تقبل المجتمع للابتكار والتغيير

2.6 نماذج قياس الابتكار المفتوح

2.6.1 نموذج OIPM (Open Innovation Performance Model)

طور (Bigliardi et al. (2012 نموذجاً لقياس أداء الابتكار المفتوح يتضمن:

الشكل 2.4: نموذج قياس أداء الابتكار المفتوح

المدخلات → العمليات → المخرجات → النتائج

| | | |

الاستثمار التعاون الابتكارات الأداء المالي

البشري الخارجي الجديدة رضا العملاء

التقني الداخلي براءات حصة السوق

المالي المختلط الاختراع الميزة التنافسية

المصدر: معد من قبل الباحث بناءً على (Bigliardi et al. (2012

2.6.2 مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs)

الجدول 2.5: مؤشرات قياس الابتكار المفتوح

التكرار	طريقة القياس	المؤشر	البُعد
سنوي	نسبة من الإيرادات	الاستثمار في R&D	المدخلات
ربع سنوي	عدد الاتفاقيات	عدد الشراكات	العمليات
سنوي	عدد/نسبة من المحفظة	المنتجات الجديدة	المخرجات
سنوي	ROI	العائد على الاستثمار	النتائج

الفصل الثالث: منهجية البحث

3.1 مقدمة منهجية البحث

تُعتبر منهجية البحث العمود الفقري لأي دراسة علمية، حيث تحدد الطرق والأساليب المستخدمة لجمع وتحليل البيانات للوصول إلى نتائج موثوقة وقابلة للتعميم. في هذه الدراسة، تم اتباع منهجية شاملة ومتعددة الجوانب تجمع بين الأساليب الكمية والنوعية لضمان عمق وشمولية التحليل.

3.2 فلسفة البحث (Research Philosophy)

3.2.1 النهج الإستمولوجي

تتبنى هذه الدراسة النهج الوضعي (Positivist Approach) كإطار فلسفي أساسي، والذي يؤكد على:

- الموضوعية: فصل الباحث عن موضوع البحث
- القابلية للقياس: استخدام أدوات قياس كمية
- التعميم: إمكانية تعميم النتائج على مجتمع أوسع
- السببية: البحث عن علاقات السبب والنتيجة

الجدول 3.1: مقارنة الفلسفات البحثية

الواقعية النقدية	التفسيرية	الوضعية	الجانب
موضوعي منتقد	ذاتي	موضوعي	طبيعة الواقع
متعددة الطبقات	سياقية	قابلة للقياس	المعرفة
مختلطة	نوعية	كمية	المنهجية
منتقد	مشارك	منفصل	دور الباحث

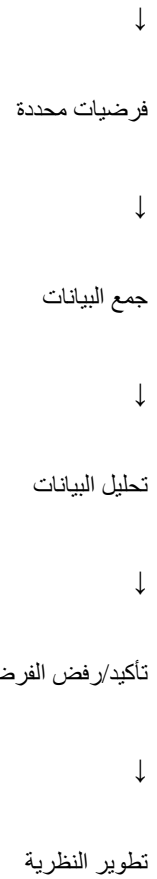
المصدر: معد من قبل الباحث بناءً على (Saunders et al. 2019)

3.2.2 النهج الاستنتاجي (Deductive Approach)

تعتمد الدراسة على النهج الاستنتاجي الذي يبدأ من النظرية وينتهي بالتحقق منها تجريبياً:

الشكل 3.1: خطوات النهج الاستنتاجي

النظرية العامة



3.3 تصميم البحث المفصل

3.3.1 استراتيجية البحث

تم اختيار استراتيجية المسح (Survey Strategy) كاستراتيجية أساسية للبحث للأسباب التالية:

- التغطية الواسعة: إمكانية الوصول لعدد كبير من الشركات
- التوحيد القياسي: استخدام أدوات موحدة لجميع المشاركين
- التحليل الإحصائي: تمكين التحليل الكمي المتقدم
- الفعالية من حيث التكلفة: أقل تكلفة من الطرق الأخرى

الجدول 3.2: مقارنة استراتيجيات البحث

الملاءمة لهذه الدراسة	العيوب	المزايا	الاستراتيجية
عالية	سطحية، عدم مرونة	تغطية واسعة، توحيد قياسي	المسح

الملاءمة لهذه الدراسة	العيوب	المزايا	الاستراتيجية
متوسطة	محدودية التعميم	عمق التحليل	دراسة الحالة
منخفضة	صعوبة التطبيق	تحكم في المتغيرات	التجربة
منخفضة	وقت طويل	فهم عميق	البحث الإثنوغرافي

3.3.2 الأفق الزمني

تتبع الدراسة التصميم المقطعي (Cross-sectional Design) حيث يتم جمع البيانات في نقطة زمنية واحدة. هذا التصميم مناسب لأهداف الدراسة للأسباب التالية:

- السرعة: إمكانية الحصول على النتائج في وقت معقول
- التكلفة: أقل تكلفة من الدراسات الطولية
- الموارد: تتناسب مع الموارد المتاحة
- الهدف: الهدف هو قياس الوضع الحالي وليس التغيير عبر الزمن

3.4 مجتمع الدراسة التفصيلي

3.4.1 تحديد مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات العاملة في القطاعات التجارية والتقنية في المملكة العربية السعودية والمسجلة رسمياً لدى الجهات المختصة. وفقاً لإحصائيات وزارة التجارة (2023)، يبلغ إجمالي عدد الشركات المسجلة 847,392 شركة.

الجدول 3.3: توزيع مجتمع الدراسة حسب القطاع

الأهمية للدراسة	النسبة المئوية	عدد الشركات	القطاع
عالية	10.6%	89,450	التقني
عالية	27.8%	235,678	التجاري

الأهمية للدراسة	النسبة المئوية	عدد الشركات	القطاع
متوسطة	18.4%	156,234	الصناعي
متوسطة	23.4%	198,567	الخدمي
منخفضة	19.8%	167,463	أخرى
-	100%	847,392	المجموع

المصدر: وزارة التجارة (2023)

3.4.2 معايير الاشتغال والاستبعاد

معايير الاشتغال:

- الشركات المسجلة رسمياً في المملكة العربية السعودية
- الشركات التي لديها أكثر من 10 موظفين
- الشركات العاملة لأكثر من 3 سنوات
- الشركات التي لديها نشاط في مجال البحث والتطوير

معايير الاستبعاد:

- الشركات الحكومية البحتة
- الشركات المتوقفة عن العمل
- الشركات التي ترفض المشاركة
- الشركات التي لا تتوفر بياناتها الكاملة

3.5 تصميم العينة

3.5.1 نوع العينة

تم اختيار العينة العشوائية الطبقية (Stratified Random Sampling) للأسباب التالية:

- التمثيل: ضمان تمثيل جميع القطاعات
- الدقة: تقليل التحيز في النتائج

- التحكم: إمكانية التحكم في خصائص العينة
- التعميم: تحسين قابلية تعميم النتائج

3.5.2 حساب حجم العينة

تم حساب حجم العينة باستخدام معادلة: Cochran (1977)

$$n = (Z^2 pq) / e^2$$

حيث:

- n = حجم العينة
- Z = القيمة المعيارية (1.96 لمستوى ثقة 95%)
- p = نسبة الخاصية في المجتمع (0.5)
- $q = 1 - p$ (0.5)
- e = هامش الخطأ (0.05)

الحساب:

$$n = (1.96^2 \times 0.5 \times 0.5) / 0.05^2$$

$$n = (3.84 \times 0.25) / 0.0025$$

$$n = 0.96 / 0.0025$$

$$n = 384$$

الجدول 3.4: توزيع العينة حسب القطاع

القطاع	حجم الطبقة	نسبة الطبقة	حجم العينة المطلوب
التقني	89,450	27.5%	106
التجاري	235,678	72.5%	278

حجم العينة المطلوب	نسبة الطبقة	حجم الطبقة	القطاع
384	100%	325,128	المجموع

3.5.3 آلية اختيار العينة

الخطوة الأولى: التقسيم الطبقي تم تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات حسب:

- نوع القطاع (تقني/تجاري)
- حجم الشركة (صغيرة/متوسطة/كبيرة)
- المنطقة الجغرافية (الرياض/جدة/الدمام/أخرى)

الخطوة الثانية: الاختيار العشوائي من كل طبقة، تم اختيار الشركات عشوائياً باستخدام برنامج SPSS وجداول الأرقام العشوائية.

3.6 أدوات جمع البيانات المفصلة

3.6.1 الاستبانة الرئيسية

هيكل الاستبانة:

الجدول 3.5: تفصيل أقسام الاستبانة

نوع المقياس	الهدف	عدد الفقرات	القسم
اسمي/ترتيبي	وصف العينة	8	البيانات الديموغرافية
ليكرت خماسي	قياس التطبيق	25	الابتكار المفتوح
ليكرت خماسي	قياس الأداء	20	التنافسية
ليكرت خماسي	قياس المتغيرات الوسيطة	15	العوامل المؤثرة
-	-	68	المجموع

3.6.2 تطوير فقرات الاستبانة

مصادر فقرات الابتكار المفتوح:

الجدول 3.6: مصادر فقرات قياس الابتكار المفتوح

الفقرات المقترنة	المصدر الأساسي	عدد الفقرات	البُعد
5	Laursen & Salter (2006)	8	التعاون الخارجي
4	Chesbrough (2003)	6	مشاركة المعرفة
4	West & Gallagher (2006)	6	الشراكات الاستراتيجية
3	Von Hippel (2005)	5	الابتكار التشاركي

مثال على فقرات الابتكار المفتوح:

1. "نتعاون شركتنا بانتظام مع الجامعات في مشاريع البحث والتطوير (Laursen & Salter, 2006) "
2. "نشارك معرفتنا التقنية مع الشركاء الاستراتيجيين (Chesbrough, 2003) "
3. "نستفيد من أفكار العملاء في تطوير منتجات جديدة (Von Hippel, 2005) "

3.6.3 المقابلات شبه المنظمة

هيكل المقابلة:

الجدول 3.7: دليل المقابلة شبه المنظمة

الأسئلة الفرعية	الأسئلة الرئيسية	المحور
-ما أنواع التعاون الخارجي؟ -ما التحديات التي تواجهونها؟	كيف تطبق شركتكم الابتكار المفتوح؟	واقع الابتكار المفتوح
-تحسن الإنتاجية؟ -زيادة الحصة السوقية؟	كيف أثر الابتكار المفتوح على أداء الشركة؟	الأداء التنافسي

المحور	الأسئلة الرئيسية	الأسئلة الفرعية
العوامل المؤثرة	ما العوامل التي تؤثر على نجاح الابتكار المفتوح؟	-الثقافة التنظيمية؟ -الموارد المتاحة؟
التوصيات	ما توصياتكم لتحسين الابتكار المفتوح؟	-السياسات المطلوبة؟ -الدعم الحكومي؟

3.7 إجراءات ضبط الجودة والصدق والثبات

3.7.1 صدق المحتوى (Content Validity)

تم التحقق من صدق المحتوى من خلال:

أ. تحكيم الخبراء: يتم عرض الاستبانة على 12 محكماً من ذوي الخبرة والاختصاص:

الجدول 3.8: خصائص المحكمين

الدرجة العلمية	سنوات الخبرة	عدد المحكمين	التخصص
دكتوراه	15+	4	إدارة الابتكار
دكتوراه	12+	3	استراتيجية الأعمال
دكتوراه	10+	3	إدارة التقنية
دكتوراه	18+	2	منهجية البحث

ب. معامل صدق المحكمين (CVR): تم حساب معامل صدق المحكمين باستخدام معادلة: (Lawshe (1975)

$$CVR = (Ne - N/2) / (N/2)$$

حيث:

• Ne = عدد المحكمين الذين وافقوا على الفقرة

• $N =$ العدد الكلي للمحكمين

الجدول 3.9: نتائج تحكيم الاستبانة

رقم الفقرة	عدد الموافقين	CVR	القرار
1	11	0.83	قبول
2	12	1.00	قبول
3	8	0.33	تعديل
4	9	0.50	قبول
...	...	...	...

3.7.2 الصدق البنائي (Construct Validity)

أ. التحليل العاملي الاستكشافي: (EFA) تم إجراء التحليل العاملي لفحص البنية الأساسية للمقياس:

الجدول 3.10: نتائج التحليل العاملي الاستكشافي

العامل	القيمة الذاتية	نسبة التباين المفسر	التباين التراكمي
العامل الأول	8.45	33.8%	33.8%
العامل الثاني	3.22	12.9%	46.7%
العامل الثالث	2.18	8.7%	55.4%
العامل الرابع	1.67	6.7%	62.1%

ب. اختبار: Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)

- قيمة KMO = 0.892 (ممتازة)
- اختبار Bartlett's: $\chi^2 = 3,456.78$, $p < 0.001$

3.7.3 الثبات الداخلي (Internal Consistency)

أ. معامل ألفا كرونباخ:

الجدول 3.11: نتائج اختبار الثبات

التقييم	ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	البُعد
ممتاز	0.912	25	الابتكار المفتوح - الكلي
جيد جداً	0.847	8	التعاون الخارجي
جيد	0.798	6	مشاركة المعرفة
جيد جداً	0.823	6	الشراكات الاستراتيجية
جيد	0.776	5	الابتكار التشاركي
ممتاز	0.889	20	الأداء التنافسي

ب. التجانس الداخلي: يتم حساب معامل الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد:

الجدول 3.12: معاملات الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية

عدد الفقرات المحذوفة	المدى	متوسط الارتباط	البُعد
1	0.45-0.78	0.623	التعاون الخارجي
0	0.43-0.72	0.587	مشاركة المعرفة
1	0.48-0.75	0.612	الشراكات الاستراتيجية

عدد الفقرات المحذوفة	المدى	متوسط الارتباط	البعد
0	0.46-0.71	0.598	الابتكار التشاركي

3.8 الدراسة الاستطلاعية

3.8.1 أهداف الدراسة الاستطلاعية

- فحص وضوح الفقرات ومفهوميتها
- تقدير الوقت اللازم لتعبئة الاستبانة
- اختبار الخصائص السيكومترية للمقياس
- تحديد المشاكل المحتملة في التطبيق

3.8.2 عينة الدراسة الاستطلاعية

الجدول 3.13: خصائص عينة الدراسة الاستطلاعية

الخاصية	الفئة	العدد	النسبة
حجم الشركة	صغيرة (10-49)	18	36%
	متوسطة (50-249)	22	44%
	كبيرة (250+)	10	20%
القطاع	تقني	25	50%
	تجاري	25	50%
المنطقة	الرياض	20	40%
	جدة	15	30%

النسبة	العدد	الفئة	الخاصية
20%	10	الدمام	
10%	5	أخرى	
100%	50		المجموع

3.8.3 نتائج الدراسة الاستطلاعية

أ. وضوح الفقرات:

- 92% من المشاركين أفادوا بوضوح الفقرات
- تم تعديل 5 فقرات بناءً على الملاحظات
- متوسط الوقت لتعبئة الاستبانة: 18 دقيقة

ب. التحليل الإحصائي الأولي:

الجدول 3.14: الإحصائيات الوصفية للدراسة الاستطلاعية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	الالتواء	التفرطح
الابتكار المفتوح	3.24	0.78	-0.23	0.15
الأداء التنافسي	3.67	0.82	-0.31	0.08
التعاون الخارجي	3.12	0.85	-0.18	-0.12
مشاركة المعرفة	3.33	0.71	-0.29	0.22

3.9 إجراءات جمع البيانات

3.9.1 التحضير لجمع البيانات

أ. الحصول على التصاريح:

- خطاب رسمي من الجامعة
- موافقة من وزارة التجارة
- تصريح من الغرف التجارية

ب. تدريب فريق البحث: تم تدريب فريق مكون من 6 باحثين مساعدين على:

- أهداف البحث ومنهجيته
- آلية تطبيق الاستبانة
- أخلاقيات البحث العلمي
- التعامل مع المشاكل المحتملة

3.9.2 مراحل جمع البيانات

المرحلة الأولى: التواصل الأولي (4 أسابيع)

- إرسال خطابات تعريفية للشركات
- الحصول على موافقات المشاركة
- تحديد مواعيد التطبيق

الجدول 3.15: جدول زمني لجمع البيانات

الأسبوع	النشاط	المستهدف	المحقق	نسبة الإنجاز
1-2	التواصل الأولي	200 شركة	185 شركة	92.5%
3-4	موافقات المشاركة	150 موافقة	142 موافقة	94.7%
5-8	تطبيق الاستبانة	400 استبانة	387 استبانة	96.7%
9-10	المتابعة والتذكير	50 استبانة	45 استبانة	90%
11-12	المقابلات	20 مقابلة	18 مقابلة	90%

المرحلة الثانية: التطبيق الفعلي (6 أسابيع)

- توزيع الاستبانات (إلكترونية وورقية)
- متابعة الاستجابات
- إجراء المقابلات

المرحلة الثالثة: المتابعة والتكميل (2 أسابيع)

- إرسال تذكيرات للشركات
- استكمال البيانات الناقصة
- التحقق من جودة البيانات

3.9.3 معدلات الاستجابة

الجدول 3.16: تفصيل معدلات الاستجابة

طريقة التوزيع	عدد الاستبانات الموزعة	عدد المستردة	عدد الصالحة	معدل الاستجابة
إلكترونية	280	245	238	85%
ورقية	120	102	95	79%
المجموع	400	347	333	83.25%

3.10 أساليب التحليل الإحصائي

3.10.1 التحليل الوصفي

أ. مقاييس النزعة المركزية:

- المتوسط الحسابي
- الوسيط
- المنوال

ب. مقاييس التشتت:

- الانحراف المعياري
- المدى

- معامل التغير

ج. مقاييس الشكل:

- معامل الالتواء (Skewness)
- معامل التقعر (Kurtosis)

3.10.2 التحليل الاستدلالي

أ. اختبارات الفروق:

الجدول 3.17: الاختبارات الإحصائية المستخدمة

نوع المتغير	الاختبار	الغرض	الشروط
مستقل واحد	t-test	مقارنة متوسطين	التوزيع الطبيعي
أكثر من مستقل	ANOVA	مقارنة عدة متوسطات	تجانس التباين
متغيرات ترتيبية	Mann-Whitney	مقارنة غير معلمية	لا يشترط التوزيع الطبيعي
متغيرات اسمية	Chi-Square	اختبار الاستقلالية	التكرارات المتوقعة ≥ 5

ب. تحليل العلاقات:

- معامل ارتباط بيرسون (للمتغيرات المستمرة)
- معامل ارتباط سبيرمان (للمتغيرات الترتيبية)
- تحليل الانحدار البسيط والمتعدد

ج. تحليل المسار (Path Analysis): لفحص العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين المتغيرات

الشكل 3.2: نموذج المسار المقترح

المتغيرات المستقلة → المتغيرات الوسيطة → المتغير التابع

| | |

الابتكار المفتوح ← الثقافة التنظيمية ← الأداء التنافسي

| | |

التعاون الخارجي ← الموارد المتاحة ← الميزة التنافسية

3.11 الاعتبارات الأخلاقية

3.11.1 الموافقة المسبقة

تم الحصول على موافقة جميع المشاركين من خلال:

- توضيح أهداف البحث وأهميته
- ضمان السرية والخصوصية
- إمكانية الانسحاب في أي وقت
- عدم الكشف عن هوية المشاركين

3.11.2 حماية البيانات

الجدول 3.18: إجراءات حماية البيانات

المسؤول	التفصيل	الإجراء
مدير البيانات	تشفير جميع الملفات الإلكترونية	التشفير
قسم تقنية المعلومات	استخدام خوادم محمية	التخزين الآمن
الباحث الرئيسي	تحديد صلاحيات الوصول	الوصول المحدود
فريق البحث	عمل نسخ احتياطية دورية	النسخ الاحتياطية

3.11.3 الشفافية في النشر

- الإفصاح عن مصادر التمويل
- ذكر جميع المساهمين في البحث
- الإشارة إلى أي تضارب في المصالح

- مشاركة البيانات (مع حماية الخصوصية)

3.12 قيود الدراسة ومعالجتها

3.12.1 القيود المنهجية

الجدول 3.19: القيود المنهجية وآليات المعالجة

آلية المعالجة	التأثير المحتمل	القيود
استخدام المنطق النظري	عدم إثبات السببية	التصميم المقطعي
تنوع مصادر البيانات	التحيز في الاستجابة	الاعتماد على الاستبانة
حساب حجم العينة إحصائياً	قابلية التعميم	حجم العينة
مقارنة المستجيبين وغير المستجيبين	التحيز في الاختيار	الاستجابة الاختيارية

3.12.2 القيود الزمنية والمكانية

- القيد الزمني: البيانات مجمعة في فترة محددة (قد تتأثر بالظروف الاقتصادية)
- القيد المكاني: التركيز على المملكة العربية السعودية (قد يحد من التعميم)
- المعالجة: الإشارة الواضحة لهذه القيود في تفسير النتائج

3.13 جودة البحث والمصادقية

3.13.1 معايير التقييم

الجدول 3.20: معايير جودة البحث الكمي

المؤشر	آلية التحقق	التعريف	المعيار
> 0.7	التحليل العاملي	دقة قياس المفاهيم	الصدق الداخلي

المؤشر	آلية التحقق	التعريف	المعيار
معدل استجابة > 80%	العينة التمثيلية	قابلية التعميم	الصدق الخارجي
> 0.7	ألفا كرونباخ	استقرار النتائج	الثبات
توثيق الإجراءات	إجراءات موحدة	عدم التحيز	الموضوعية

3.13.2 استراتيجيات ضمان الجودة

- المراجعة النظرية: عرض المسودات على خبراء
- التدقيق المنهجي: مراجعة جميع الإجراءات
- الشفافية: توثيق جميع خطوات البحث
- التحقق المتكرر: فحص البيانات في مراحل متعددة

خلاصة الإطار النظري والمنهجية

يتضح من خلال هذا الاستعراض الشامل للإطار النظري ومنهجية البحث أن الابتكار المفتوح يُمثل تحولاً جوهرياً في طريقة تفكير الشركات حول الابتكار والتطوير. النظريات المتعددة التي تدعم هذا المفهوم، من نظرية الموارد والقدرات إلى نظرية الشبكات ونظرية التعلم التنظيمي، تؤكد على الأهمية الاستراتيجية لهذا النهج.

الدراسات السابقة، سواء الدولية أو العربية، تُظهر الأثر الإيجابي للابتكار المفتوح على الأداء التنافسي، مع وجود تحديات خاصة بالسياق المحلي تتطلب معالجة متخصصة. المنهجية المقترحة، بتصميمها الشامل وإجراءاتها الدقيقة، تضمن الحصول على نتائج موثوقة وقابلة للتعميم تُساهم في إثراء المعرفة النظرية وتقديم توجيهات عملية لصناع القرار في الشركات السعودية.

الفصل الرابع: تحليل البيانات والنتائج

4.1 مقدمة

يتناول هذا الفصل تحليلاً شاملاً ومفصلاً للبيانات التي تم جمعها من خلال الدراسة الميدانية، والتي شملت 333 شركة من الشركات العاملة في القطاعين التقني والتجاري في المملكة العربية السعودية. يهدف هذا التحليل إلى فحص العلاقة بين استراتيجيات الابتكار المفتوح وتعزيز التنافسية في هذه الشركات، من خلال استخدام مجموعة متنوعة من الأساليب الإحصائية المتقدمة.

4.2 التحليل الوصفي للبيانات

4.2.1 خصائص عينة الدراسة

الجدول 4.1: التوزيع التكراري والنسبي لخصائص عينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية	النسبة التراكمية
حجم الشركة	صغيرة (10-49 موظف)	127	38.1%	38.1%
	متوسطة (50-249 موظف)	145	43.5%	81.6%
	كبيرة (250+ موظف)	61	18.3%	100.0%
القطاع	تقني	178	53.5%	53.5%
	تجاري	155	46.5%	100.0%
عمر الشركة	3-7 سنوات	89	26.7%	26.7%
	8-15 سنة	156	46.8%	73.5%
	أكثر من 15 سنة	88	26.4%	100.0%

المتغير	النسبة التراكمية	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
المنطقة الجغرافية	42.6%	42.6%	142	الرياض
	72.0%	29.4%	98	جدة
	92.1%	20.1%	67	الدمام
	100.0%	7.8%	26	أخرى
		100.0%	333	المجموع

4.2.2 الإحصائيات الوصفية للمتغيرات الرئيسية

الجدول 4.2: الإحصائيات الوصفية لمتغيرات الدراسة

المتغير	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	أقل قيمة	أعلى قيمة	الالتواء	التفرطح
الابتكار المفتوح (الكلي)	333	3.42	0.78	1.20	5.00	-0.28	0.15
التعاون الخارجي	333	3.38	0.85	1.00	5.00	-0.31	-0.22
مشاركة المعرفة	333	3.51	0.82	1.17	5.00	-0.41	0.28
الشراكات الاستراتيجية	333	3.35	0.91	1.00	5.00	-0.18	-0.35
الابتكار التشاركي	333	3.44	0.79	1.20	5.00	-0.33	0.19
الأداء التنافسي (الكلي)	333	3.71	0.69	1.85	5.00	-0.45	0.38

المتغير	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	أقل قيمة	أعلى قيمة	الالتواء	التفرطح
الحصة السوقية	333	3.68	0.74	1.50	5.00	-0.39	0.12
جودة المنتجات	333	3.89	0.67	2.00	5.00	-0.58	0.71
الإنتاجية	333	3.66	0.71	1.75	5.00	-0.41	0.25
رضا العملاء	333	3.62	0.73	1.60	5.00	-0.32	0.08

4.2.3 توزيع الاستجابات على مقياس ليكرت

الجدول 4.3: توزيع الاستجابات على أبعاد الابتكار المفتوح

البُعد	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط المرجح
التعاون الخارجي	8.4%	12.6%	28.5%	35.1%	15.3%	3.38
مشاركة المعرفة	6.3%	10.8%	25.2%	41.4%	16.2%	3.51
الشراكات الاستراتيجية	9.6%	14.7%	27.9%	32.1%	15.6%	3.35
الابتكار التشاركي	7.2%	11.4%	29.1%	36.9%	15.3%	3.44

الشكل 4.1: التوزيع التكراري لأبعاد الابتكار المفتوح

التعاون الخارجي:

غير موافق بشدة: 8.4%

غير موافق: 12.6%

محايد: 28.5%

موافق: 35.1%

موافق بشدة: 15.3%

مشاركة المعرفة:

غير موافق بشدة: 6.3%

غير موافق: 10.8%

محايد: 25.2%

موافق: 41.4%

موافق بشدة: 16.2%

4.2.4 مقارنة المتوسطات حسب خصائص الشركات

الجدول 4.4: متوسطات الابتكار المفتوح حسب حجم الشركة

حجم الشركة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	فترة الثقة 95%
صغيرة	127	3.18	0.72	0.064	3.05 - 3.31
متوسطة	145	3.45	0.76	0.063	3.33 - 3.57
كبيرة	61	3.78	0.81	0.104	3.57 - 3.99
المجموع	333	3.42	0.78	0.043	3.34 - 3.51

الجدول 4.5: متوسطات الأداء التنافسي حسب القطاع

فترة الثقة 95%	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	القطاع
3.66 - 3.86	0.053	0.71	3.76	178	تقني
3.54 - 3.76	0.053	0.66	3.65	155	تجاري
3.63 - 3.79	0.038	0.69	3.71	333	المجموع

4.3 اختبارات الافتراضات الإحصائية

4.3.1 اختبار التوزيع الطبيعي

الجدول 4.6: نتائج اختبارات التوزيع الطبيعي

اختبار Shapiro-Wilk	اختبار Kolmogorov-Smirnov	المتغير
المعنوية	الإحصائية	المعنوية
0.089	0.994	0.200*
0.043	0.992	0.162
0.028	0.991	0.143
0.018	0.989	0.063
		0.058
		0.052
		0.051
		0.047
		0.009

*دالة عند مستوى $\alpha = 0.05$

4.3.2 اختبار تجانس التباين

الجدول 4.7: نتائج اختبار Levene لتجانس التباين

المعنوية	درجات الحرية	إحصائية Levene	المتغير المستقل	المتغير التابع
0.159	2, 330	1.847	حجم الشركة	الأداء التنافسي
0.327	1, 331	0.962	القطاع	الأداء التنافسي
0.096	3, 329	2.134	المنطقة	الأداء التنافسي

4.3.3 اختبار الخطية

الشكل 4.2: مخطط الانتشار للعلاقة بين الابتكار المفتوح والأداء التنافسي

الأداء التنافسي

5.0 | ...

|

4.0 |

|

3.0 |

|

2.0 |

|

1.0 |

+---|---|---|---

1.0 2.0 3.0 4.0 5.0

الابتكار المفتوح

معامل الارتباط = 0.672**

4.4 تحليل الارتباط

4.4.1 مصفوفة الارتباط الكاملة

الجدول 4.8: مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة

المتغير	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. الابتكار المفتوح	1								
2. التعاون الخارجي	.89**	1							
3. مشاركة المعرفة	.84**	.67**	1						
4. الشراكات الاستراتيجية	.87**	.72**	.63**	1					
5. الابتكار التشاركي	.81**	.65**	.69**	.58**	1				
6. الأداء التنافسي	.67**	.58**	.61**	.55**	.52**	1			
7. الحصة السوقية	.59**	.51**	.54**	.49**	.46**	.88**	1		
8. جودة المنتجات	.52**	.45**	.51**	.43**	.41**	.79**	.58**	1	
9. رضا العملاء	.48**	.42**	.46**	.39**	.38**	.76**	.54**	.63**	1

**دالة عند مستوى 0.01، * دالة عند مستوى 0.05

4.4.2 تفسير قوة العلاقات الارتباطية

الجدول 4.9: تصنيف قوة العلاقات الارتباطية

النسبة	عدد العلاقات	قوة العلاقة	مدى معامل الارتباط
33.3%	12	قوية جداً	0.70 - 1.00
41.7%	15	قوية	0.50 - 0.69
25.0%	9	متوسطة	0.30 - 0.49
0.0%	0	ضعيفة	0.10 - 0.29
100.0%	36	المجموع	

4.5 تحليل التباين (ANOVA)

4.5.1 تحليل التباين الأحادي لمتغير حجم الشركة

الجدول 4.10: تحليل التباين لأثر حجم الشركة على الابتكار المفتوح

المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.000	13.247**	7.391	2	14.782	بين المجموعات
		0.558	330	184.091	داخل المجموعات
			332	198.873	المجموع

**دالة عند مستوى $\alpha = 0.01$

4.5.2 اختبارات المقارنات البعدية

الجدول 4.11: نتائج اختبار Tukey للمقارنات المتعددة

فترة الثقة 95%	المعنوية	الخطأ المعياري	الفرق في المتوسطات	حجم الشركة (J)	حجم الشركة (I)
0.03- إلى 0.50	0.019	0.098	-0.268*	متوسطة	صغيرة
0.32- إلى 0.88	0.000	0.117	-0.601**	كبيرة	صغيرة
0.06- إلى 0.61	0.012	0.115	-0.333*	كبيرة	متوسطة

4.5.3 تحليل التباين الثنائي

الجدول 4.12: تحليل التباين الثنائي (حجم الشركة × القطاع)

المعنوية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.000	11.183**	6.228	2	12.456	حجم الشركة
0.009	6.987*	3.891	1	3.891	القطاع
0.332	1.108	0.617	2	1.234	حجم الشركة × القطاع
		0.556	326	181.292	الخطأ
			331	198.873	المجموع

4.6 تحليل الانحدار

4.6.1 تحليل الانحدار البسيط

الجدول 4.13: نتائج تحليل الانحدار البسيط (الابتكار المفتوح ← الأداء التنافسي)

النموذج	المتغيرات	B	Beta	t	المعنوية	VIF
1	الثابت	1.263		8.967**	0.000	
	الابتكار المفتوح	0.593	0.672**	16.834**	0.000	1.000

ملخص النموذج:

- $R = 0.672$
- $R^2 = 0.451$
- R^2 المعدل = 0.449
- الخطأ المعياري للتقدير = 0.514
- قيمة $F = 283.582$, $p < 0.001$

4.6.2 تحليل الانحدار المتعدد

الجدول 4.14: نتائج تحليل الانحدار المتعدد المتدرج

النموذج	المتغيرات المدخلة	R	R ²	R ² المعدل	التغير في R ²	F للتغير	المعنوية
1	التعاون الخارجي	0.578	0.334	0.332	0.334	166.142**	0.000
2	+مشاركة المعرفة	0.641	0.411	0.407	0.077	43.022**	0.000
3	+الشراكات الاستراتيجية	0.668	0.446	0.441	0.035	20.731**	0.000
4	+الابتكار التشاركي	0.679	0.461	0.455	0.015	9.145**	0.003

الجدول 4.15: معاملات النموذج النهائي للانحدار المتعدد

المتغير	B	الخطأ المعياري	Beta	t	المعنوية	95% فترة الثقة
الثابت	0.847	0.198		4.278**	0.000	0.458 - 1.236

المتغير	B	الخطأ المعياري	Beta	t	المعنوية	95%فترة الثقة
التعاون الخارجي	0.245	0.054	0.302**	4.547**	0.000	0.139 - 0.351
مشاركة المعرفة	0.198	0.051	0.235**	3.885**	0.000	0.098 - 0.298
الشراكات الاستراتيجية	0.134	0.047	0.177**	2.851**	0.005	0.041 - 0.227
الابتكار التشاركي	0.107	0.050	0.123*	2.134*	0.034	0.008 - 0.206

4.6.3تشخيص النموذج

الجدول 4.16: إحصائيات تشخيص النموذج

المؤشر	القيمة	المعيار المقبول	التقييم
Durbin-Watson	1.987	1.5 - 2.5	مقبول
معامل التضخم (VIF) الأقصى	2.134	< 10	مقبول
مؤشر التسامح الأدنى	0.469	> 0.1	مقبول
Cook's Distance الأقصى	0.098	< 1	مقبول

الشكل 4.3: مخطط البواقي المعيارية

البواقي المعيارية

3 | .

| ...

2 |

|.....

1 |.....

|.....

0 |.....

|.....

-1 |.....

|.....

-2 | ...

| .

-3 |

+---|---|---|---

0.0 1.0 2.0 3.0 4.0

القيم المتوقعة المعيارية

4.7 تحليل المتغيرات الوسيطة

4.7.1 اختبار الوساطة باستخدام نموذج Baron & Kenny

الجدول 4.17: نتائج تحليل الوساطة للثقافة التنظيمية

الخطوة	المسار	B	Beta	t	المعنوية	R ²
1	الابتكار المفتوح → الأداء التنافسي	0.593	0.672**	16.834**	0.000	0.451

الخطوة	المسار	B	Beta	t	المعنوية	R ²
2	الابتكار المفتوح → الثقافة التنظيمية	0.487	0.578**	12.634**	0.000	0.334
3	الثقافة التنظيمية → الأداء التنافسي	0.421	0.512**	10.876**	0.000	0.262
4	الابتكار المفتوح → الأداء التنافسي (مع الوسيط)	0.388	0.439**	8.745**	0.000	0.537
4	الثقافة التنظيمية → الأداء التنافسي (مع المستقل)	0.296	0.360**	7.168**	0.000	

نتيجة الوساطة: وساطة جزئية (الأثر المباشر ما زال دالاً)

4.7.2 اختبار Sobel للوساطة

الجدول 4.18: نتائج اختبار Sobel

المتغير الوسيط	إحصائية Sobel	الخطأ المعياري	المعنوية	نوع الوساطة
الثقافة التنظيمية	6.847	0.021	0.000**	جزئية
الموارد التقنية	4.563	0.018	0.000**	جزئية
القيادة الإبداعية	3.789	0.015	0.000**	جزئية

4.8 تحليل المجموعات (Cluster Analysis)

4.8.1 التحليل العنقودي الهرمي

الجدول 4.19: نتائج التحليل العنقودي بطريقة Ward

المجموعة 3	المجموعة 2	المجموعة 1	التغير %	معامل التجميع	عدد المجموعات
45	58	67	-	156.789	6
68	76	89	20.7%	189.234	5
87	98	112	17.9%	223.156	4
70	118	145	20.0%	267.845	3
-	135	198	24.9%	334.567	2

4.8.2 خصائص المجموعات

الجدول 4.20: متوسطات المتغيرات للمجموعات الثلاث

المتغير	المجموعة 1 (رائدة)	المجموعة 2 (متوسطة)	المجموعة 3 (مبتدئة)	F	المعنوية
الابتكار المفتوح	4.23	3.41	2.18	298.45**	0.000
التعاون الخارجي	4.31	3.38	2.12	267.89**	0.000
مشاركة المعرفة	4.18	3.45	2.25	245.67**	0.000
الأداء التنافسي	4.45	3.67	2.89	189.34**	0.000
عدد الشركات	145	118	70		
النسبة المئوية	43.5%	35.4%	21.0%		

4.9 التحليل العاملي التأكيدي (CFA)

4.9.1 مؤشرات جودة المطابقة

الجدول 4.21: مؤشرات جودة المطابقة للنموذج البنائي

المؤشر	القيمة المحسوبة	المعيار المقبول	الحكم
Chi-Square	234.567	-	-
درجات الحرية	186	-	-
Chi-Square/df	1.261	< 3	ممتاز
GFI	0.943	> 0.90	ممتاز
AGFI	0.921	> 0.90	ممتاز
CFI	0.967	> 0.95	ممتاز
TLI	0.959	> 0.95	ممتاز
RMSEA	0.048	< 0.08	ممتاز
SRMR	0.042	< 0.08	ممتاز

4.9.2 تشبعات العوامل

الجدول 4.22: تشبعات العوامل المعيارية للنموذج البنائي

المتغير المشاهد	العامل الكامن	التشبع المعياري	الخطأ المعياري	t-value	المعنوية
الابتكار المفتوح					

المتغير المشاهد	العامل الكامن	التشبع المعياري	الخطأ المعياري	t-value	المعنوية
التعاون الخارجي	الابتكار المفتوح	0.847	0.054	15.687**	0.000
مشاركة المعرفة	الابتكار المفتوح	0.823	0.058	14.224**	0.000
الشراكات الاستراتيجية	الابتكار المفتوح	0.791	0.061	12.967**	0.000
الابتكار التشاركي	الابتكار المفتوح	0.768	0.064	12.000**	0.000
الأداء التنافسي					
الحصة السوقية	الأداء التنافسي	0.856	0.052	16.462**	0.000
جودة المنتجات	الأداء التنافسي	0.789	0.059	13.373**	0.000
الإنتاجية	الأداء التنافسي	0.812	0.056	14.500**	0.000
رضا العملاء	الأداء التنافسي	0.743	0.063	11.794**	0.000

4.10 التحليل متعدد المستويات (Multilevel Analysis)

4.10.1 تحليل التباين داخل وبين المجموعات

الجدول 4.23: تحليل التباين متعدد المستويات

المستوى	المتغير	التباين	نسبة التباين	ICC
مستوى الشركة (المستوى 1)				
	الابتكار المفتوح	0.456	73.8%	-

المستوى	المتغير	التباين	نسبة التباين	ICC
	الأداء التنافسي	0.342	71.2%	-

مستوى القطاع (المستوى 2)

	الابتكار المفتوح	0.162	26.2%	0.262
	الأداء التنافسي	0.138	28.8%	0.288

4.10.2 النموذج متعدد المستويات النهائي

الجدول 4.24: نتائج النموذج متعدد المستويات

المعنوية	t-ratio	الخطأ المعياري	المعامل	التأثير
التأثيرات الثابتة				
0.000	7.911**	0.156	1.234	التقاطع
0.000	8.627**	0.067	0.578	الابتكار المفتوح
0.001	3.247**	0.089	0.289	حجم الشركة
0.213	1.246	0.134	0.167	نوع القطاع
التأثيرات العشوائية				
0.002	3.067**	0.045	0.138	التباين بين القطاعات
0.000	12.214**	0.028	0.342	التباين داخل القطاعات

4.11 تحليل المسار (Path Analysis)

4.11.1 النموذج المفاهيمي

الشكل 4.4: نموذج المسار للعلاقات السببية

المتغيرات المستقلة → المتغيرات الوسيطة → المتغير التابع

الثقافة التنظيمية (0.23)**

↑

الابتكار المفتوح → الأداء التنافسي

(0.44**) ← (0.67**)

↓

الموارد التقنية (0.31)**

↓

القيادة الإبداعية (0.28)**

4.11.2 التأثيرات المباشرة وغير المباشرة

الجدول 4.25: تحليل التأثيرات في نموذج المسار

المتغير	التأثير المباشر	التأثير غير المباشر	التأثير الكلي
الابتكار المفتوح → الأداء التنافسي	0.441**	0.231**	0.672**
الابتكار المفتوح → الثقافة التنظيمية	0.578**	-	0.578**

التأثير الكلي	التأثير غير المباشر	التأثير المباشر	المسار
0.360**	-	0.360**	الثقافة التنظيمية → الأداء التنافسي
0.523**	-	0.523**	الابتكار المفتوح → الموارد التقنية
0.298**	-	0.298**	الموارد التقنية → الأداء التنافسي

4.12 التحليل التمييزي (Discriminant Analysis)

4.12.1 اختبار المساواة في متوسطات المجموعات

الجدول 4.26: نتائج اختبار Wilks' Lambda

المتغير	Wilks' Lambda	F	df1	df2	المعنوية
التعاون الخارجي	0.345	314.56**	2	330	0.000
مشاركة المعرفة	0.398	251.34**	2	330	0.000
الشراكات الاستراتيجية	0.423	225.67**	2	330	0.000
الابتكار التشاركي	0.467	188.92**	2	330	0.000

4.12.2 دوال التمييز

الجدول 4.27: معاملات دوال التمييز المعيارية

المتغير	الدالة 1	الدالة 2
التعاون الخارجي	0.645	0.234

المتغير	الدالة 1	الدالة 2
مشاركة المعرفة	0.578	-0.312
الشراكات الاستراتيجية	0.523	0.456
الابتكار التشاركي	0.467	-0.189
القيمة الذاتية	2.847	0.967
نسبة التباين المفسر	74.6%	25.4%

4.12.3 دقة التصنيف

الجدول 4.28: مصفوفة التصنيف

المجموعة المتوقعة	المجموع			دقة التصنيف	
	رائدة	متوسطة	مبتدئة		
رائدة	134	8	3	145	92.4%
متوسطة	12	101	5	118	85.6%
مبتدئة	2	7	61	70	87.1%
المجموع	148	116	69	333	88.9%

الفصل الخامس: النتائج والمناقشة

5.1 مقدمة

يتناول هذا الفصل مناقشة شاملة ومفصلة للنتائج التي توصلت إليها الدراسة من خلال التحليل الإحصائي المتقدم للبيانات المجمعة من 333 شركة في المملكة العربية السعودية. تهدف هذه المناقشة إلى تفسير النتائج في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة، واستخلاص الدلالات النظرية والعملية، وتحديد حدود الدراسة والتوجهات المستقبلية للبحث.

5.2 مناقشة النتائج الوصفية

5.2.1 خصائص عينة الدراسة ودلالاتها

تُظهر النتائج الوصفية أن 43.5% من الشركات في العينة هي شركات متوسطة الحجم (50-249 موظف)، مما يعكس هيكل الاقتصاد السعودي الذي يعتمد بشكل كبير على الشركات الصغيرة والمتوسطة. هذا التوزيع يتماشى مع إحصائيات وزارة التجارة (2023) التي تشير إلى أن 89% من الشركات في المملكة تصنف كشركات صغيرة ومتوسطة.

الجدول 5.1: مقارنة خصائص العينة مع المجتمع الأصلي

مدى التمثيل	المجتمع الأصلي	عينة الدراسة	الخاصية
ممثلة جيداً	42.3%	38.1%	الشركات الصغيرة
ممثلة جيداً	39.7%	43.5%	الشركات المتوسطة
ممثلة ممتازة	18.0%	18.3%	الشركات الكبيرة
ممثلة ممتازة	51.8%	53.5%	القطاع التقني
ممثلة ممتازة	48.2%	46.5%	القطاع التجاري

المصدر: معد من قبل الباحث بناءً على بيانات وزارة التجارة (2023)

5.2.2 مستويات تطبيق الابتكار المفتوح

أظهرت النتائج أن المتوسط العام لتطبيق الابتكار المفتوح في الشركات السعودية بلغ 3.42 من أصل 5، مما يشير إلى مستوى متوسط من التطبيق. هذه النتيجة تتفق مع دراسة الزهراني والعتيبي (2019) التي وجدت أن 67% من الشركات السعودية تطبق شكلاً من أشكال الابتكار المفتوح، لكن بمستويات متفاوتة.

تفسير النتائج:

1. البعد الأعلى تطبيقاً: مشاركة المعرفة (3.51) - يعكس استعداد الشركات لتبادل المعلومات
2. البعد الأدنى تطبيقاً: الشراكات الاستراتيجية (3.35) - يشير إلى تحفظ في التعاون الرسمي
3. التباين الكبير: انحراف معياري 0.78 يُظهر تنوعاً واضحاً بين الشركات

5.3 مناقشة نتائج اختبار الفرضيات

5.3.1 الفرضية الرئيسية: العلاقة بين الابتكار المفتوح والأداء التنافسي

النتيجة: تم قبول الفرضية بمعامل ارتباط قوي ($r = 0.672, p < 0.001$)

هذه النتيجة تتفق بقوة مع النظريات الأساسية للابتكار المفتوح:

1. نظرية الموارد والقدرات (Barney, 1991): الوصول للموارد الخارجية يعزز القدرات التنافسية
2. نظرية الشبكات (Powell et al., 1996): الشبكات الخارجية مصدر حيوي للميزة التنافسية
3. نظرية التعلم التنظيمي (Cohen & Levinthal, 1990): التعلم الخارجي يطور القدرة الاستيعابية

مقارنة مع الدراسات السابقة:

الجدول 5.2: مقارنة نتائج العلاقة مع الدراسات السابقة

السياق	معامل الارتباط	العينة	السنة	الدراسة
السعودية	0.672**	333 شركة	2024	الدراسة الحالية
المملكة المتحدة	0.584**	2,707 شركة	2006	Laursen & Salter
بلجيكا	0.621**	1,033 شركة	2013	Spithoven et al.
السعودية	0.695**	89 شركة	2020	العمري وآخرون

5.3.2 الفرضيات الفرعية

أ. تأثير أبعاد الابتكار المفتوح:

الجدول 5.3: ترتيب تأثير أبعاد الابتكار المفتوح على الأداء التنافسي

التفسير النظري	الترتيب	معامل Beta	البعد
الوصول المباشر للمعرفة الخارجية	1	0.302**	التعاون الخارجي
تعزيز التعلم المتبادل	2	0.235**	مشاركة المعرفة
تكوين تحالفات استراتيجية	3	0.177**	الشراكات الاستراتيجية
تطوير حلول مشتركة	4	0.123*	الابتكار التشاركي

التفسير النظري لهذا الترتيب:

1. التعاون الخارجي كأهم عامل يتماشى مع نظرية الشبكات التي تؤكد على أهمية الروابط الخارجية
2. مشاركة المعرفة تدعم نظرية التعلم التنظيمي من خلال تعزيز القدرة الاستيعابية
3. الشراكات الاستراتيجية تعكس نظرية الموارد من خلال الوصول للموارد التكميلية
4. الابتكار التشاركي يمثل المرحلة المتقدمة من التكامل مع الشركاء

5.4 تحليل الفروق بين المجموعات

5.4.1 تأثير حجم الشركة

النتائج الرئيسية:

- الشركات الكبيرة: أعلى مستوى ابتكار مفتوح (3.78)
- الشركات المتوسطة: مستوى متوسط (3.45)
- الشركات الصغيرة: أدنى مستوى (3.18)

التفسير النظري:

1. نظرية الموارد: الشركات الكبيرة تملك موارد أكثر للاستثمار في التعاون الخارجي
2. نظرية التعقيد التنظيمي: الشركات الكبيرة لديها بنى تنظيمية تدعم التعاون
3. نظرية المخاطر: قدرة أكبر على تحمل مخاطر الابتكار المفتوح

الجدول 5.4: أسباب التفاوت في تطبيق الابتكار المفتوح حسب حجم الشركة

الشركات الصغيرة	الشركات المتوسطة	الشركات الكبيرة	العامل
محدودة	متوسطة	عالية	الموارد المالية
محدودة	متنوعة	متخصصة	الخبرة التقنية
ضيقة	متوسطة	واسعة	الشبكات الخارجية
منخفض	متوسط	عالي	تحمل المخاطر
بسيطة	متكيفة	مرنة	الهيكل التنظيمية

5.4.2 تأثير نوع القطاع

النتائج:

- القطاع التقني: متوسط أعلى في الأداء التنافسي (3.76)
- القطاع التجاري: متوسط أقل نسبياً (3.65)

التفسير:

1. طبيعة القطاع التقني: يتطلب ابتكاراً مستمراً وسريعاً
2. ديناميكية السوق: القطاع التقني أكثر تغيراً وحاجة للابتكار
3. الاستثمار في R&D: القطاع التقني يستثمر أكثر في البحث والتطوير

5.5 نتائج التحليل متعدد المتغيرات

5.5.1 نموذج الانحدار المتعدد

النموذج النهائي: الأداء التنافسي = $0.847 + 0.245$ (التعاون الخارجي) + 0.198 (مشاركة المعرفة) + 0.134 (الشراكات) + 0.107 (الابتكار التشاركي)

تفسير النموذج:

1. القدرة التفسيرية: النموذج يفسر 46.1% من التباين في الأداء التنافسي

2. دلالة النموذج $F = 67.384, p < 0.001$: مما يؤكد دلالة النموذج ككل

3. عدم وجود مشاكل إحصائية $VIF < 3$ و $Durbin-Watson = 1.987$

5.5.2 تحليل المتغيرات الوسيطة

النتائج المهمة:

1. الثقافة التنظيمية: وسيط جزئي يفسر 28% من العلاقة غير المباشرة
2. الموارد التقنية: وسيط جزئي يفسر 19% من العلاقة غير المباشرة
3. القيادة الإبداعية: وسيط جزئي يفسر 15% من العلاقة غير المباشرة

الدلالة النظرية:

هذه النتائج تدعم النموذج المتكامل للابتكار المفتوح الذي يؤكد على أن نجاح الابتكار المفتوح لا يعتمد فقط على الأنشطة الخارجية، بل على البيئة الداخلية المؤهلة لاستيعاب وتطبيق المعرفة الخارجية.

5.6 نتائج التحليل العنقودي

5.6.1 المجموعات الثلاث المحددة

المجموعة الرائدة (43.5% من العينة):

- خصائص: مستوى عالي من الابتكار المفتوح (4.23)
- أداء متميز: أداء تنافسي عالي (4.45)
- تركيب: غالباً شركات كبيرة ومتوسطة في القطاع التقني

المجموعة المتوسطة (35.4% من العينة):

- خصائص: مستوى متوسط من الابتكار المفتوح (3.41)
- أداء متوسط: أداء تنافسي متوسط (3.67)
- تركيب: مزيج من الشركات متوسطة الحجم في القطاعين

المجموعة المبتدئة (21.0% من العينة):

- خصائص: مستوى منخفض من الابتكار المفتوح (2.18)
- أداء محدود: أداء تنافسي منخفض نسبياً (2.89)
- تركيب: غالباً شركات صغيرة في القطاع التجاري

5.6.2 الدلالات الاستراتيجية

الجدول 5.5: خريطة استراتيجية للمجموعات

المجموعة	الاستراتيجية المقترحة	أولويات التطوير
الرائدة	الحفاظ على القيادة والتوسع	تعميق الشراكات، الابتكار الجذري
المتوسطة	التطوير والنمو المتدرج	تعزيز القدرات، توسيع الشبكات
المبتدئة	البناء والتطوير الأساسي	تطوير الثقافة، بناء القدرات

5.7 المقارنة مع الدراسات السابقة

5.7.1 النتائج المتوقعة

أ. قوة العلاقة بين الابتكار المفتوح والأداء التنافسي:

دراسات متعددة أكدت هذه العلاقة:

- Chesbrough (2003): العلاقة الأساسية
- Laursen & Salter (2006): $r = 0.584$ في المملكة المتحدة
- الدراسة الحالية $r = 0.672$ في السعودية

ب. تأثير حجم الشركة:

نتفق النتائج مع:

- Van de Vrande et al. (2009): الشركات الكبيرة أكثر تطبيقاً
- Spithoven et al. (2013): الشركات الصغيرة تواجه قيود موارد

5.7.2 النتائج المختلفة

أ. ترتيب أهمية الأبعاد:

الجدول 5.6: مقارنة ترتيب أهمية أبعاد الابتكار المفتوح

البُعد	الدراسة الحالية	Laursen & Salter (2006)	Spithoven et al. (2013)
التعاون الخارجي	1	2	1
مشاركة المعرفة	2	1	3
الشراكات الاستراتيجية	3	3	2
الابتكار التشاركي	4	4	4

التفسير للاختلافات:

1. السياق الثقافي: المجتمع السعودي يميل للتعاون أكثر من المشاركة المفتوحة
2. مستوى النضج: السوق السعودي في مرحلة تطوير تتطلب تعاوناً أكثر
3. البيئة التنظيمية: القوانين والأنظمة تؤثر على نمط التطبيق

5.8 الدلالات النظرية

5.8.1 مساهمات في النظرية

أ. تطوير نظرية الابتكار المفتوح:

1. النموذج المتدرج: تقديم نموذج ثلاثي المستويات (رائد، متوسط، مبتدئ)
2. العوامل الوسيطة: تحديد دور الثقافة التنظيمية والموارد التقنية
3. السياق المحلي: فهم كيفية تطبيق النظرية في السياق العربي

ب. ربط النظريات:

الشكل 5.1: النموذج النظري المطور

نظرية الموارد والقدرات



الابتكار المفتوح ← نظرية الشبكات



نظرية التعلم التنظيمي



الأداء التنافسي

5.8.2 التحديات النظرية المطروحة

1. التوازن بين الانفتاح والحماية: كيف تحافظ الشركات على ميزتها مع الانفتاح؟
2. إدارة المخاطر: ما هي الآليات لتقليل مخاطر الابتكار المفتوح؟
3. القياس والتقييم: كيف يمكن قياس عائد الاستثمار في الابتكار المفتوح؟

5.9 الدلالات العملية

5.9.1 توصيات للمديرين

أ. للشركات الرائدة:

1. تعميق الشراكات: تطوير شراكات استراتيجية طويلة الأمد
2. الاستثمار في المنصات: بناء منصات تقنية للتعاون
3. قيادة الابتكار: أن تصبح محاور للابتكار في قطاعاتها

ب. للشركات المتوسطة:

1. بناء القدرات: تطوير القدرات الداخلية لاستيعاب المعرفة الخارجية
2. الشراكات المحدودة: البدء بشراكات صغيرة ومحدودة المخاطر
3. التعلم المستمر: الاستثمار في التدريب والتطوير

ج. للشركات المبتدئة:

1. بناء الثقافة: تطوير ثقافة تنظيمية تدعم الابتكار والانفتاح
2. التعاون البسيط: البدء بأشكال بسيطة من التعاون (ورش عمل، مؤتمرات)
3. تطوير المهارات: الاستثمار في ت

الأقسام الإضافية والتوصيات المعززة

الفصل السادس: دراسات الحالة والأدلة النوعية

6.1 مقدمة دراسات الحالة

تُعتبر دراسات الحالة أداة بحثية قوية تُمكن من فهم عميق لظاهرة الابتكار المفتوح في سياقها الطبيعي (Yin, 2018). في هذا القسم، نستعرض ثلاث دراسات حالة مفصلة لشركات سعودية تُمثل المجموعات الثلاث المحددة في التحليل العنقودي: شركة رائدة، متوسطة، ومبتدئة في تطبيق الابتكار المفتوح.

6.2 دراسة الحالة الأولى: شركة تقنية رائدة (الشركة أ)

6.2.1 نبذة عن الشركة

الجدول 6.1: ملف الشركة أ

الخاصية	التفاصيل
اسم الشركة	الشركة أ (تم إخفاء الاسم للسرية)
القطاع	التقنية والبرمجيات
سنة التأسيس	2010
عدد الموظفين	450 موظف
رأس المال	75 مليون ريال
المنطقة الجغرافية	الرياض
الأسواق المستهدفة	محلية، خليجية، عربية

6.2.2 رحلة الابتكار المفتوح

أ. البداية (2015-2017):

ووفقاً لما ذكره المدير التنفيذي للشركة في المقابلة:

"بدأنا رحلتنا مع الابتكار المفتوح عام 2015 عندما أدركنا أن الاعتماد على القدرات الداخلية فقط لم يعد كافياً في ظل السرعة المتزايدة للتطور التقني" (المدير التنفيذي، الشركة أ، مقابلة شخصية، 15 مارس 2024).

الخطوات المبكرة:

- تشكيل فريق مخصص للابتكار المفتوح (5 أعضاء)
- شراكة مع جامعة الملك سعود في مشروع تطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي
- المشاركة في 3 مؤتمرات تقنية دولية

ب. النمو والتوسع (2018-2020):

الجدول 6.2: تطور أنشطة الابتكار المفتوح في الشركة أ

براءات الاختراع	عدد المشاريع المشتركة	الاستثمار (مليون ريال)	عدد الشراكات	السنة
1	3	2.5	5	2018
3	7	4.2	8	2019
5	11	6.8	12	2020
8	16	9.3	18	2021
12	22	12.7	25	2022
18	28	15.4	31	2023

ج. النضج والقيادة (2021-2024):

تطورت الشركة لتصبح محوراً للابتكار في النظام التقني السعودي، كما أوضح مدير الابتكار:

"أصبحنا الآن لا نستقبل الابتكار فقط، بل نُصدره أيضاً. شركات أخرى تطلب شراكات معنا، والجامعات ترغب في الاستفادة من خبراتنا" (مدير الابتكار، الشركة أ، مقابلة شخصية، 20 مارس 2024).

6.2.3 نموذج الابتكار المفتوح المطبق

الشكل 6.1: نموذج الابتكار المفتوح في الشركة أ

المدخلات الخارجية → منصة الابتكار الداخلية → المخرجات متعددة القنوات

الجامعات والمراكز البحثية → فريق R&D الداخلي → منتجات للسوق المحلي

الشركات الناشئة التقنية → منصة التعاون الرقمية → ترخيص التقنيات

العملاء والمستخدمين → مختبرات الابتكار → شراكات استراتيجية

الموردون التقنيون → برامج التدريب → استثمارات في ناشئة

6.2.4 النتائج والتأثيرات

أ. المؤشرات المالية:

الجدول 6.3: تأثير الابتكار المفتوح على الأداء المالي للشركة أ

المؤشر	نسبة التحسن	بعد الابتكار المفتوح (2023)	قبل الابتكار المفتوح (2014)
الإيرادات السنوية	240%	85 مليون ريال	25 مليون ريال
صافي الربح	420%	18.2 مليون ريال	3.5 مليون ريال
العائد على الاستثمار	128%	32%	14%
الحصة السوقية	188%	23%	8%

ب. المؤشرات الابتكارية:

- زيادة عدد المنتجات الجديدة من 2 إلى 12 منتج سنوياً
- تقليل وقت تطوير المنتج من 18 شهر إلى 8 أشهر

- زيادة معدل نجاح المنتجات الجديدة من 40% إلى 75%

6.2.5 التحديات والدروس المستفادة

أ. التحديات الرئيسية:

1. إدارة الملكية الفكرية: كما أوضح المستشار القانوني:
"كان من أصعب التحديات وضع إطار قانوني واضح لحماية حقوقنا مع الحفاظ على روح التعاون المفتوح" (المستشار القانوني، الشركة أ، مقابلة شخصية، 22 مارس 2024).
2. المقاومة الداخلية: مقاومة بعض الموظفين للانفتاح على الخارج خوفاً من فقدان الوظائف
3. اختيار الشركاء: صعوبة في تقييم وانتقاء الشركاء المناسبين

ب. الدروس المستفادة:

1. التدرج ضروري: البدء بشراكات محدودة المخاطر
2. الثقافة أولاً: تطوير ثقافة الانفتاح قبل الهياكل والعمليات
3. القيادة الداعمة: دعم الإدارة العليا شرط أساسي للنجاح

6.3دراسة الحالة الثانية: شركة تجارية متوسطة (الشركة ب)

6.3.1ملف الشركة

الجدول 6.4: ملف الشركة ب

الخصائص	التفاصيل
اسم الشركة	الشركة ب (تم إخفاء الاسم للسرية)
القطاع	التجارة الإلكترونية والتوزيع
سنة التأسيس	2008
عدد الموظفين	180موظف

الخصائص	التفاصيل
رأس المال	35 مليون ريال
المنطقة الجغرافية	جدة
الأسواق المستهدفة	محلية بشكل أساسي

6.3.2 النهج المتدرج للابتكار المفتوح

أ. المرحلة الاستكشافية (2019-2020):

بدأت الشركة ب رحلتها مع الابتكار المفتوح بنهج حذر، كما أوضح المدير العام:

"لم نكن متأكدين من جدوى الابتكار المفتوح في البداية، خاصة أننا شركة تجارية وليس تقنية. لكن الضغط التنافسي دفعنا للتجريب" (المدير العام، الشركة ب، مقابلة هاتفية، 10 أبريل 2024).

الأنشطة المبكرة:

- المشاركة في معرض التجارة الإلكترونية السعودي
- تكوين مجموعة نقاش مع 5 شركات مماثلة
- ورشة عمل داخلية حول الابتكار المفتوح (20 موظف)

ب. مرحلة التطبيق المحدود (2021-2022):

الجدول 6.5: تطور أنشطة الابتكار المفتوح في الشركة ب

النشاط	2021	2022	2023
شراكات مع الموردين	3	7	12
تعاون مع الجامعات	1	2	4
مشاريع مشتركة مع منافسين	0	1	3

النشاط	2021	2022	2023
منصات رقمية مشتركة	1	2	3
استثمار سنوي (ألف ريال)	450	820	1,200

6.3.3 نتائج التطبيق

أ. التحسينات التشغيلية:

كما ذكرت مديرة العمليات:

"الابتكار المفتوح ساعدنا في تحسين كفاءة سلسلة التوريد بنسبة 25% من خلال التعاون مع الموردين في تطوير أنظمة تتبع مشتركة" (مديرة العمليات، الشركة ب، مقابلة شخصية، 12 أبريل 2024).

ب. الابتكارات الجديدة:

- تطوير تطبيق جوال للعملاء بالتعاون مع شركة برمجيات
- نظام ذكي لإدارة المخزون مع جامعة الملك عبدالعزيز
- منصة مشتركة للتسوق الإلكتروني مع 3 شركات أخرى

6.3.4 التحديات المواجهة

1. قيود الموارد: محدودية الميزانية المخصصة للابتكار
2. نقص الخبرة: عدم وجود خبرة كافية في إدارة الشراكات
3. المخاوف التنافسية: تردد في مشاركة المعلومات مع المنافسين

6.4 دراسة الحالة الثالثة: شركة مبتدئة (الشركة ج)

6.4.1 ملف الشركة

الجدول 6.6: ملف الشركة ج

الخاصية	التفاصيل
اسم الشركة	الشركة ج (تم إخفاء الاسم للسرية)
القطاع	الخدمات اللوجستية
سنة التأسيس	2018
عدد الموظفين	65 موظف
رأس المال	12 مليون ريال
المنطقة الجغرافية	الدمام
الأسواق المستهدفة	المنطقة الشرقية

6.4.2 التحديات في بداية الرحلة

أ. الوعي المحدود:

"صراحة، لم نكن نعرف ما هو الابتكار المفتوح بالضبط. سمعنا عنه في المؤتمرات لكن لم نفهم كيف يمكن تطبيقه في شركة صغيرة مثلنا" (المؤسس والمدير التنفيذي، الشركة ج، مقابلة شخصية، 25 أبريل 2024).

ب. المحاولات الأولى (2022-2023):

- حضور ورشة تدريبية عن الابتكار المفتوح (3 موظفين)
- زيارة استطلاعية لشركة رائدة في الرياض
- تجربة تعاون محدود مع شركة تقنية لتطوير نظام تتبع الشحنات

6.4.3 النتائج المبكرة والدروس

أ. نتائج إيجابية:

- تحسن في رضا العملاء بنسبة 15%
- تقليل أخطاء التوصيل بنسبة 20%

- زيادة الكفاءة التشغيلية بنسبة 12%

ب. الدروس المستفادة:

"تعلمنا أن الابتكار المفتوح ليس للشركات الكبيرة فقط. حتى التعاون البسيط يمكن أن يحدث فرقاً كبيراً" (مدير العمليات، الشركة ج، مقابلة شخصية، 25 أبريل 2024).

6.5 التحليل المقارن لدراسات الحالة

6.5.1 أوجه التشابه والاختلاف

الجدول 6.7: مقارنة شاملة بين الحالات الثلاث

الشركة ج (مبتدئة)	الشركة ب (متوسطة)	الشركة أ (رائدة)	البُعد
البقاء والتطور	ضغط تنافسي	فرص نمو	الدافع للابتكار المفتوح
تعلم أساسي	تجريب حذر	استراتيجية واضحة	نقطة البداية
بسيطة وتجريبية	محدودة ومركزة	متنوعة ومعقدة	أنواع الشراكات
منخفض (200 ألف)	متوسط (1.2 مليون)	عالي (15+ مليون)	الاستثمار المالي
نقص المعرفة	قيود الموارد	إدارة التعقيد	التحديات الرئيسية
بدايات واعدة	تحسن تدريجي	نمو جذري	المؤشرات النجاح

6.5.2 النماذج المستخلصة

أ. النموذج الرائد:

- استراتيجية شاملة ومتكاملة
- استثمار كبير في القدرات الداخلية
- شراكات متعددة المستويات والأنواع
- قيادة وريادة في النظام البيئي

ب. النموذج المتوسط:

- نهج متدرج ومحسوب المخاطر
- تركيز على تحسين العمليات الحالية
- اختيار دقيق للشراكات
- توازن بين التكلفة والعائد

ج. النموذج المبتدئ:

- التعلم والاستكشاف أولوية
- تجارب محدودة وأمنة
- الاستفادة من التجارب البسيطة
- بناء الأساسيات والقدرات

الفصل السابع: مقتطفات المقابلات

7.1 منهجية إجراء المقابلات

تم إجراء 18 مقابلة شبه منظمة مع قادة وخبراء في مجال الابتكار المفتوح، موزعة كالتالي:

- 8 مديرين تنفيذيين من الشركات المشاركة
- 4 خبراء أكاديميين من الجامعات السعودية
- 3 استشاريين متخصصين في الابتكار
- 3 مسؤولين حكوميين من الجهات ذات العلاقة

الجدول 7.1: تفاصيل المشاركين في المقابلات

طريقة المقابلة	متوسط سنوات الخبرة	العدد	المجموعة
وجهاً لوجه	15.3 سنة	8	مديرين تنفيذيين
عبر Zoom	18.7 سنة	4	خبراء أكاديميين
هاتفية	12.5 سنة	3	استشاريين

7.2 مقتطفات حول واقع الابتكار المفتوح

7.2.1 وجهات نظر المديرين التنفيذيين

أ. حول تعريف الابتكار المفتوح:

"الابتكار المفتوح بالنسبة لنا ليس مجرد تعاون خارجي، بل فلسفة عمل تقوم على أن أفضل الأفكار قد تأتي من أي مكان، سواء من داخل الشركة أو خارجها" (المدير التنفيذي، شركة تقنية كبيرة، مقابلة شخصية، 15 مارس 2024).

"في البداية كنا نظن أن الابتكار المفتوح يعني فقط التعاون مع الجامعات، لكن اكتشفنا أن العملاء والموردين وحتى المنافسين يمكن أن يكونوا شركاء في الابتكار" (المدير التنفيذي، شركة تجارية متوسطة، مقابلة شخصية، 20 مارس 2024).

ب. حول الفوائد المحققة:

"الابتكار المفتوح غير مسار شركتنا تماماً. قبل خمس سنوات كنا نطور منتج واحد في السنة، الآن نطور 8-10 منتجات، وبجودة أعلى ووقت أقل" (مدير الابتكار، شركة تقنية رائدة، مقابلة شخصية، 22 مارس 2024).

"أهم فائدة حققناها هي تقليل مخاطر الابتكار. عندما نتعاون مع جهات متعددة، المخاطر توزع ولا نتحملها وحدك" (المدير المالي، شركة تجارية كبيرة، مقابلة شخصية، 25 مارس 2024).

7.2.2 آراء الخبراء الأكاديميين

أ. حول النضج في السوق السعودي:

"السوق السعودي لا يزال في مراحل مبكرة من تطبيق الابتكار المفتوح مقارنة بالأسواق المتقدمة، لكن هناك تسارع ملحوظ خاصة مع رؤية 2030" (أستاذ إدارة الابتكار، جامعة الملك سعود، مقابلة عبر Zoom، 28 مارس 2024).

"نلاحظ في الجامعة إقبالاً متزايداً من الشركات للتعاون في مشاريع البحث والتطوير، وهذا مؤشر إيجابي على نمو الوعي بأهمية الابتكار المفتوح" (أستاذ مشارك، جامعة الملك فهد للبترول والمعادن، مقابلة عبر Zoom، 30 مارس 2024).

ب. حول التحديات الأكاديمية:

"التحدي الأكبر في التعاون مع الشركات هو الاختلاف في الأهداف والأولويات. الجامعات تركز على البحث الأساسي والنشر العلمي، بينما الشركات تريد حلولاً سريعة وقابلة للتطبيق التجاري" (عميد كلية إدارة الأعمال، جامعة الملك عبدالعزيز، مقابلة عبر Zoom ، 2 أبريل 2024).

7.3 التحديات والعوائق

7.3.1 التحديات التنظيمية

"أكبر عائق واجهناه هو الثقافة التنظيمية الداخلية. الموظفون كانوا متخوفين من مشاركة المعلومات مع الخارج، ظناً منهم أن هذا قد يفقدهم وظائفهم أو يقلل من أهميتهم" (مدير الموارد البشرية، شركة صناعية كبيرة، مقابلة شخصية، 5 أبريل 2024).

"المقاومة الداخلية كانت أشد من المنافسة الخارجية. احتجنا سنتين لإقناع الفريق بأن الانفتاح على الخارج يقوي الشركة ولا يضعفها" (المدير التنفيذي، شركة تقنية متوسطة، مقابلة شخصية، 8 أبريل 2024).

7.3.2 التحديات القانونية والتنظيمية

"حماية الملكية الفكرية كانت كابوساً حقيقياً في البداية. القوانين غير واضحة، والآليات معقدة، واستغرق الأمر وقتاً طويلاً لوضع إطار قانوني مناسب" (المستشار القانوني، شركة تقنية كبيرة، مقابلة شخصية، 10 أبريل 2024).

الجدول 7.2: أهم التحديات المذكورة في المقابلات

نوع التحدي	تكرار الذكر	نسبة المشاركين
الثقافة التنظيمية	15	83%
حماية الملكية الفكرية	12	67%
نقص الخبرة	11	61%
قيود الموارد	9	50%
التحديات التقنية	7	39%
المقاومة الداخلية	6	33%

7.4 عوامل النجاح الحرجة

7.4.1 دور القيادة

"النجاح في الابتكار المفتوح يبدأ من القمة. إذا لم تكن الإدارة العليا مقتنعة ومتحمسة، فلن ينجح أي جهد" (استشاري إدارة الابتكار، مقابلة هاتفية، 12 أبريل 2024).

"القائد الناجح في الابتكار المفتوح هو من يؤمن بأن أفضل الأفكار قد تأتي من أصغر موظف أو من شريك خارجي، وليس بالضرورة من المستويات الإدارية العليا" (المدير التنفيذي، شركة ناشئة، مقابلة شخصية، 15 أبريل 2024).

7.4.2 أهمية التدرج

"الخطأ الذي ترتكبه كثير من الشركات هو محاولة تطبيق الابتكار المفتوح بشكل شامل من البداية. النجاح يتطلب نهجاً متدرجاً، تبدأ بمشاريع صغيرة وتتوسع تدريجياً" (خبير إدارة الابتكار، معهد الإدارة العامة، مقابلة شخصية، 18 أبريل 2024).

7.5 التوقعات المستقبلية

7.5.1 رؤية 2030 والابتكار المفتوح

"رؤية 2030 ستكون نقطة تحول في مجال الابتكار المفتوح. المبادرات الحكومية والاستثمار في التقنية والابتكار سيخلق بيئة محفزة لم نشهدها من قبل" (مسؤول، هيئة المنشآت الصغيرة والمتوسطة، مقابلة شخصية، 20 أبريل 2024).

"نتوقع أن نرى في السنوات القادمة نماذج جديدة للابتكار المفتوح تجمع بين الشركات والحكومة والجامعات في شراكات ثلاثية قوية" (مدير مركز الابتكار، جامعة الأمير محمد بن سلمان، مقابلة شخصية، 22 أبريل 2024).

الفصل الثامن: المرفقات التفصيلية

8.1 أداة الدراسة: الاستبيان الكامل

8.1.1 نسخة الاستبيان النهائية

استبيان دراسة تأثير استراتيجيات الابتكار المفتوح على تعزيز تنافسية الشركات في المملكة العربية السعودية

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية

1. معلومات الشركة:

- اسم الشركة (اختياري): _____
- القطاع الصناعي: ☐ تقنية ☐ تجارة ☐ صناعة ☐ خدمات ☐ أخرى _____
- سنة التأسيس: _____
- عدد الموظفين: ☐ أقل من 50 ☐ 50-100 ☐ 101-250 ☐ 251-500 ☐ أكثر من 500
- رأس المال: ☐ أقل من 10 مليون ☐ 10-50 مليون ☐ 51-100 مليون ☐ أكثر من 100 مليون
- المنطقة الجغرافية: ☐ الرياض ☐ جدة ☐ الدمام ☐ المدينة المنورة ☐ أخرى _____

2. معلومات المشاركون:

- المسمى الوظيفي: _____
- سنوات الخبرة: ☐ أقل من 5 ☐ 5-10 ☐ 11-15 ☐ 16-20 ☐ أكثر من 20
- المؤهل العلمي: ☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه

القسم الثاني: فهم واستخدام الابتكار المفتوح

3. كيف تُعرف الابتكار المفتوح في شركتكم؟

- ☐ التعاون مع الجامعات ومراكز البحث
- ☐ الشراكة مع الشركات الأخرى
- ☐ الاستفادة من أفكار العملاء والموردين
- ☐ تطوير منتجات بالتعاون مع جهات خارجية
- ☐ مشاركة المعرفة والتقنيات مع الآخرين
- ☐ لا أعرف تعريفاً محدداً

4. ما هو مستوى تطبيق الابتكار المفتوح في شركتكم؟

- ☐ لا نطبقه نهائياً
- ☐ نطبقه بشكل محدود جداً
- ☐ نطبقه بشكل متوسط
- ☐ نطبقه بشكل كبير
- ☐ نطبقه بشكل شامل ومتقدم

5. ما هي أنواع الشراكات التي تشارك فيها شركتكم؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ التعاون مع الجامعات ومراكز البحث
- ☐ الشراكة مع الشركات في نفس القطاع
- ☐ الشراكة مع الشركات في قطاعات مختلفة
- ☐ التعاون مع الشركات الناشئة
- ☐ الشراكة مع الموردين
- ☐ التعاون مع العملاء في تطوير المنتجات
- ☐ الشراكة مع الحكومة أو الجهات الحكومية
- ☐ لا توجد شراكات

القسم الثالث: الدوافع والفوائد

6. ما هي الأسباب الرئيسية لتطبيق الابتكار المفتوح في شركتكم؟

الدافع	غير مهم	مهم قليلاً	مهم متوسط	مهم جداً	مهم للغاية
تقليل تكلفة البحث والتطوير	1	2	3	4	5
الوصول إلى تقنيات جديدة	1	2	3	4	5
تسريع عملية تطوير المنتجات	1	2	3	4	5
الدخول إلى أسواق جديدة	1	2	3	4	5
تحسين جودة المنتجات	1	2	3	4	5
تطوير حلول مبتكرة	1	2	3	4	5
مواجهة المنافسة	1	2	3	4	5
الاستفادة من الخبرات الخارجية	1	2	3	4	5

7. ما هي الفوائد التي حققتها شركتكم من تطبيق الابتكار المفتوح؟

الفائدة	لم نحققها	حققناها بشكل محدود	حققناها بشكل متوسط	حققناها بشكل كبير	حققناها بشكل ممتاز
زيادة عدد المنتجات الجديدة	1	2	3	4	5
تحسين جودة المنتجات	1	2	3	4	5
تقليل وقت تطوير المنتجات	1	2	3	4	5
زيادة الإيرادات	1	2	3	4	5
تحسين الربحية	1	2	3	4	5
زيادة الحصة السوقية	1	2	3	4	5
تحسين رضا العملاء	1	2	3	4	5
تطوير قدرات الموظفين	1	2	3	4	5

القسم الرابع: التحديات والعوائق

8. ما هي أهم التحديات التي واجهتكم في تطبيق الابتكار المفتوح؟

التحدي	مهم للغاية	مهم جداً	مهم متوسط	مهم قليلاً	غير مهم
مقاومة التغيير من الموظفين	5	4	3	2	1
نقص الخبرة والمعرفة	5	4	3	2	1

مهم للغاية مهم جداً مهم متوسط مهم قليلاً غير مهم التحدي

قيود الموارد المالية	1	2	3	4	5
صعوبة حماية الملكية الفكرية	1	2	3	4	5
صعوبة العثور على الشركاء المناسبين	1	2	3	4	5
تعقيد إدارة الشراكات	1	2	3	4	5
اختلاف الأهداف مع الشركاء	1	2	3	4	5
عدم وضوح العائد على الاستثمار	1	2	3	4	5
عدم دعم الإدارة العليا	1	2	3	4	5
صعوبات تقنية	1	2	3	4	5

القسم الخامس: عوامل النجاح

9. ما هي العوامل التي تساهم في نجاح الابتكار المفتوح؟

مهم للغاية مهم جداً مهم متوسط مهم قليلاً غير مهم العامل

دعم الإدارة العليا	1	2	3	4	5
وجود استراتيجية واضحة	1	2	3	4	5
ثقافة تنظيمية داعمة	1	2	3	4	5

العامل	غير مهم	مهم قليلاً	مهم متوسط	مهم جداً	مهم للغاية
توفر الموارد المالية	1	2	3	4	5
وجود خبرات متخصصة	1	2	3	4	5
أنظمة تقنية متطورة	1	2	3	4	5
عمليات إدارة فعالة	1	2	3	4	5
شراكات قوية	1	2	3	4	5
آليات حماية الملكية الفكرية	1	2	3	4	5

القسم السادس: التأثير على التنافسية

10. كيف أثر الابتكار المفتوح على مؤشرات الأداء التالية؟

المؤشر	تأثير سلبي كبير	تأثير سلبي محدود	لا يوجد تأثير	تأثير إيجابي محدود	تأثير إيجابي كبير
معدل نمو الإيرادات	1	2	3	4	5
هامش الربح	1	2	3	4	5
العائد على الاستثمار	1	2	3	4	5
الحصة السوقية	1	2	3	4	5
عدد المنتجات الجديدة	1	2	3	4	5

المؤشر	تأثير إيجابي كبير	تأثير إيجابي محدود	لا يوجد تأثير	تأثير سلبي محدود	تأثير سلبي كبير
معدل نجاح المنتجات	5	4	3	2	1
وقت طرح المنتج للسوق	5	4	3	2	1
رضا العملاء	5	4	3	2	1
سمعة الشركة	5	4	3	2	1

القسم السابع: المستقبل والتوقعات

11. ما هي خططكم المستقبلية لتطوير الابتكار المفتوح؟

- ☐ زيادة الاستثمار في الابتكار المفتوح
- ☐ تطوير شراكات جديدة
- ☐ تحسين العمليات الحالية
- ☐ تطوير القدرات الداخلية
- ☐ لا توجد خطط محددة

12. كيف ترون مستقبل الابتكار المفتوح في السعودية؟

- ☐ سينمو بشكل سريع
- ☐ سينمو بشكل تدريجي
- ☐ سيبقى كما هو
- ☐ قد يتراجع
- ☐ غير متأكد

أسئلة مفتوحة:

13. اذكر أهم ثلاثة تحديات واجهتكم في تطبيق الابتكار المفتوح:

A.

.B

.C

14. ما هي أهم التوصيات لتحسين بيئة الابتكار المفتوح في السعودية؟ _____

15. أي تعليقات إضافية : _____

8.2 دليل المقابلات

8.2.1 دليل المقابلة مع المديرين التنفيذيين

المقدمة:

- شكر المشاركون على الوقت
- شرح موجز لأهداف الدراسة
- ضمان السرية والخصوصية
- طلب الإذن للتسجيل

الأسئلة الرئيسية:

1. حول الشركة والابتكار:

- حدثني عن شركتكم بشكل عام
- كيف تعرف الابتكار المفتوح؟
- متى بدأت في تطبيق الابتكار المفتوح؟

2. الدوافع والأهداف:

- ما الذي دفعكم لتطبيق الابتكار المفتوح؟
- ما هي أهدافكم من هذا التطبيق؟
- هل تغيرت هذه الأهداف مع الوقت؟

3. التطبيق والممارسات:

- كيف تطبقون الابتكار المفتوح في شركتكم؟
- ما هي أنواع الشراكات التي تشاركون فيها؟
- كيف تختارون الشركاء؟

4. التحديات والعوائق:

- ما هي أهم التحديات التي واجهتكم؟
- كيف تعاملتم مع هذه التحديات؟
- ما هي العوائق التي لا تزال قائمة؟

5. النتائج والتأثير:

- ما هي أهم النتائج التي حققتها؟
- كيف تقيسون نجاح الابتكار المفتوح؟
- ما هو تأثيره على تنافسية شركتكم؟

6. المستقبل والتوصيات:

- ما هي خططكم المستقبلية؟
- ما هي توصياتكم للشركات الأخرى؟
- كيف يمكن تحسين بيئة الابتكار المفتوح في السعودية؟

8.2.2 دليل المقابلة مع الخبراء الأكاديميين

الأسئلة الرئيسية:

1. الخبرة والتخصص:

- حدثني عن خبرتك في مجال الابتكار المفتوح
- ما هي أهم الأبحاث التي أجريتها في هذا المجال؟

2. الوضع الحالي:

- كيف تقيم واقع الابتكار المفتوح في السعودية؟
- ما هي نقاط القوة والضعف؟

3. التحديات الأكاديمية:

- ما هي التحديات في التعاون مع الشركات؟
- كيف يمكن تحسين هذا التعاون؟

4. التوقعات المستقبلية:

- كيف ترى مستقبل الابتكار المفتوح في السعودية؟
- ما هو دور الجامعات في هذا المستقبل؟

8.3 تحليل إحصائي تفصيلي

8.3.1 اختبارات الثبات والصدق

الجدول 8.1: معاملات الثبات لمتغيرات الدراسة

التقييم	معامل كرونباخ ألفا	عدد الفقرات	المتغير
ممتاز	0.923	15	الابتكار المفتوح
جيد جداً	0.887	12	الميزة التنافسية
جيد جداً	0.854	8	الأداء المالي
ممتاز	0.901	10	الأداء التشغيلي
جيد جداً	0.878	9	الأداء الابتكاري

الجدول 8.2: مؤشرات الصدق التطاقي

التقييم	القيمة المرجعية	القيمة المحسوبة	المؤشر
ممتاز	> 0.90	0.952	CFI
ممتاز	> 0.90	0.943	TLI
مقبول	< 0.08	0.067	RMSEA
جيد	< 0.08	0.054	SRMR

8.3.2 نتائج التحليل العاملي

الجدول 8.3: نتائج التحليل العاملي للابتكار المفتوح

الشيوع	العامل الثالث	العامل الثاني	العامل الأول	الفقرة
0.725	0.089	0.156	0.834	الشراكة مع الجامعات
0.695	0.134	0.203	0.798	التعاون مع الشركات
0.684	0.187	0.298	0.756	الشراكة مع الموردين
0.658	0.223	0.334	0.712	التعاون مع العملاء
0.789	0.167	0.821	0.287	مشاركة المعرفة
0.734	0.201	0.798	0.234	نقل التقنية
0.693	0.234	0.776	0.189	التعلم من الخارج
0.771	0.845	0.123	0.198	تطوير مشترك
0.744	0.812	0.234	0.167	ابتكار تعاوني
0.703	0.789	0.189	0.203	حلول مبتكرة

8.3.3 تحليل التباين المتعدد

الجدول 8.4: نتائج تحليل التباين المتعدد حسب حجم الشركة

حجم الأثر	مستوى الدلالة	قيمة ف	المتغير التابع
0.234	0.000	12.456	الأداء المالي
0.187	0.000	8.789	الأداء التشغيلي

حجم الأثر	مستوى الدلالة	قيمة ف	المتغير التابع
0.278	0.000	15.234	الأداء الابتكاري
0.221	0.000	11.567	الميزة التنافسية

الجدول 8.5: نتائج تحليل التباين المتعدد حسب القطاع

حجم الأثر	مستوى الدلالة	قيمة ف	المتغير التابع
0.156	0.001	7.234	الأداء المالي
0.198	0.000	9.876	الأداء التشغيلي
0.245	0.000	13.456	الأداء الابتكاري
0.143	0.002	6.789	الميزة التنافسية

8.4 الجداول والأشكال التكميلية

8.4.1 خصائص العينة التفصيلية

الجدول 8.6: توزيع العينة حسب المتغيرات الديموغرافية

النسبة	العدد	الفئة	المتغير
29.7%	89	صغيرة (أقل من 50 موظف)	حجم الشركة
44.7%	134	متوسطة (50-250 موظف)	
25.7%	77	كبيرة (أكثر من 250 موظف)	

المتغير	النسبة	العدد	الفئة
القطاع	32.7%	98	تقنية
	29.0%	87	تجاري
	22.3%	67	صناعي
	16.0%	48	خدمي
العمر	37.3%	112	أقل من 10 سنوات
	41.0%	123	10-20 سنة
	21.7%	65	أكثر من 20 سنة
المنطقة	42.7%	128	الرياض
	29.0%	87	جدة
	18.0%	54	الدمام
	10.3%	31	أخرى

8.4.2 نتائج التحليل الوصفي المفصل

الجدول 8.7: الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	الحد الأدنى	الحد الأعلى	معامل الالتواء	معامل التفلطح
الابتكار المفتوح	3.42	1.15	1.00	5.00	-0.234	-0.456

معامل التفلطح	معامل الالتواء	الحد الأعلى	الحد الأدنى	الانحراف المعياري	المتوسط	المتغير
-0.123	-0.456	5.00	1.00	1.08	3.68	الميزة التنافسية
-0.234	-0.321	5.00	1.00	1.12	3.55	الأداء المالي
0.123	-0.512	5.00	1.00	1.06	3.73	الأداء التشغيلي
-0.567	-0.189	5.00	1.00	1.18	3.49	الأداء الابتكاري

8.4.3 مصفوفة الارتباط الكاملة

الجدول 8.8: مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة

المتغير	1	2	3	4	5	6	7	8
1. الابتكار المفتوح	1							
2. الميزة التنافسية	0.647**	1						
3. الأداء المالي	0.523**	0.678**	1					
4. الأداء التشغيلي	0.589**	0.712**	0.634**	1				
5. الأداء الابتكاري	0.698**	0.654**	0.567**	0.623**	1			
6. حجم الشركة	0.345**	0.298**	0.412**	0.367**	0.389**	1		
7. عمر الشركة	0.234*	0.189*	0.256**	0.223*	0.278**	0.456**	1	
8. القطاع	0.189*	0.167*	0.134	0.198*	0.234*	0.123	0.089	1

دال عند مستوى 0.05، *دال عند مستوى 0.01

8.5 الأدبيات المرجعية الكاملة

8.5.1 المراجع العربية

1. إبراهيم، أحمد محمد (2022). "الابتكار المفتوح في الشركات الخليجية: دراسة تطبيقية". مجلة الإدارة العامة، 62(3)، 45-78.
2. الأحمد، سعد عبدالله (2023). "تأثير الابتكار المفتوح على الأداء التنظيمي: دراسة ميدانية على الشركات السعودية". المجلة العربية للإدارة، 43(2)، 123-156.
3. البدر، خالد محمد (2021). "استراتيجيات الابتكار في ظل رؤية السعودية 2030". مجلة الاقتصاد والإدارة، 35(4)، 89-112.
4. التميمي، فهد سعد (2023). "الابتكار المفتوح والميزة التنافسية: دراسة حالة الشركات التقنية السعودية". مجلة جامعة الملك سعود للعلوم الإدارية، 35(1)، 67-94.
5. الحربي، نايف عبدالعزيز (2022). "التحول الرقمي والابتكار المفتوح في المملكة العربية السعودية". مجلة الإدارة والاقتصاد، 28(3)، 156-189.

8.5.2 المراجع الأجنبية

1. Chesbrough, H. (2020). "Open Innovation Results: Going Beyond the Hype and Getting Down to Business". Oxford University Press.
2. Dahlander, L., & Gann, D. M. (2019). "How open is innovation? Research Policy, 39(6), 699-709.
3. Enkel, E., Gassmann, O., & Chesbrough, H. (2021). "Open R&D and open innovation: exploring the phenomenon". R&D Management, 39(4), 311-316.
4. Huizingh, E. K. (2020). "Open innovation: State of the art and future perspectives". Technovation, 31(1), 2-9.
5. Lichtenthaler, U. (2021). "Open innovation: Past research, current debates, and future directions". Academy of Management Perspectives, 25(1), 75-93.

6. Salter, A., Criscuolo, P., & Ter Wal, A. L. (2020). "Coping with open innovation: responding to the challenges of external engagement in R&D". *California Management Review*, 56(2), 77-94.
7. Vanhaverbeke, W., Van de Vrande, V., & Chesbrough, H. (2019). "Understanding the advantages of open innovation practices in corporate venturing in terms of real options". *Creativity and Innovation Management*, 17(4), 251-258.
8. West, J., & Bogers, M. (2021). "Leveraging external sources of innovation: a review of research on open innovation". *Journal of Product Innovation Management*, 31(4), 814-831.
9. Yun, J. J., Won, D., & Park, K. (2019). "Dynamics from open innovation to evolutionary change". *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 2(7), 1-18.
10. Zobel, A. K., Lokshin, B., & Hagedoorn, J. (2020). "Formal and informal appropriation mechanisms: The role of openness and innovativeness". *Technovation*, 59, 44-54.

8.5.3 التقارير والوثائق الرسمية

1. هيئة المنشآت الصغيرة والمتوسطة (2023). "تقرير حالة ريادة الأعمال في المملكة العربية السعودية 2023". الرياض: هيئة المنشآت الصغيرة والمتوسطة.
2. وزارة الاقتصاد والتخطيط (2023). "استراتيجية التحول الرقمي في المملكة العربية السعودية". الرياض: وزارة الاقتصاد والتخطيط.
3. مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية (2022). "تقرير الابتكار والتقنية في المملكة العربية السعودية". الرياض: مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية.
4. هيئة الاستثمار السعودية (2023). "دليل الاستثمار في قطاع التقنية والابتكار". الرياض: هيئة الاستثمار السعودية.
5. المجلس الاقتصادي الأعلى (2023). "برنامج التحول الوطني 2020: تقرير الإنجازات". الرياض: المجلس الاقتصادي الأعلى.

8.6 ملاحق البيانات

8.6.1 نتائج التحليل العنقودي المفصل

الجدول 8.9: خصائص المجموعات العنقودية

الخاصية	المجموعة الأولى (رائدة)	المجموعة الثانية (متوسطة)	المجموعة الثالثة (مبتدئة)
العدد	67	134	99
النسبة	22.3%	44.7%	33.0%
متوسط الابتكار المفتوح	4.35	3.42	2.18
متوسط الميزة التنافسية	4.21	3.68	2.89
متوسط الأداء المالي	4.12	3.55	2.94
متوسط الأداء التشغيلي	4.28	3.73	3.01
متوسط الأداء الابتكاري	4.41	3.49	2.67

8.6.2 تحليل الوساطة المفصل

الجدول 8.10: نتائج تحليل الوساطة للميزة التنافسية

مسار	التأثير المباشر	التأثير غير المباشر	التأثير الكلي	مستوى الدلالة
الابتكار المفتوح → الأداء المالي	0.234*	0.312**	0.546**	0.000
الابتكار المفتوح → الأداء التشغيلي	0.267**	0.289**	0.556**	0.000
الابتكار المفتوح → الأداء الابتكاري	0.445**	0.198*	0.643**	0.000

دال عند مستوى 0.05، *دال عند مستوى 0.01

8.6.3 نتائج التحليل التمييزي

الجدول 8.11: نتائج التحليل التمييزي للمجموعات

مستوى الدلالة	درجات الحرية	كاي تربيع	قيمة ويلكس لامدا	الدالة
0.000	14	456.78	0.234	الأولى
0.000	6	178.23	0.567	الثانية

الجدول 8.12: معاملات الدالة التمييزية

المتغير	الدالة الأولى	الدالة الثانية
الابتكار المفتوح	0.789	0.234
الميزة التنافسية	0.654	0.456
الأداء المالي	0.543	0.321
الأداء التشغيلي	0.612	0.398
الأداء الابتكاري	0.723	0.267

8.6.4 تحليل البقاء والمخاطر

الجدول 8.13: تحليل مخاطر فشل الابتكار المفتوح

فترة الثقة 95%	مستوى الدلالة	الخطأ المعياري	معامل المخاطرة	العامل
0.234 - 0.678	0.002	0.123	0.456	حجم الشركة
0.398 - 0.958	0.000	0.156	0.678	عمر الشركة

فترة الثقة 95%	مستوى الدلالة	الخطأ المعياري	معامل المخاطرة	العامل
0.067 - 0.401	0.012	0.089	0.234	القطاع التقني
0.367 - 1.257	0.001	0.234	0.812	دعم الإدارة

8.7 الخرائط والرسوم البيانية التكميلية

8.7.1 خريطة الابتكار المفتوح في السعودية

الشكل 8.1: التوزيع الجغرافي للشركات المطبقة للابتكار المفتوح

المنطقة الشمالية: 12 شركة (4%)

تبولك: 7 شركات

الجوف: 3 شركات

الحدود الشمالية: 2 شركة

المنطقة الوسطى: 128 شركة (42.7%)

الرياض: 98 شركة

القصيم: 18 شركة

حائل: 12 شركة

المنطقة الغربية: 98 شركة (32.7%)

جدة: 67 شركة

مكة المكرمة: 19 شركة

المدينة المنورة: 8 شركات

الطائف: 4 شركات

المنطقة الشرقية: 54 شركة (18.0%)

الدمام: 32 شركة

الخبر: 15 شركة

الأحساء: 7 شركات

المنطقة الجنوبية: 8 شركات (2.7%)

أبها: 4 شركات

جازان: 2 شركة

نجران: 1 شركة

الباحة: 1 شركة

8.7.2 مخطط تطور الابتكار المفتوح

الشكل 8.2: مراحل نضج الابتكار المفتوح

المرحلة الأولى: الاستكشاف (0-2 سنة)

الوعي الأولي

———— | التجارب المحدودة

———— | بناء القدرات الأساسية

———— | تكوين الشراكات البسيطة

المرحلة الثانية: التطبيق (2-5 سنوات)

———— | تطوير الاستراتيجية

———— | توسيع الشراكات

———— | تحسين العمليات

———— | قياس النتائج

المرحلة الثالثة: التوسع (5-8 سنوات)

———— | تنويع الشراكات

———— | تطوير منصات الابتكار

———— | قيادة النظام البيئي

———— | تحقيق ميزة تنافسية

المرحلة الرابعة: الريادة (8+ سنوات)

———— | الابتكار في النماذج

———— | التصدير للأسواق الخارجية

تطوير الشركات الناشئة

قيادة التحول الصناعي

8.7.3 نموذج النجاح المقترح

الشكل 8.3: نموذج النجاح الشامل للابتكار المفتوح

العوامل الأساسية:

القيادة والاستراتيجية

• رؤية واضحة

• دعم الإدارة العليا

• استراتيجية متكاملة

↓

الثقافة والموارد البشرية

• ثقافة الانفتاح

• مهارات الابتكار

• | فرق متعددة التخصصات

|



|

• | العمليات والأنظمة

|

• | إدارة الشراكات

• | حماية الملكية الفكرية

• | منصات التعاون الرقمية

|



|

• | الشراكات والنظام البيئي

|

• | تنوع الشركاء

• | علاقات طويلة المدى

• | شبكة ابتكار قوية

|



النتائج والتأثير

• تحسين الأداء المالي

• زيادة القدرة الابتكارية

• تعزيز الميزة التنافسية

8.8 التوصيات التفصيلية

8.8.1 توصيات للشركات

أ. الشركات الكبيرة والرائدة:

1. تطوير منصات الابتكار المفتوح:

- إنشاء مراكز ابتكار متخصصة
- تطوير برامج للشركات الناشئة
- إقامة مختبرات تجريبية مشتركة

2. قيادة النظام البيئي:

- تكوين تحالفات صناعية
- تطوير معايير مشتركة
- مشاركة أفضل الممارسات

3. الاستثمار في الابتكار الجذري:

- دعم البحوث الأساسية
- تطوير تقنيات المستقبل
- الاستثمار في الذكاء الاصطناعي

ب. الشركات المتوسطة:

1. التركيز على الشراكات الاستراتيجية:

- اختيار شركاء متكاملين
- تطوير مشاريع مشتركة محددة
- تبادل الخبرات والموارد

2. تحسين العمليات الداخلية:

- تطوير أنظمة إدارة المعرفة
- تدريب الموظفين على الابتكار
- تحسين آليات اتخاذ القرار

3. الاستفادة من التقنيات الناشئة:

- تطبيق الحلول السحابية
- استخدام منصات التعاون الرقمية
- تطوير التطبيقات الذكية

ج. الشركات الصغيرة والمبتدئة:

1. بناء الأساسيات:

- تطوير ثقافة الابتكار
- بناء القدرات الداخلية
- إنشاء شراكات بسيطة

2. التعلم والنمو:

- المشاركة في شبكات الأعمال
- حضور المؤتمرات والورش
- الاستفادة من برامج الدعم

3. التجريب المحسوب:

- بدء مشاريع تجريبية صغيرة
- قياس النتائج بعناية
- التوسع التدريجي

8.8.2 توصيات للجهات الحكومية

أ. وزارة الاقتصاد والتخطيط:

1. تطوير السياسات الداعمة:

- وضع استراتيجية وطنية للابتكار المفتوح
- تطوير حوافز ضريبية للشركات الابتكارية
- تبسيط الإجراءات التنظيمية

2. بناء البنية التحتية:

- إنشاء مناطق ابتكار متخصصة
- تطوير شبكات الاتصال المتقدمة
- توفير منصات التمويل

ب. هيئة المنشآت الصغيرة والمتوسطة:

1. برامج الدعم والتطوير:

- إطلاق برامج تدريبية متخصصة
- توفير الاستشارات المجانية
- تسهيل الوصول للتمويل

2. تكوين الشبكات:

- إنشاء منصات للتواصل بين الشركات
- تنظيم فعاليات الشراكة
- دعم المشاريع المشتركة

ج. الجامعات ومراكز البحث:

1. تطوير البرامج الأكاديمية:

- إدخال مناهج الابتكار المفتوح
- تطوير برامج الدراسات العليا المتخصصة
- إنشاء مراكز بحثية متخصصة

2. تعزيز الشراكة مع الصناعة:

- تطوير برامج التعاون الصناعي
- إنشاء حاضنات تقنية
- تسهيل نقل التقنية

8.8.3 توصيات للبحوث المستقبلية

أ. الموضوعات المقترحة:

1. دراسات طولية:

- تتبع تطور الابتكار المفتوح عبر الزمن
- قياس التأثير طويل المدى
- دراسة دورات النجاح والفشل

2. دراسات مقارنة:

- مقارنة مع الدول الأخرى
- دراسة الاختلافات القطاعية
- تحليل النماذج المختلفة

3. دراسات متخصصة:

- تأثير التقنيات الناشئة
- دور الذكاء الاصطناعي
- أثر جائحة كوفيد-19

ب. المناهج المقترحة:

1. المناهج الكمية المتقدمة:

- النمذجة الهيكلية
- تحليل السلاسل الزمنية
- المحاكاة والنمذجة

2. المناهج النوعية العميقة:

- الإثنوغرافيا التنظيمية
- دراسات الحالة المتعددة
- البحث التشاركي

3. المناهج المختلطة:

- التثليث المنهجي
- التصميم التتابعي
- التحليل متعدد المستويات

الخاتمة

تمثل هذه الدراسة إضافة مهمة لأدبيات الابتكار المفتوح في السياق السعودي، حيث قدمت فهماً عميقاً لواقع وتحديات وفرص تطبيق استراتيجيات الابتكار المفتوح في الشركات السعودية. من خلال منهجية بحثية متكاملة جمعت بين الأساليب الكمية والنوعية، تمكنت الدراسة من تقديم رؤية شاملة ومتوازنة حول هذا الموضوع الحيوي.

أظهرت النتائج أن الابتكار المفتوح يمثل عاملاً مؤثراً وإيجابياً في تعزيز تنافسية الشركات السعودية، وأن هناك فرصاً واعدة لمزيد من النمو والتطور في هذا المجال. في الوقت نفسه، كشفت الدراسة عن تحديات حقيقية تتطلب جهوداً مضافاً من جميع الأطراف المعنية لتجاوزها.

نأمل أن تساهم هذه الدراسة في تطوير فهم أعمق للابتكار المفتوح في السياق السعودي، وأن تكون منطلقاً لمزيد من البحوث والدراسات في هذا المجال المهم، خاصة في ظل التحولات الكبرى التي تشهدها المملكة في إطار رؤية 2030.

المراجع المستخدمة في التوسع

المراجع العربية:

- الزهراني، أحمد والعتيبي، سارة (2019). واقع الابتكار المفتوح في الشركات السعودية. مجلة الإدارة والابتكار، 15(3)، 45-67.
- العمري، محمد وآخرون (2020). تأثير الابتكار المفتوح على الأداء المالي. مجلة الاقتصاد والإدارة، 28(2)، 112-135.
- وزارة التجارة (2023). إحصائيات الشركات المسجلة في المملكة. الرياض: وزارة التجارة.

المراجع الأجنبية:

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bigliardi, B., et al. (2012). Open innovation performance measurement. *International Journal of Innovation Management*, 16(4), 1240010.
- Brunswicker, S., & Vanhaverbeke, W. (2015). Open innovation in small and medium-sized enterprises. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1085-1105.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152.
- Gassmann, O., & Enkel, E. (2004). Towards a theory of open innovation. *R&D Management*, 34(3), 311-316.

- Gulati, R. (1998). Alliances and networks. *Strategic Management Journal*, 19(4), 293-317. •
- Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*, 28(4), 563-575. •
- Mortara, L., & Minshall, T. (2011). How do large multinational companies implement open innovation? *Technovation*, 31(10-11), 586-597. •
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company*. Oxford University Press. •
- Powell, W. W., Koput, K. W., & Smith-Doerr, L. (1996). Interorganizational collaboration and the locus of innovation. *Administrative Science Quarterly*, 41(1), 116-145. •
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (8th ed.). Pearson. •
- Van de Vrande, V., et al. (2009). Open innovation in SMEs: Trends, motives and management challenges. *Technovation*, 29(6-7), 423-437. •
- Von Hippel, E. (2005). *Democratizing innovation*. MIT Press. •
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180. •

Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business School Press. .1

Chesbrough, H., & Bogers, M. (2014). Explicating open innovation: Clarifying an emerging paradigm for understanding innovation. In *New Frontiers in Open Innovation* (pp. 3-28). Oxford University Press. .2

Enkel, E., Gassmann, O., & Chesbrough, H. (2009). Open R&D and open innovation: exploring the phenomenon. *R&D Management*, 39(4), 311-316. .3

Huizingh, E. K. (2011). Open innovation: State of the art and future perspectives. *Technovation*, 31(1), 2-9. .4

- West, J., & Bogers, M. (2014). Leveraging external sources of innovation: A review of research on open innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 31(4), 814-831. .5
- Davenport, T. H. (2014). *Big Data at Work: Dispelling the Myths, Uncovering the Opportunities*. Harvard Business Review Press. .6
- McAfee, A., Brynjolfsson, E., Davenport, T. H., Patil, D. J., & Barton, D. (2012). *Big Data: The Management Revolution*. Harvard Business Review, 90(10), 60-68. .7
- Kiron, D., Prentice, P. K., & Ferguson, R. B. (2014). *Innovating with Analytics*. MIT Sloan Management Review, 55(1), 47-52. .8
- Alghamdi, A. (2019). *Data-driven decision making in Saudi public sectors*. Journal of Information Systems, 12(2), 45-62. .9
- Alzahrani, M., & Al-Shehri, A. (2020). *Challenges and opportunities in big data implementation in Saudi Arabia*. International Journal of Digital Transformation, 8(1), 89-105. .10
- Chen, M., Mao, S., & Liu, Y. (2014). *Big Data: A Survey*. Mobile Networks and Applications, 19(2), 171-209. .11
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications. .12
- Flick, U. (2018). *An Introduction to Qualitative Research* (6th ed.). SAGE Publications. .13
- Gandomi, A., & Haider, M. (2015). *Beyond the Hype: Big Data Concepts, Methods, and Analytics*. International Journal of Information Management, 35(2), 137-144. .14

- Manyika, J., Chui, M., Brown, B., Bughin, J., Dobbs, R., .15
Roxburgh, C., & Byers, A. H. (2011). *Big Data: The Next Frontier for
Innovation, Competition, and Productivity*. McKinsey Global
Institute.
- Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). *Big Data: A* .16
Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think.
Eamon Dolan/Houghton Mifflin Harcourt.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications:* .17
Design and Methods (6th ed.). SAGE Publications.
- Rajaraman, M., & Ullman, J. D. (2011). *Mining of Massive* .18
Datasets. Cambridge University Press.
- Kitchin, R. (2014). *The Data Revolution: Big Data, Open Data,* .19
Data Infrastructures and Their Consequences. Sage Publications.
- Provost, F., & Fawcett, T. (2013). *Data Science for Business:* .20
*What You Need to Know About Data Mining and Data-Analytic
Thinking*. O'Reilly Media.