

تقييم تأثير استراتيجيات الابتكار على النمو المستدام في شركة سامسونج
السعودية بمدينة جدة

أسم الطالب

يحيى مستريح - ١٠٦٣٥٥٢٣٠٩

المشروع النهائي- ٢

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر - د. Sara Faried

د. Rana Ali - د. Alaa Ahmed

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

الشكر والتقدير

أود أن أعبر عن خالص شكري وامتناني لكل من ساندني وقدم لي الدعم خلال رحلتي الأكاديمية، وساهم بشكل مباشر أو غير مباشر في إنجاز هذا البحث.

أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى جامعة ميدأوشن لما وفرتة من بيئة تعليمية محفزة وداعمة للبحث العلمي والتفكير النقدي.

كما أتوجه بالشكر العميق إلى الدكتور عبدالرحيم نادر على دعمه الأكاديمي وتوجيهاته القيمة التي كان لها بالغ الأثر في تطوير هذا المشروع.

ولا يفوتني أن أثني على الجهود والملاحظات العلمية البناءة التي تلقيتها من:

- الدكتورة سارة فريد
- الدكتورة رنا علي
- الدكتورة آلاء أحمد

لقد كان لتشجيعهم وملاحظاتهم دور كبير في تحسين جودة البحث وتعميق رؤيتي للموضوع.

وأخيرًا، أخص بالشكر عائلتي الكريمة وأصدقائي الأعزاء، الذين كانوا دومًا مصدر إلهام وسند معنوي طوال فترة إعداد هذا المشروع

الإهداء

إلى من غرست في قلبي حبّ العلم، وكانت نبعًا لا ينضب من الدعاء والدعم
إلى أمي الحبيبة، التي وقفت بجانبني في كل خطوة، وألهمتني القوة والثبات

وإلى أبي العزيز، الذي علّمني أن الإرادة تصنع المعجزات

إلى أخواتي وإخواني، شركاء الرحلة وضوء الأيام

إلى كل من آمن بي وشجّعني في اللحظات الصعبة

إلى كل حلم كدت أن أتخلى عنه، لكنني تمسكت به حتى صار واقعًا

أهدي هذا العمل المتواضع، عربون امتنان ومحبة،

ودعوة صادقة أن يكون بداية لما هو أعظم.

مستخلص الدراسة

يهدف هذا البحث إلى تقييم تأثير استراتيجيات الابتكار على النمو المستدام في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة. تتبع أهمية الدراسة من التحديات المتزايدة التي تواجهها المؤسسات في تحقيق نمو طويل الأجل ومتوازن، حيث أصبح الابتكار ضرورة استراتيجية تساهم في تحسين الأداء البيئي والاقتصادي والاجتماعي. وقد تمثلت مشكلة البحث في الحاجة إلى فهم مدى فاعلية تطبيق استراتيجيات الابتكار في دعم النمو المستدام داخل بيئة عمل سعودية تنافسية.

تم استخدام المنهج الكمي الاستدلالي، مع اعتماد أسلوب دراسة الحالة، وتصميم مقطعي زمني، لجمع البيانات من عينة مكونة من ١٤٨ موظفًا من شركة سامسونج. وتم استخدام استبانة مصممة خصيصًا لقياس المتغيرين الرئيسيين: استراتيجيات الابتكار بأبعادها (التكنولوجي، التنظيمي، التسويقي)، والنمو المستدام بأبعاده (الاقتصادي، الاجتماعي، البيئي). وقد تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار الفرضيات وتحديد طبيعة العلاقة بين المتغيرين.

أظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي وذو دلالة إحصائية بين استراتيجيات الابتكار والنمو المستدام، حيث كان الابتكار التكنولوجي هو الأعلى تأثيرًا، يليه التنظيمي، ثم التسويقي. كما كشفت النتائج عن وجود تفاوت نسبي في تطبيق استراتيجيات الابتكار بين الإدارات، ما يشير إلى فرص لتعزيز التكامل المؤسسي في دعم الاستدامة.

وتبرز أهمية هذا البحث على المستوى النظري في إثراء الأدبيات المتعلقة بعلاقة الابتكار بالاستدامة في السياق السعودي، بينما تكمن أهميته التطبيقية في تقديم توصيات عملية يمكن أن تساعد الشركات – خاصة متعددة الجنسيات العاملة في المملكة – على تبني نهج استراتيجي يعزز النمو المستدام من خلال الابتكار.

الكلمات المفتاحية: استراتيجيات الابتكار – النمو المستدام – الابتكار التكنولوجي – سامسونج السعودية – جدة – البيئة المؤسسية

Abstract

This research aims to assess the impact of innovation strategies on sustainable growth at Samsung Saudi Arabia in Jeddah. The importance of the study stems from the increasing challenges faced by organizations in achieving long-term and balanced growth, where innovation has become a strategic necessity contributing to improved environmental, economic, and social performance. The research problem lies in the need to understand the effectiveness of applying innovation strategies in supporting sustainable growth within a competitive Saudi work environment.

A quantitative inferential approach was employed, using a case study design with a cross-sectional time frame. Data were collected from a sample of 148 Samsung employees. A specially designed questionnaire was used to measure the two main variables: innovation strategies with their dimensions (technological, organizational, and marketing), and sustainable growth with its dimensions (economic, social, and environmental). Data were analyzed using appropriate statistical methods to test the hypotheses and determine the nature of the relationship between the variables.

The results indicated a positive and statistically significant impact of innovation strategies on sustainable growth, with technological innovation having the highest effect, followed by organizational and then marketing innovation. The findings also revealed relative disparities in the application of innovation strategies across departments, indicating opportunities to enhance institutional integration in supporting sustainability.

The theoretical significance of this research lies in enriching the literature on the relationship between innovation and sustainability in the Saudi context, while its practical significance is in providing actionable recommendations that can help companies—particularly multinational firms operating in the Kingdom—adopt a strategic approach that promotes sustainable growth through innovation.

Keywords: Innovation Strategies – Sustainable Growth – Technological Innovation – Samsung Saudi Arabia – Jeddah – Organizational Environment

جدول المحتويات

١	الشكر والتقدير.....
٢	الإهداء.....
٣	مستخلص الدراسة.....
٤	Abstract.....
٨	١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
٩	١, ١. المقدمة.....
١١	١, ٢. مشكلة الدراسة.....
١١	1.2.1. فجوات على المستوى النظري.....
١٢	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي.....
١٢	1.3. أهمية الدراسة.....
١٢	1.3.1. على المستوى النظري.....
١٢	1.3.2. على المستوى التطبيقي.....
١٣	1.4. أسئلة الدراسة.....
١٣	1.5. أهداف الدراسة.....
١٤	1.6. فرضيات الدراسة.....
١٥	1.7. نموذج الدراسة.....
١٨	1.8. الدراسة الميدانية.....
١٩	1.9. مخطط المشروع.....
٢٠	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....
٢١	2.1. المقدمة.....
٢٢	2.3. المتغير التابع – النمو المستدام.....
٢٤	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....
٢٥	2.5. الخاتمة.....
٢٦	٣. الفصل الثالث: منهجية الدراسة.....
٢٧	٣, ١. المقدمة.....
٢٧	٣, ٢. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث.....
٢٨	٣, ٣. تصميم البحث (بصلة البحثي).....
٢٩	٣, ٤. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات.....
٣١	٣, ٥. طريقة جمع البيانات.....
٣٤	٣, ٦. أنواع البيانات.....
٣٥	٣, ٧. إجراءات التحليل الإحصائي.....

٣٦	٣,٨ الخاتمة.....
٣٧	٤. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج.....
٣٨	٤,١ المقدمة.....
٣٨	٤,٢ توصيف عينة الدراسة.....
٤٢	٤,٣ اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات.....
٤٦	٤,٤ الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث).....
٥٠	٤,٥ اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج.....
٥٧	٤,٦ الخاتمة.....
٥٨	٥. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات.....
٥٩	٥,١ المقدمة.....
٥٩	٥,٢ حدود الدراسة.....
٥٩	٥,٣ توصيات الدراسة والتطبيقات العملية.....
٦١	٥,٤ الدراسات المستقبلية.....
٦١	٥,٥ الخاتمة.....
٦٣	قائمة المراجع.....
٦٥	الملاحق (١).....
٧٠	الملاحق (٢).....
٧١	الملاحق (٣).....

جدول الأشكال

١٧	رسم توضيحي ١ تمثيل للنموذج المفاهيمي.....
٢٤	رسم توضيحي 2 العلاقة بين انواع الابتكار وابعاد النمو المستدام.....
٢٨	رسم توضيحي 3 بصلة البحث.....
٤٠	رسم توضيحي 4 تصنيف العينة وفقاً للجنس.....
٤٠	رسم توضيحي 5 تصنيف العينة وفقاً للفئة العمرية.....
٤١	رسم توضيحي 6 تصنيف العينة وفقاً للمؤهل العلمي.....
٤١	رسم توضيحي 7 تصنيف العينة وفقاً للخبرة.....
٤٢	رسم توضيحي 8 تصنيف العينة وفقاً للقسم الإداري.....
٥٢	رسم توضيحي ٩ العلاقة بين استراتيجيات الابتكار والنمو المستدام.....

رسم توضيحي ١٠ العلاقة بين ابعاد المتغير المستقل والمتغير التابع ٥٤

جدول الجداول

جدول 1	عدد الموظفين في الشركة في مدينة جدة.....	٢٩
جدول 2	توزيع العينة.....	٣٠
جدول 3	اختيار العينة العشوائية.....	٣١
جدول 4	توزيع فقرات استراتيجيات الابتكار حسب الابعاد.....	٣٢
جدول 5	توزيع فقرات النمو المستدام حسب الابعاد.....	٣٣
جدول 6	توصيف عينة الدراسة.....	٣٩
جدول ٧	معاملات ارتباط كل عبارة بالدرجة الكلية للمقياس التابعة له.....	٤٣
جدول ٨	موضح به القيم المستخرجة من برنامج SPSS.....	٤٥
جدول ٩	جدول دلالة المتوسطات الحسابية.....	٤٧
جدول ١٠	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة.....	٤٧
جدول 11	معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة.....	٥٠

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١. المقدمة:

تُعد استراتيجيات الابتكار اليوم من أهم الأدوات التي تعتمد عليها الشركات في تعزيز قدرتها التنافسية وضمان استمرارها في بيئات عمل سريعة التغير. فالابتكار لم يعد خيارًا إضافيًا أو ميزة تكميلية، بل أصبح ضرورة استراتيجية تسهم في تحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي والبيئي على حد سواء. ومع تسارع التطورات التقنية وظهور تحديات الاستدامة العالمية، تواجه الشركات ضغوطًا متزايدة لتبني ممارسات ابتكارية تُعزز من قدرتها على الاستجابة لمتغيرات السوق وتحقيق قيمة مضافة للمجتمع والبيئة في الوقت نفسه.

يمثل الابتكار مفهومًا ديناميكيًا يتجاوز مجرد إدخال تحسينات على المنتجات أو العمليات إلى كونه نهجًا شاملاً يشمل الابتكار التكنولوجي، التنظيمي، والتسويقي. وقد أظهرت الدراسات الحديثة، مثل دراسة Al-Ansari et al (٢٠١٣) في السياق السعودي، أن تطبيق الابتكار التنظيمي يرتبط ارتباطًا إيجابيًا بتحقيق أهداف النمو المؤسسي. كما بينت دراسة Alzahrani (٢٠٢٠) أن الشركات الصناعية التي تتبنى استراتيجيات ابتكار واضحة كانت أكثر قدرة على التوسع ودخول أسواق جديدة، مما يؤكد الدور المحوري للابتكار في دعم القدرة التنافسية على المدى الطويل.

من جانب آخر، برز مفهوم النمو المستدام بوصفه الإطار الذي يجمع بين متطلبات النمو الاقتصادي، والالتزامات الاجتماعية، والحفاظ على البيئة. ويُشير النمو المستدام إلى قدرة الشركات على تحقيق عوائد مالية قوية، مع مراعاة مصالح أصحاب المصلحة والمجتمع المحلي، والحد من التأثيرات البيئية السلبية. وقد أوضحت دراسة Alhaddi (٢٠١٥) أن الشركات التي تعتمد نهج الأداء الثلاثي (Triple Bottom Line) تحقق توازنًا أفضل بين الربحية والمسؤولية الاجتماعية والبيئية. كما وجدت دراسة Khan et al (٢٠٢١) أن دمج الاستدامة في استراتيجيات الشركات يجعلها أكثر جاذبية للمستثمرين ويعزز استمراريتها في الأسواق.

تشير الأدبيات إلى وجود علاقة تكاملية وثيقة بين الابتكار والنمو المستدام، إذ يمثل الابتكار محركاً رئيسياً لتحقيق التوازن بين الأبعاد الثلاثة للنمو. فقد أثبتت دراسة Pujari & Dangelico (٢٠١٠) أن الابتكار البيئي ساعد الشركات على تحسين أدائها المالي وتعزيز سمعتها المؤسسية، بينما أكدت دراسة Milstein (٢٠٠٣) أن الابتكار في المنتجات المستدامة يعزز تحقيق الأهداف الاجتماعية والاقتصادية على حد سواء.

وعلى الرغم من هذه النتائج، لا تزال هناك فجوة واضحة في الدراسات التطبيقية التي تتناول هذه العلاقة في السياق السعودي، خاصة في قطاع التكنولوجيا. فمعظم الأبحاث ركزت إما على الابتكار أو على الاستدامة بشكل منفصل، بينما تندر الدراسات التي تبحث أثر أنواع الابتكار المختلفة (التكنولوجي، التنظيمي، التسويقي) على أبعاد النمو المستدام (الاقتصادي، الاجتماعي، البيئي) في شركة عالمية تعمل في السوق المحلية مثل سامسونج السعودية بمدينة جدة.

من هذا المنطلق، تسعى هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة من خلال تحليل أثر استراتيجيات الابتكار على النمو المستدام، مع التركيز على حالة شركة سامسونج باعتبارها نموذجاً لشركة عالمية تواجه تحديات الابتكار في بيئة محلية تنافسية. كما تهدف الدراسة إلى تقديم رؤى عملية تدعم صناع القرار في الشركة لتعزيز ممارسات الابتكار بما يواكب أهداف التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية، لا سيما في ظل رؤية السعودية ٢٠٣٠ التي تركز على التنويع الاقتصادي، ودعم الابتكار، وتحقيق التوازن بين التنمية الاقتصادية وحماية البيئة.

تنطلق أهمية هذه الدراسة من جانبين أساسيين الأهمية النظرية إثراء الأدبيات الأكاديمية من خلال دمج مفهومي الابتكار والنمو المستدام في نموذج بحثي واحد، وتحليل العلاقة بين أبعادهما بطريقة شاملة تساعد في تطوير الأطر النظرية، أما الأهمية التطبيقية تقديم توصيات عملية لشركة سامسونج السعودية وللشركات المشابهة حول كيفية توظيف الابتكار كأداة استراتيجية لتحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي والبيئي المتوازن، بما يعزز قدرتها على مواجهة المنافسة العالمية والمحلية.

كما يهدف البحث إلى الإجابة عن السؤال الرئيس “ما أثر استراتيجيات الابتكار على تحقيق النمو المستدام في شركة سامسونج بمدينة جدة؟ ويتفرع عن هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تتناول تأثير كل نوع من أنواع الابتكار (التكنولوجي، التنظيمي، التسويقي) على كل بعد من أبعاد النمو المستدام (الاقتصادي، الاجتماعي، البيئي).

وبذلك، فإن هذه الدراسة لا تقدم فقط إطاراً علمياً لفهم العلاقة بين الابتكار والاستدامة، بل تُسهم أيضاً في صياغة توصيات عملية تساعد الشركات السعودية على التكيف مع متطلبات المرحلة الراهنة، وتعزيز مساهمتها في تحقيق التنمية المستدامة بما يتماشى مع التوجهات الوطنية والعالمية

١,٢. مشكلة الدراسة

تُعتبر استراتيجيات الابتكار من العوامل الجوهرية التي تؤثر على قدرة الشركات في تحقيق النمو المستدام، خصوصاً في ظل بيئات الأعمال المتغيرة والمتطلبات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية المتزايدة. ومع تزايد أهمية الابتكار في القطاع الصناعي والتكنولوجي، تبرز الحاجة إلى دراسة كيفية تأثير هذه الاستراتيجيات على النمو المستدام في الشركات الكبرى مثل سامسونج السعودية.

١,٢,١. فجوات على المستوى النظري

توجد فجوات واضحة على المستوى النظري حيث لا يزال هناك نقص في الدراسات التي تدمج بين مفهومي الابتكار والنمو المستدام ضمن سياق الشركات في المنطقة العربية، وخاصة في المملكة العربية السعودية. كثير من الدراسات السابقة تناولت الابتكار أو النمو المستدام بشكل منفصل، دون تحليل العلاقة التفاعلية بينهما بشكل شامل.

١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي

أما على المستوى التطبيقي، فهناك نقص ملحوظ في الأبحاث التي تركز على الشركات التقنية الكبرى العاملة في السعودية، مثل سامسونج، مع التركيز على مدينة جدة كمركز اقتصادي مهم. لا تتوفر بيانات كافية حول كيفية تطبيق استراتيجيات الابتكار وتأثيرها الفعلي على النمو المستدام في هذه البيئة، مما يترك فجوة في فهم الآليات الفعلية والتحديات التي تواجهها الشركات في هذا المجال.

لذلك، تسعى هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوات من خلال تقييم استراتيجيات الابتكار المعتمدة في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة، وتحليل تأثيرها على النمو المستدام من جوانب مختلفة، مما يساهم في إثراء المعرفة النظرية والتطبيقية ويقدم توصيات عملية لتعزيز أداء الشركات في المملكة.

السؤال الرئيسي للدراسة

مما هو تأثير استراتيجيات الابتكار على تحقيق النمو المستدام في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة؟

١,٣. أهمية الدراسة

١,٣,١. على المستوى النظري:

يساهم هذا البحث في إثراء المعرفة الأكاديمية من خلال دمج مفهومي استراتيجيات الابتكار والنمو المستدام في سياق إدارة الأعمال، خاصة في البيئة السعودية. حيث يعالج البحث الفجوات النظرية المتعلقة بفهم العلاقة بين الابتكار والنمو المستدام، مما يدعم تطوير نماذج ومفاهيم حديثة تواكب التطورات الاقتصادية والتكنولوجية في المنطقة.

١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:

على الصعيد التطبيقي، يوفر البحث نتائج وتوصيات عملية يمكن أن تساعد شركة سامسونج السعودية وغيرها من الشركات العاملة في المملكة على تحسين استراتيجيات الابتكار لديها، وبالتالي تعزيز النمو المستدام من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. كما يساعد صناع القرار في الشركات والمؤسسات

على اتخاذ خطوات فعالة لدعم الابتكار بما يتماشى مع أهداف التنمية المستدامة في السعودية، خصوصًا في مدينة جدة التي تعتبر مركزًا اقتصاديًا هامًا.

١,٤ . أسئلة الدراسة

١. ما استراتيجيات الابتكار المعتمدة في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة؟
٢. ما أثر استراتيجيات الابتكار على الأداء الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للشركة؟
٣. ما مدى تأثير استراتيجيات الابتكار على تحقيق النمو المستدام في شركة سامسونج السعودية؟
٤. ما الاقتراحات والتوصيات لتعزيز استراتيجيات الابتكار بما يسهم في دعم النمو المستدام في الشركة؟
٥. كيف يمكن توليد رؤى واضحة تساعد صناع القرار في شركة سامسونج على تحسين ممارسات الابتكار لتحقيق أهداف التنمية المستدامة؟

١,٥ . أهداف الدراسة

٦. دراسة استراتيجيات الابتكار المعتمدة في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة.
٧. التعرف على أثر استراتيجيات الابتكار على الأداء الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للشركة.
٨. تقييم مدى تأثير استراتيجيات الابتكار على تحقيق النمو المستدام في شركة سامسونج السعودية.
٩. اقتراح توصيات لتعزيز استراتيجيات الابتكار بما يسهم في دعم النمو المستدام في الشركة.
١٠. توليد رؤى واضحة تساعد صناع القرار في شركة سامسونج على تحسين ممارسات الابتكار لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

١,٦. فرضيات الدراسة

في ضوء أهداف الدراسة وأسئلتها، ووفقاً للمنهج الكمي القائم على أسلوب الاستبانة والتحليل الإحصائي، تم صياغة فرضيات الدراسة على النحو التالي:

الفرضية الرئيسية :

- الفرضية الصفرية: (H0)

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات الابتكار والنمو المستدام في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة.

- الفرضية البديلة: (H1)

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات الابتكار والنمو المستدام في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة.

- الفرضية الموجّهة:

تؤثر استراتيجيات الابتكار إيجابياً على النمو المستدام في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة.

- الفرضية غير الموجّهة:

توجد علاقة بين استراتيجيات الابتكار والنمو المستدام في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة دون تحديد اتجاه العلاقة.

١- الفرضية الفرعية الأولى :

- H0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التكنولوجي والنمو المستدام.

- H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التكنولوجي والنمو المستدام.

- موجّهة: الابتكار التكنولوجي يؤثر إيجابياً على النمو المستدام.
- غير موجّهة: توجد علاقة بين الابتكار التكنولوجي والنمو المستدام دون تحديد الاتجاه.

٢- الفرضية الفرعية الثانية :

- H0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التنظيمي والنمو المستدام.
- H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التنظيمي والنمو المستدام.
- موجّهة: الابتكار التنظيمي يؤثر إيجابياً على النمو المستدام.
- غير موجّهة: توجد علاقة بين الابتكار التنظيمي والنمو المستدام دون تحديد الاتجاه.

٣- الفرضية الفرعية الثالثة :

- H0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التسويقي والنمو المستدام.
- H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التسويقي والنمو المستدام.
- موجّهة: الابتكار التسويقي يؤثر إيجابياً على النمو المستدام.
- غير موجّهة: توجد علاقة بين الابتكار التسويقي والنمو المستدام دون تحديد الاتجاه.

١,٧. نموذج الدراسة

يعتمد هذا البحث على نموذج مفاهيمي يُوضح العلاقة بين المتغيرين الرئيسيين للدراسة، حيث يُمثل “الابتكار” المتغير المستقل، بينما يُعد “النمو المستدام” المتغير التابع. يهدف هذا النموذج إلى تصور العلاقة السببية بين استراتيجيات الابتكار المختلفة وأبعاد النمو المستدام، مما يساعد على بناء فرضيات البحث وتوجيه أدوات جمع البيانات.

أولاً: المتغير المستقل – استراتيجيات الابتكار

يشير هذا المتغير إلى السياسات والممارسات التي تتبعها شركة سامسونج السعودية في مدينة جدة لتطوير منتجاتها، تحسين عملياتها، وزيادة تنافسيتها في السوق. ويتمثل في عدة أبعاد منها:

- الابتكار التكنولوجي: تطوير منتجات أو عمليات باستخدام تقنيات جديدة.
- الابتكار التنظيمي: تعديل الهياكل الداخلية وأساليب الإدارة لتصبح أكثر مرونة وكفاءة.
- الابتكار التسويقي: تبني أساليب جديدة في الترويج والتواصل مع العملاء.
- الابتكار في سلسلة الإمداد: تحسين طرق التوريد والتوزيع وتقليل الهدر.

ثانياً: المتغير التابع – النمو المستدام

يمثل النمو المستدام قدرة الشركة على التوسع والاستمرار في النمو بطريقة توازن بين الأبعاد الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية، ويتم قياسه من خلال:

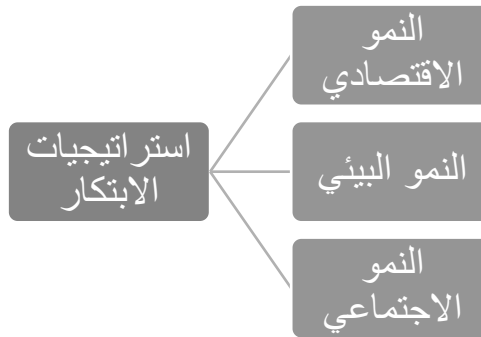
- النمو الاقتصادي: مثل زيادة الإيرادات، الربحية، وحصة السوق.
- النمو الاجتماعي: مثل تطوير المهارات البشرية، ورفع رضا الموظفين والعملاء.
- النمو البيئي: مثل تقليل الانبعاثات والنفايات، واستخدام مصادر طاقة صديقة للبيئة.

العلاقة بين المتغيرات

يفترض النموذج أن هناك علاقة تأثير مباشرة بين استراتيجيات الابتكار وأبعاد النمو المستدام الثلاثة. كما يفترض أن فعالية استراتيجيات الابتكار تتفاوت في درجة تأثيرها على كل بعد من أبعاد النمو.

الشكل التوضيحي للنموذج

يمكن تمثيل النموذج بالعناصر التالية :



رسم توضيحي ١ تمثيل للنموذج المفاهيمي

إن تصميم أداة البحث بهذا الشكل يعكس حرص الباحث على تحقيق الشمولية والاتساق في قياس متغيرات الدراسة. فقد تم توزيع الفقرات بدقة وفق الأبعاد النظرية المعتمدة في الأدبيات، مما يساهم في تعزيز الصدق المفاهيمي للاستبانة.

كما أن اعتماد مقياس ليكرت الخماسي يوفر إمكانية قياس اتجاهات وآراء المشاركين بدرجات متفاوتة، الأمر الذي يساهم في استخراج نتائج أكثر دقة وواقعية.

ويوفر هذا التوزيع المنهجي للفقرات أساساً قوياً لاختبار الفرضيات لاحقاً باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، مما يعزز موثوقية البيانات ومصداقية النتائج في ضوء أهداف الدراسة.

١,٨ . الدراسة الميدانية

تم اختيار شركة سامسونج السعودية – فرع جدة كميدان لتطبيق هذه الدراسة، نظرًا لمكانتها البارزة في السوق السعودي باعتبارها من أبرز الشركات العالمية العاملة في مجال الإلكترونيات والتقنية، والتي تبنت مفاهيم الابتكار في منتجاتها وعملياتها التشغيلية. ويقع الفرع المستهدف في المنطقة الصناعية بمدينة جدة، حيث تُدار العمليات التشغيلية والتسويقية والتقنية التي تخدم السوق المحلي.

وقد تم اختيار هذا الموقع لعدة أسباب علمية وعملية، أهمها:

- أن الشركة تعتمد بوضوح على استراتيجيات الابتكار سواء في تطوير المنتجات، أو تحسين العمليات التشغيلية والإدارية، ما يجعلها بيئة مثالية لاختبار فرضيات الدراسة.
- وجود قسم خاص بإدارة الابتكار والتطوير داخل الشركة، مما يتيح رصد وتحليل ممارسات الابتكار بشكل مباشر.
- تنوع العاملين فيها من حيث الخبرات والتخصصات، ما يسمح بجمع بيانات دقيقة تعكس وجهات نظر متعددة حول تأثير الابتكار على جوانب النمو المختلفة.
- التزام الشركة في السنوات الأخيرة بتطبيق معايير الاستدامة البيئية والاجتماعية، مثل تقليل النفايات الإلكترونية واستخدام الطاقة النظيفة، ما يعزز مصداقية نتائج البحث.

وقد شملت الدراسة موظفين من أقسام متعددة، أبرزها:

- قسم البحث والتطوير (D&R)
 - إدارة سلسلة الإمداد
 - الموارد البشرية
 - التسويق والمبيعات
- وذلك بهدف تنوع مصادر البيانات وضمان شمولية التحليل.

تم الاعتماد في جمع البيانات على الاستبانة المغلقة الموزعة على عينة من الموظفين في مستويات إدارية مختلفة، بما في ذلك المديرين والمشرفين والموظفين التنفيذيين. وقد تم التأكد من أن المشاركين لديهم معرفة أو ارتباط بممارسات الابتكار داخل الشركة، لضمان جودة المعلومات المقدمة.

تهدف الدراسة الميدانية إلى الربط بين الممارسات الفعلية في بيئة العمل وبين الأطر النظرية التي تناولت العلاقة بين الابتكار والنمو المستدام، مما يعزز موثوقية وواقعية نتائج البحث.

١,٩. مخطط المشروع

يتكون مشروع التخرج من خمسة فصول رئيسية ، الى جانب الملاحق والمراجع ، وتقسم المكونات كما يلي :

الفصل الأول : الاطار العام للدراسة

الفصل الثاني : الدراسات السابقة

الفصل الثالث : منهجية الدراسة

الفصل الرابع : التحليل الاحصائي ومناقشة النتائج

الفصل الخامس : حدود الدراسة ، التوصيات والخاتمة

٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

٢,١ . المقدمة:

يمثل هذا الفصل استعراضاً نقدياً للأدبيات ذات الصلة بمتغيري الدراسة: استراتيجيات الابتكار (المتغير المستقل) والنمو المستدام (المتغير التابع)، بالإضافة إلى العلاقة بينهما. ويهدف هذا الفصل إلى بناء الأساس النظري للدراسة من خلال تحليل المفاهيم الرئيسية، واستعراض الدراسات السابقة، وتحديد الفجوات التي تسعى هذه الدراسة إلى معالجتها. كما يساعد هذا الفصل في دعم فرضيات البحث وتوجيه أدوات التحليل في الدراسة الميدانية.

٢,٢ . المتغير المستقل – استراتيجيات الابتكار

يُعد الابتكار مفهومًا ديناميكيًا يشير إلى إدخال تحسينات أو تغييرات جديدة في المنتجات، الخدمات، العمليات، أو النماذج التنظيمية بهدف تعزيز التنافسية. وقد عرّف “OECD (٢٠٠٥)” الابتكار بأنه “تطبيق أفكار جديدة تؤدي إلى تحسينات ملموسة في الأداء التنظيمي أو الإنتاجي”.

تطور المفهوم :

شهد مفهوم الابتكار تطوراً كبيراً، من التركيز على الابتكار في المنتجات فقط إلى توسيع المفهوم ليشمل الابتكار الإداري، التقني، التسويقي، والمجتمعي. كما تطور دور الابتكار من كونه أداة لتحسين الأرباح إلى اعتباره محركاً للنمو المستدام والقدرة التنافسية على المدى الطويل.

الأبعاد النظرية :

- الابتكار التكنولوجي
- الابتكار التنظيمي
- الابتكار في العمليات
- الابتكار في التسويق

النظريات المرتبطة :

- نظرية الابتكار المفتوح (Chesbrough, 2003): التي تؤكد على الاستفادة من مصادر الابتكار الداخلية والخارجية.
- نموذج دورة حياة الابتكار (Rogers, 2003): يشرح مراحل تبني الابتكار من الفكرة حتى التطبيق.

دراسات سابقة:

- دراسة: Al-Ansari et al. (٢٠١٣)
عنوان الدراسة: “ The Impact of Innovation on Firm Performance in Saudi Arabia”
الأهداف: قياس تأثير الابتكار على أداء الشركات السعودية.
النتائج: وجدت الدراسة علاقة إيجابية قوية بين الابتكار التنظيمي وتحقيق أهداف النمو.
- دراسة: Alzahrani (٢٠٢٠)
العنوان: “Innovation Strategies in Saudi Manufacturing Firms”
الأهداف: تحليل ممارسات الابتكار في القطاع الصناعي السعودي.
النتائج: الشركات التي تطبق استراتيجيات ابتكار واضحة كانت أكثر قدرة على التوسع ودخول أسواق جديدة.

٢,٣. المتغير التابع – النمو المستدام

النمو المستدام هو ذلك النوع من النمو الذي يراعي التوازن بين الجوانب الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية. وقد عرفه World Commission on Environment and Development (١٩٨٧) بأنه: “النمو الذي يلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها”.

تطور المفهوم :

نشأ المفهوم ضمن أدبيات التنمية البيئية ثم انتقل تدريجيًا إلى قطاع الأعمال، خصوصًا مع تبني أهداف التنمية المستدامة (SDGs). أصبح التركيز منصبًا على تعزيز الأداء المالي مع الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية والاستدامة البيئية.

الأبعاد النظرية :

- النمو الاقتصادي: زيادة الإيرادات والاستثمار والربحية.
- النمو الاجتماعي: دعم المجتمع، تمكين الموظفين، التنوع.
- النمو البيئي: تقليل الانبعاثات، كفاءة الطاقة، الإدارة البيئية.

النظريات المرتبطة

- نظرية أصحاب المصلحة (Stakeholder Theory)
- نظرية المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR Theory)

دراسات سابقة

- دراسة: Alhaddi (٢٠١٥)
العنوان: "Triple Bottom Line and Sustainability: A Literature Review"
الأهداف: تحليل العلاقة بين الأداء الثلاثي والنمو المستدام.
النتائج: تطبيق الشركات لأبعاد النمو الثلاثة يعزز من قدرتها على البقاء والتوسع.
- دراسة: Khan et al. (٢٠٢١)
العنوان: "Sustainability and Firm Performance in Emerging Markets"
الأهداف: قياس أثر الاستدامة على الأداء المالي والاجتماعي.
النتائج: الشركات التي تدمج ممارسات الاستدامة كانت أكثر جاذبية للمستثمرين.

٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تشير الأدبيات إلى وجود علاقة تكاملية بين استراتيجيات الابتكار والنمو المستدام، حيث يُعتبر الابتكار محركاً رئيسياً لتحقيق النمو في أبعاده الثلاثة.

- دراسة: Pujari & Dangelico (٢٠١٠) وجدت أن الابتكار البيئي أدى إلى تحسين الأداء المالي والسمعة المؤسسية.
- دراسة: Milstein & Hart (٢٠٠٣) أشارت إلى أن الابتكار في المنتجات المستدامة يعزز من تحقيق أهداف النمو الاجتماعي والاقتصادي.

ومع ذلك، هناك فجوات في الأدبيات، منها:

- قلة الدراسات التي تتناول العلاقة بين الابتكار والنمو المستدام في السياق السعودي.
- ندرة الدراسات التطبيقية التي تستخدم شركات تكنولوجيا كشركة سامسונج السعودية كنموذج.
- عدم وضوح مدى تأثير كل نوع من الابتكار (تكنولوجي، تنظيمي...) على كل بعد من أبعاد النمو المستدام.

نموذج توضيحي للعلاقة بين أنواع الابتكار وأبعاد النمو المستدام

(من تصميم الباحثة استناداً إلى: Pujari, 2010 & Dangelico)



رسم توضيحي 2 العلاقة بين انواع الابتكار وابعاد النمو المستدام

أظهرت مراجعة الأدبيات أن الابتكار يُعد عاملاً حاسماً في تحقيق النمو المستدام، وأن العلاقة بينهما مدعومة بعدد من الدراسات النظرية والتطبيقية. إلا أن هناك فجوة واضحة في التطبيق المحلي داخل المملكة العربية السعودية، وخاصة على شركات التكنولوجيا، وهو ما تسعى هذه الدراسة إلى معالجته. وتُبرز هذه المساهمة أهمية الابتكار ليس فقط كأداة للربحية، بل كوسيلة استراتيجية لتحقيق التوازن بين الأرباح، البيئة، والمجتمع، مما يفتح المجال لدراسات مستقبلية تدمج بين الابتكار والاستدامة في بيئات الأعمال المحلية والإقليمية.

٣. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

٣,١. المقدمة

يعرض هذا الفصل المنهجية التي تم اتباعها في تنفيذ الدراسة الميدانية، بما في ذلك تصميم البحث، وطبيعة المجتمع والعينة، وأداة جمع البيانات، وكذلك الإجراءات التي تم استخدامها لتحليل البيانات. تم اعتماد المنهج الكمي (Quantitative) باستخدام أسلوب المسح الميداني (Survey) لجمع البيانات من عينة موظفي شركة سامسونج السعودية في مدينة جدة. تم تصميم الاستبانة كأداة رئيسية للقياس، وتوزيعها على المشاركين لتحديد آرائهم حول استراتيجيات الابتكار وتأثيرها على النمو المستدام داخل الشركة.

٣,٢. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

٣,٢,١. المتغير المستقل – استراتيجيات الابتكار

يُقاس هذا المتغير من خلال مجموعة من البنود في الاستبانة التي تقيس مدى تطبيق شركة سامسونج السعودية لاستراتيجيات الابتكار. وتشمل هذه البنود أبعادًا مثل: الابتكار في المنتجات - الابتكار في العمليات التشغيلية - الابتكار التنظيمي - الابتكار التسويقي ، تم قياس هذا المتغير باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، حيث يختار المشاركون درجة موافقتهم على كل بند من (١ = لا أوافق بشدة) إلى (٥ = أوافق بشدة).

٣,٢,٢. المتغير التابع – النمو المستدام

يُقاس هذا المتغير من خلال بنود في الاستبانة تقيس الأداء العام للشركة في ثلاثة أبعاد رئيسية: النمو الاقتصادي (مثل: زيادة الإيرادات، الربحية) - النمو الاجتماعي (مثل: رضا الموظفين، المسؤولية المجتمعية) - النمو البيئي (مثل: تقليل استهلاك الموارد، الممارسات البيئية) ، تم أيضًا استخدام مقياس ليكرت الخماسي، حيث يعبر المشاركون عن مستوى اتفاقهم مع بنود الاستبانة باستخدام نفس السلم من ١ إلى ٥.

٣,٣. تصميم البحث (بصلة البحثي)

تم إعداد هذا البحث وفقاً لتصميم منهجي دقيق يتناسب مع طبيعة المشكلة البحثية وأهداف الدراسة، وذلك من خلال الاعتماد على مجموعة من الأسس الفلسفية والمنهجية التي تضمن تحقيق نتائج علمية موثوقة. وفيما يلي توضيح لمكونات تصميم البحث:

فلسفة البحث : تقوم هذه الدراسة على الفلسفة الوضعية ، والتي تفترض أن الظواهر الاجتماعية قابلة للقياس والتحليل الموضوعي، وأن المعرفة يمكن الوصول إليها من خلال أدوات كمية مثل الاستبانة، بعيداً عن التأثيرات الذاتية.

منهج البحث : يعتمد البحث على المنهج الاستدلالي ، الذي يبدأ من الأطر النظرية والمفاهيمية ليستنتج منها فرضيات قابلة للاختبار في الواقع العملي، بما يساعد في فحص مدى انطباق تلك الفرضيات على شركة سامسونج السعودية في جدة.

استراتيجية البحث : تُستخدم في هذه الدراسة استراتيجية دراسة الحالة ، حيث تم اختيار شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة كمجال تطبيقي لتحليل العلاقة بين استراتيجيات الابتكار والنمو المستدام في بيئة عمل حقيقية.

نوع البحث : ينتمي البحث إلى البحوث الكمية ، التي تعتمد على البيانات الرقمية للتحقق من صحة الفرضيات وقياس العلاقات بين المتغيرات باستخدام أدوات تحليل إحصائي دقيقة.

الأفق الزمني : تم تنفيذ الدراسة ضمن إطار زمني محدد باستخدام التصميم المقطعي ؛ أي أن البيانات تم جمعها في نقطة زمنية واحدة من المشاركين، دون تتبع زمني طويل.

أدوات جمع وتحليل البيانات : تم جمع البيانات باستخدام استبانة مغلقة تم تصميمها بعناية لقياس متغيرات الدراسة بدقة، وتم توزيعها على عينة من موظفي شركة سامسونج السعودية.



رسم توضيحي 3 بصلة البحث

وبعد جمع البيانات، تم إدخالها إلى برنامج التحليل الإحصائي SPSS، واستخدام مجموعة من التحليلات مثل المتوسطات، الانحرافات المعيارية، معامل الارتباط بيرسون، وتحليل الانحدار، بهدف اختبار فرضيات الدراسة والتحقق من العلاقات بين المتغيرات.

٣,٤. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

٣,٤,١. مجتمع الدراسة

يتكوّن مجتمع الدراسة من جميع الموظفين العاملين في شركة سامسونج السعودية – فرع جدة، والتي تمثل إحدى الفروع التشغيلية المهمة في السوق المحلي ضمن قطاع الإلكترونيات والتكنولوجيا.

ويشمل المجتمع موظفي الأقسام الإدارية والتقنية والتسويقية، ممن لديهم ارتباط مباشر أو غير مباشر بأنشطة الابتكار وممارسات النمو المستدام داخل الشركة.

يُقدّر عدد الموظفين في فرع الشركة بمدينة جدة بحوالي ٢٤٠ موظفًا، موزعين على النحو التالي :

جدول 1 عدد الموظفين في الشركة في مدينة جدة

القسم	عدد الموظفين التقديري
البحث والتطوير	٤٥
التسويق والمبيعات	٦٠
الموارد البشرية	٣٠
الإدارة العامة والتشغيل	٥٥
قسم الدعم الفني والخدمات	٥٠
المجموع الكلي	٢٤٠

٣,٤,٢. عينة الدراسة

تم تحديد عينة الدراسة باستخدام جدول Morgan & Krejcie (١٩٧٠) لتحديد حجم العينة المناسب بناءً على حجم المجتمع الكلي (N=240).

وبحسب الجدول، فإن العينة المناسبة لهذا العدد تكون :

حجم المجتمع (N) = ٢٤٠ = حجم العينة المناسب (n)

لذا، تم تحديد حجم العينة بـ ١٤٨ موظفًا.

وقد تم توزيع العينة بما يضمن التمثيل العادل لجميع الأقسام داخل الشركة، كما هو موضح :

جدول 2 توزيع العينة

القسم	نسبة من المجتمع	حجم العينة المقابل
البحث والتطوير	٪١٨,٧٥	٢٨
التسويق والمبيعات	٪٢٥	٣٧
الموارد البشرية	٪١٢,٥	١٩
الإدارة العامة والتشغيل	٪٢٢,٩	٣٤
قسم الدعم الفني والخدمات	٪٢٠,٨	٣٠
الاجمالي	٪١٠٠	١٤٨

٣,٤,٣. طرق وتقنيات اخذ العينة :

أسلوب أخذ العينة:

تم استخدام أسلوب العينة الاحتمالية (Probability Sampling)، وذلك لضمان تمثيل كافة فئات المجتمع البحثي بشكل متوازن، وتجنب التحيز في اختيار المشاركين.

طريقة أخذ العينة:

أعتمدت العينة العشوائية الطبقية (Stratified Random Sampling)، حيث تم تقسيم المجتمع إلى طبقات (Strata) تمثل الأقسام المختلفة في الشركة، ثم تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من كل طبقة بحسب نسبتها من العدد الكلي.

تمت هذه الطريقة على النحو التالي :

جدول 3 اختيار العينة العشوائية

القسم	عدد الموظفين	نسبة من المجتمع	عدد العينة
البحث والتطوير	٤٥	٪١٨,٧٥	٢٨
التسويق والمبيعات	٦٠	٪٢٥	٣٧
الموارد البشرية	٣٠	٪١٢,٥	١٩
الإدارة العامة والتشغيل	٥٥	٪٢٢,٩	٣٤
قسم الدعم لبفني والخدمات	٥٠	٪٢٠,٨	٣٠
الاجمالي	٢٤٠	٪١٠٠	١٤٨

تم اختيار العينة بناءً على أسس علمية لضمان تمثيل جميع أقسام الشركة، مما يعزز من موثوقية النتائج وقابليتها للتعميم داخل نطاق الشركة. كما أن استخدام العينة الاحتمالية العشوائية التطبيقية ساعد في تقليل التحيز وزيادة اتساق البيانات.

٣,٥ . طريقة جمع البيانات

في هذا القسم، يتم عرض الأداة المستخدمة لجمع البيانات المطلوبة للإجابة على أسئلة البحث واختبار فرضياته. وقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي الكمي من خلال الاستبانة المغلقة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة الدراسة.

تم تصميم الاستبانة بناءً على مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة ذات العلاقة، مع مراعاة تضمين الأبعاد المرتبطة بكل من متغيرات البحث: استراتيجيات الابتكار (المتغير المستقل) والنمو المستدام (المتغير التابع).

٣,٥,١. المتغير المستقل – استراتيجيات الابتكار

اعتمدت الباحثة على استبانة مبنية خصيصاً لقياس المتغير المستقل “استراتيجيات الابتكار”، وذلك من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية، بإجمالي ١٢ فقرة:

١. البعد الأول: الابتكار التكنولوجي – ويتكون من ٤ فقرات

٢. البعد الثاني: الابتكار التنظيمي – ويتكون من ٥ فقرات

٣. البعد الثالث: الابتكار التسويقي – ويتكون من ٣ فقرات

وقد تم بناء جميع الفقرات باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، حيث تتراوح الإجابات من (١ = لا أوافق بشدة) إلى (٥ = أوافق بشدة).

جدول 4 توزيع فقرات استراتيجيات الابتكار حسب الأبعاد

المتغير	البعد	عدد الفقرات	المرجع
المتغير المستقل – استراتيجيات الابتكار	الابتكار التكنولوجي	٤	الزهراني (٢٠٢٢)
	الابتكار التنظيمي	٥	
	الابتكار التسويقي	٣	
الإجمالي	١٢ فقره		

٣,٥,٢. المتغير التابع - النمو المستدام

لقياس المتغير التابع "النمو المستدام"، تم تصميم مجموعة من الفقرات موزعة على ٣ أبعاد رئيسية، بإجمالي ١٢ فقرة أيضًا:

١. البعد الأول: النمو الاقتصادي - ٤ فقرات

٢. البعد الثاني: النمو الاجتماعي - ٤ فقرات

٣. البعد الثالث: النمو البيئي - ٤ فقرات

وقد تم بناء جميع الفقرات باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، حيث تتراوح الإجابات من (١ = لا أوافق بشدة) إلى (٥ = أوافق بشدة).

جدول 5 توزيع فقرات النمو المستدام حسب الأبعاد

المتغير	البعد	عدد الفقرات	المرجع
المتغير التابع - النمو المستدام	النمو الاقتصادي	٤	الزهراني (٢٠٢٢)
	النمو الاجتماعي	٤	
	النمو البيئي	٤	
الإجمالي	١٢ فقرة		

٣,٦. أنواع البيانات

تعتمد هذه الدراسة على نوعين من البيانات: البيانات الأولية التي تم جمعها مباشرة من الميدان باستخدام أدوات البحث، والبيانات الثانوية التي تم الحصول عليها من مصادر منشورة مسبقاً. ويهدف هذا التنوع في مصادر البيانات إلى تحقيق دقة أكبر في تحليل المتغيرات، ودعم النتائج المستخلصة من خلال مقارنة المعطيات الحالية بالمفاهيم والنظريات السابقة.

٣,٦,١. البيانات الأولية

تُشير البيانات الأولية إلى المعلومات التي تم جمعها مباشرة من أفراد العينة المستهدفة بغرض هذه الدراسة. وقد تم استخدام استبانة مغلقة كأداة رئيسية لجمع هذه البيانات، والتي وزعت على عينة مكونة من ١٤٨ موظفًا في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة. تضمنت الاستبانة فقرات مصممة بعناية لقياس متغيرات البحث: استراتيجيات الابتكار والنمو المستدام، باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، مما مكن من استخلاص بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي.

٣,٦,٢. البيانات الثانوية

تمثلت البيانات الثانوية في المعلومات التي حصلت عليها الباحثة من مصادر أكاديمية منشورة، مثل الكتب العلمية، الرسائل الجامعية، الأبحاث المحكمة، والتقارير الرسمية والدوريات المحلية والعالمية ذات العلاقة بموضوع البحث.

وقد استُخدمت هذه البيانات في بناء الإطار النظري وتطوير أبعاد الاستبانة، واستعراض الدراسات السابقة، وكذلك في دعم تفسير النتائج لاحقاً. ومن أبرز المصادر المستخدمة:

- تقارير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) حول الابتكار.
- دراسات منشورة في مجلات مثل Journal of Innovation Management وSustainability.
- تقارير محلية عن أداء شركة سامسونج في السعودية.

٣,٧. إجراءات التحليل الإحصائي

بعد جمع البيانات، من الضروري تحليل المعلومات التي تم جمعها لاستخلاص استنتاجات ذات معنى. حيث تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وتحديدًا الإصدار ٢٨، لتحليل البيانات المجمعة.

تم إجراء اختبار توصيف العينة من خلال التحليل الوصفي، وذلك للحصول على نظرة ثاقبة لخصائص مجتمع العينة. ويساعد هذا التحليل الباحثين على فهم التركيبة السكانية والتفضيلات والمعلومات الأخرى ذات الصلة بالأفراد المشاركين في الدراسة.

كما تُعد اختبارات الصلاحية والموثوقية حاسمة في ضمان دقة البيانات المجمعة واتساقها. حيث تم إجراء اختبارات الصدق من خلال التحليل العاملي الاستكشافي (EFA)، بهدف تحديد ما إذا كانت أدوات البحث تقيس ما تهدف إلى قياسه فعليًا. بينما تم استخدام اختبار كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) لتقييم ثبات أداة القياس ودرجة اتساق النتائج مع مرور الوقت.

٣,٨. الخاتمة

استعرض هذا الفصل المنهجية التي تم اتباعها في تنفيذ هذه الدراسة، والتي سعت إلى تحليل أثر استراتيجيات الابتكار على النمو المستدام في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة. وقد تم اعتماد المنهج الكمي الاستدلالي، من خلال استخدام استراتيجية دراسة الحالة والتصميم المقطعي الزمني، لجمع بيانات دقيقة تعكس الواقع الفعلي داخل بيئة العمل المستهدفة.

كما تم توضيح مكونات تصميم البحث، وشرح فلسفته، وأساليبه، وأدوات جمع البيانات المتمثلة في الاستبانة المصممة وفق أبعاد محددة لكل من المتغير المستقل والمتغير التابع. وتم كذلك تحديد مجتمع الدراسة واختيار عينة مناسبة باستخدام أسلوب العينة الطبقية العشوائية بما يعزز مصداقية النتائج وقابليتها للتعميم داخل نطاق الشركة.

أخيراً، تم التمييز بين البيانات الأولية والثانوية، بما يدعم التكامل بين المعلومات الميدانية والمعرفة النظرية المستندة إلى الأدبيات العلمية. وتشكل هذه المنهجية أساساً متيناً لتحليل البيانات ومناقشة النتائج، وهو ما سيتم عرضه في الفصل الرابع من هذا البحث.

٤. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

٤,١ . المقدمة

يتناول هذا الفصل عرضاً مفصلاً للنتائج التي تم التوصل إليها من خلال تحليل البيانات الميدانية المستخلصة من الاستبيانات، والتي تم جمعها من عينة الدراسة البالغ عددها (١٤٨) مفردة. وقد تم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS الإصدار ٢٨، وذلك بهدف اختبار فرضيات الدراسة والتحقق من مدى صدق وثبات أدوات القياس، بالإضافة إلى وصف خصائص العينة وتحليل العلاقة بين متغيرات الدراسة.

يشمل هذا الفصل عدة مراحل تحليلية، بدءاً من التحليل الوصفي للبيانات الديموغرافية للمشاركين في الدراسة، يليه تحليل الصدق والثبات للاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، وكذلك تحليل KMO و Bartlett لاختبار مدى ملاءمة البيانات للتحليل العاملي.

كما تم تقديم مصفوفة الارتباط بين المتغيرات، وتحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضيات المتعلقة بتأثير المتغير المستقل (استراتيجيات الابتكار) على المتغير التابع (النمو المستدام). وقد تمت مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة ذات العلاقة، بما يساهم في تفسير دلالاتها وتوضيح مدى توافقها أو تعارضها مع ما توصلت إليه الأدبيات السابقة.

٤,٢ . توصيف عينة الدراسة

- تم توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً (للجنس، الفئة العمرية، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة).
- تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة، وتتمثل في المعلومات الديموغرافية التالية:
- النوع ويشتمل على: (ذكر، أنثى).
- الفئة العمرية وتشمل: (أقل من ٢٥ سنة، من ٢٥ إلى ٣٤ سنة، من ٣٥ إلى ٤٤ سنة، أكثر من ٤٥ سنة).
- المؤهل العلمي ويشمل: (ثانوي، دبلوم ، بكالوريوس، دراسات عليا).
- عدد سنوات الخبرة وتشمل: (أقل من ٣ سنوات، من ٣ إلى ٥ سنوات، من ٦ إلى ١٠ سنة، أكثر من ١٠ سنة).

وقد تم تحليل هذه البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS، وتوضيحها من خلال الجداول والرسومات البيانية التي تعرض الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.

جدول ٦ توصيف عينة الدراسة

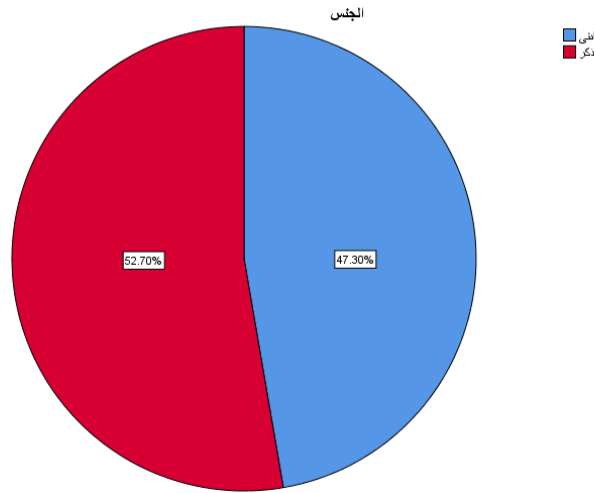
المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة من إجمالي العينة
النوع	١- ذكر	٧٨	٥٢,٧%
	٢- انثى	٧٠	٤٧,٣%
اجمالي ١٤٨ ١٠٠%			
الفئة العمرية	١- اقل من ٢٥ سنة	٢٩	١٩,٦%
	٢- من ٢٥ سنة الى ٣٤ سنة	٧٤	٥٠,٠%
	٣- من ٣٥ سنة الى ٤٤ سنة	٣٠	٢٠,٣%
	٤- اكثر من ٤٥ سنة	١٥	١٠,١%
اجمالي ١٤٨ ١٠٠%			
المؤهل العلمي	١- ثانوي	٣١	٢٠,٩%
	٢- دبلوم	٢٠	١٣,٥%
	٣- بكالوريوس	٧٧	٥٢,٠%
	٤- دراسات عليا	٢٠	١٣,٥%
اجمالي ١٤٨ ١٠٠%			
سنوات الخبرة	١- اقل من ٣ سنوات	٢٩	١٩,٦%
	٢- من ٣ - ٥ سنوات	٣٧	٢٥,٠%
	٣- من ٦ - ١٠ سنوات	٤١	٢٧,٧%
	٤- اكثر من ١٠ سنوات	٤١	٢٧,٧%
اجمالي ١٤٨ ١٠٠%			
القسم الاداري	الدعم الفني والخدمات	١٦	١٠,٨%
	الإدارة العامة والتشغيل	٢٤	١٦,٢%
	الموارد البشرية	٢٩	١٩,٦%
	التسويق والمبيعات	٣٣	٢٢,٣%
	البحث والتطوير	٤٦	٣١,١%
اجمالي ١٤٨ ١٠٠%			

(ن = ١٤٨ مفردة)

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية

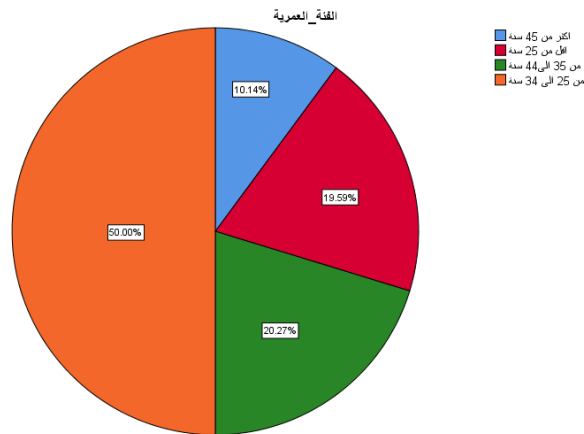
من بيانات جدول (٦) تم استخلاص النتائج التالية :

- بالنسبة للنوع : يتضح من نتائج الجدول أن نسبة الذكور بلغت ٥٢,٧٪ من إجمالي عينة الدراسة، بعدد بلغ ٧٨ مفردة، بينما بلغت نسبة الإناث ٤٧,٣٪ بعدد ٧٠ مفردة. وهذا يشير إلى وجود تقارب نسبي بين عدد الذكور والإناث في العينة، مع ميل بسيط نحو الإناث، كما هو موضح في الشكل التالي :



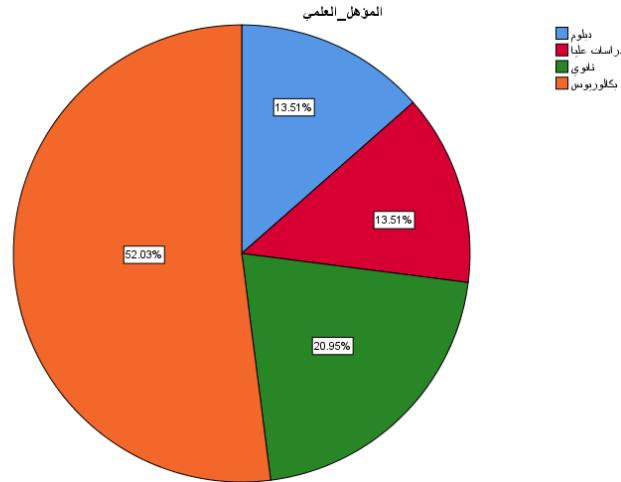
رسم توضيحي 4 تصنيف العينة وفقاً للجنس

- بالنسبة الفئة العمرية: توزعت الفئات العمرية للمشاركين كما يلي: الفئة الأقل من ٢٥ سنة بلغ عددهم (٢٩) بنسبة (١٩,٦٪)، والفئة من ٢٥ إلى ٣٤ سنة عددهم (٧٤) بنسبة (٥٠,٠٪)، والفئة من ٣٥ إلى ٤٤ سنة عددهم (٣٠) بنسبة (٢٠,٣٪)، وأخيراً الفئة الأكثر من ٤٥ سنة عددهم (١٥) مشاركاً بنسبة (١٠,١٪)، كما هو موضح في الشكل التالي :



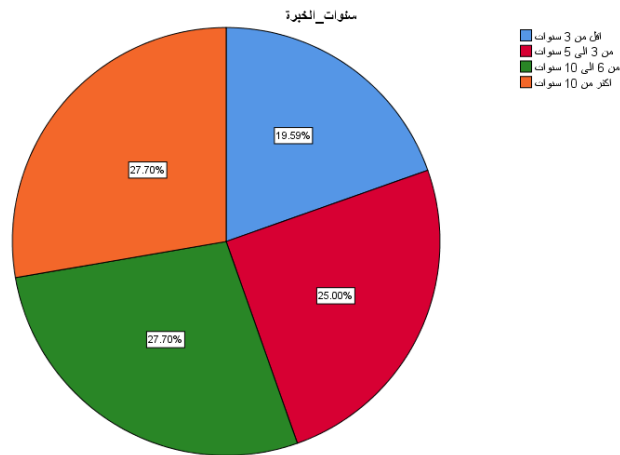
رسم توضيحي 5 تصنيف العينة وفقاً للفئة العمرية

- بالنسبة المؤهل العلمي: بلغ عدد الحاصلين على شهادة الثانوية العامة (٣١) مشاركاً بنسبة (٢٠,٩٪)، والحاصلين على شهادة بكالوريوس (٧٧) بنسبة (٥٢,٠٪)، والحاصلين على شهادة دبلوم (٢٠) بنسبة (١٣,٥٪) والحاصلين على دراسات عليا (٢٠) بنسبة (١٣,٥٪)، كما هو موضح في الشكل التالي :



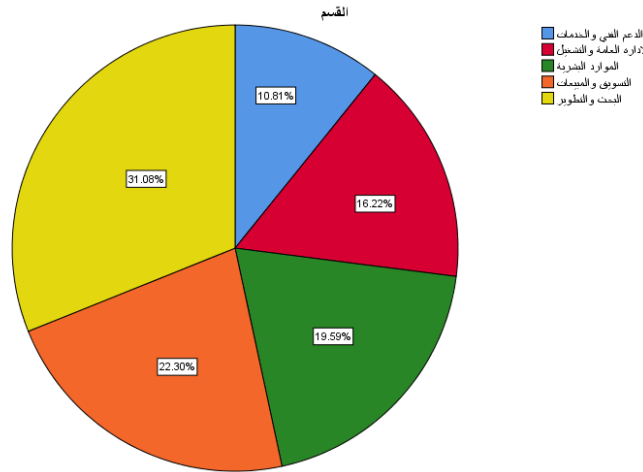
رسم توضيحي 6 تصنيف العينة وفقاً للمؤهل العلمي

- بالنسبة سنوات الخبرة: المشاركون الذين تقل خبرتهم عن ٣ سنوات بلغ عددهم (٢٩) بنسبة (١٩,٦٪)، ومن لديهم خبرة من ٣ إلى ٥ سنوات عددهم (٣٧) بنسبة (٢٥,٠٪)، أما من لديهم خبرة من ٦ إلى ١٠ سنوات فعددهم (٤١) بنسبة (٢٧,٧٪)، في حين أن المشاركين ممن لديهم أكثر من ١٠ سنوات خبرة بلغ عددهم (٤١) مشاركاً بنسبة (٢٧,٧٪)، كما هو موضح في الشكل التالي :



رسم توضيحي 7 تصنيف العينة وفقاً للخبرة

- بالنسبة القسم الإداري: توزعت العينة على الأقسام الإدارية المختلفة، حيث يعمل في الدعم الفني والخدمات (١٦) مشاركاً بنسبة (١٠,٨٪)، وفي الإدارة العامة والتشغيل (٢٤) بنسبة (١٦,٢٪)، وفي الموارد البشرية (٢٩) بنسبة (١٩,٦٪)، بينما يعمل في التسويق والمبيعات (٣٣) مشاركاً بنسبة (٢٢,٣٪)، والبحث والتطوير (٤٦) بنسبة (٣١,١٪)، كما هو موضح في الشكل التالي:



رسم توضيحي 8 تصنيف العينة وفقاً للقسم الإداري

٤,٣. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

قياس الصدق والثبات لأداة الدراسة من أجل التحقق من صدق وثبات المقاييس المستخدمة في الدراسة تم اختبار صدق الاتساق الداخلي للاستبيانات المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة، بالإضافة إلى قياس الصدق التقاربي عن طريق قياس متوسط التباين المستخرج (متوسط التباين المستخرج AVE). بينما تم قياس الثبات للمقاييس المستخدمة في الدراسة عن طريق قياس قيمة ألفا كرونباخ.

٤,٣,١. صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة

سعيًا للتحقق من صدق المقاييس المستخدمة في قياس متغيرات الدراسة، فقد تم اختبار نوعين من الصدق:

• **صدق الاتساق الداخلي:** وهو ما يشير إلى مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبانة مع الدرجة الكلية للمقياس الذي تنتمي إليه. ولقياسه، تم استخدام معامل الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمتغير، حيث يُعتبر معامل الارتباط المقبول هو ما يزيد عن ٠,٥٠، وذلك وفقاً لمعيار كايزر (Kaiser, 1974)، أما العبارات التي يقل معامل ارتباطها عن ذلك، فيتم استبعادها من التحليل.

• **الصدق التقاربي (Convergent Validity):** ويُقاس من خلال حساب متوسط التباين المستخرج (AVE)، والذي يعكس مدى تقارب العبارات التي تقيس نفس البُعد. وبحسب هير وآخرون (Hair et al., 2006)، يُشترط أن تكون قيمة AVE أكبر من ٠,٥٠ للدلالة على توافر الصدق التقاربي.

ويعرض الجدول التالي النتائج الإحصائية الخاصة بمعاملات الارتباط بين العبارات ودرجاتها الكلية (لقياس صدق الاتساق الداخلي)، بالإضافة إلى قيم AVE (لقياس الصدق التقاربي)، وذلك بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS:

جدول ٧ معاملات ارتباط كل عبارة بالدرجة الكلية للمقياس التابعة له

المتغير		العبارات	معاملات الارتباط	KMO	متوسط التباين المستخرج AVE
استراتيجيات الابتكار (المتغير المستقل)	الابتكار التكنولوجي	ك ١	٠,٨٣٣	٠,٨٣٩	٠,٨٠٣
		ك ٢	٠,٨٤٤		
		ك ٣	٠,٧٧٩		
		ك ٤	٠,٧٥٨		
	الابتكار التنظيمي	ن ١	٠,٦٥٨	٠,٨٢٨	٠,٧٢٧
		ن ٢	٠,٨٢٤		
		ن ٣	٠,٧٢١		
		ن ٤	٠,٦٨٣		
		ن ٥	٠,٧٤٩		
		س ١	٠,٦٧٢		٠,٧٥٤

	٠,٧٣٢		٠,٧٤٤	٠,٨٣٥	س ٢	الابتكار	
				٠,٦٨٩	س ٣	التسويقي	
٠,٧٩٤	٠,٨٠٥	٠,٨١٧	٠,٧٦٦	٠,٨٠٣	ق ١	النمو الاقتصادي	النمو المستدام
				٠,٨٨٠	ق ٢		
				٠,٨٦٤	ق ٣		
				٠,٦٧٣	ق ٤		
	٠,٨٥٥		٠,٨٣٥	٠,٩٠٧	ج ١	النمو الاجتماعي	(المتغير التابع)
				٠,٩٠٣	ج ٢		
				٠,٨٠٢	ج ٣		
				٠,٨٠٩	ج ٤		
	٠,٧٢٤		٠,٧٤٣	٠,٦٣٤	ب ١	النمو البيئي	
				٠,٧١٧	ب ٢		
				٠,٧٩٤	ب ٣		
				٠,٧٥٢	ب ٤		

** دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠,٠١) ن = ١٤٨ مفردة

المصدر: من اعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول بالأعلى:

مقياس استراتيجيات الابتكار: جميع معاملات الارتباط للعبارات التي تقيس متغير استراتيجيات الابتكار (الابتكار التكنولوجي ، الابتكار التنظيمي ، الابتكار التسويقي) قيمتها اكبر من ٠,٥ بالإضافة الى ان قيم كل معاملات الارتباط للعبارات دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من ٠,٠٠١ وفقاً لذلك فقد تحقق صدق الاتساق الداخلي للمقياس بأبعاده الثلاثة ، كذلك من النتائج بالأعلى بلغت قيمة اختبار $KMO = 0,887$ ، وهي تقع ضمن المستوى جيد جداً مما يدل على ملائمة البيانات للتحليل العاملي ، كما كانت نتيجة اختبار (Bartlett's Test of Sphericity) دالة احصائياً ($Sig = 0,000$) ، مما يؤكد وجود ارتباطات جوهرية بين المتغيرات . كذلك من النتائج بالأعلى المتعلقة بقيمة متوسط التباين المستخرج AVE لمتغير استراتيجيات الابتكار ككل اذ يساوي ٠,٧٥٤ ، كذلك قيم متوسط التباين المستخرج لأبعاد ممارسات

استراتيجيات الابتكار (الابتكار التكنولوجي ، الابتكار التنظيمي ، الابتكار التسويقي) هي : ٠,٨٠٣ ، ٠,٧٢٧ ، ٠,٧٣٢ ، وفقاً لذلك فقد تحقق الصديق التقاربي للاستبانة .

مقياس النمو المستدام: جميع معاملات الارتباط للعبارات التي تقيس متغير النمو المستدام (النمو الاقتصادي، النمو الاجتماعي، النمو البيئي) قيمتها اكبر من ٠,٥ بالإضافة الى ان قيم كل معاملات الارتباط للعبارات دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من ٠,٠٠١ وفقاً لذلك فقد تحقق صدق الاتساق الداخلي للمقياس بأبعاده الثلاثة ، كذلك من النتائج بالأعلى بلغت قيمة اختبار $KMO = 0,817$ ، وهي تقع ضمن المستوى جيد جداً مما يدل على ملاءمة البيانات للتحليل العاملي ، كما كانت نتيجة اختبار (Bartlett's Test of Sphericity) دالة احصائياً ($Sig = 0,000$) ، مما يؤكد وجود ارتباطات جوهرية بين المتغيرات . كذلك من النتائج بالأعلى المتعلقة بقيمة متوسط التباين المستخرج AVE لمتغير النمو المستدام ككل اذ يساوي ٠,٧٩٤ ، كذلك قيم متوسط التباين المستخرج لأبعاد متغير النمو المستدام (النمو الاقتصادي، النمو الاجتماعي، النمو البيئي) هي : ٠,٨٠٥ ، ٠,٨٥٥ ، ٠,٧٢٤ على الترتيب ، وفقاً لذلك فقد تحقق الصديق التقاربي للاستبانة .

٤,٣,٢. ثبات أداة الدراسة:

يشير ثبات الاستبيان إلى الاستقرار في نتائج الاستبيان وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على افراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية محددة لقياس ثبات الاستبانة المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة تم احتساب قيم ألفا كرونباخ بواسطة SPSS يجب ان تكون القيم أكبر من ٠,٧ حتى يتحقق الثبات للمقياس.

الجدول التالي موضح به القيم المستخرجة من برنامج SPSS:

جدول ٨ موضح به القيم المستخرجة من برنامج SPSS

المتغيرات		عدد العبارات		ألفا كرونباخ	
استراتيجيات الابتكار	الابتكار التكنولوجي	٤	١٢	٠,٩٢٩	٠,٩٤٣
	الابتكار التنظيمي	٥		٠,٨٧٩	
	الابتكار التسويقي	٣		٠,٨٧٥	

النمو المستدام	النمو الاقتصادي	٤	١٢	٠,٨٤٠	٠,٨٨٢
	النمو الاجتماعي	٤		٠,٩٢٢	
	النمو البيئي	٤		٠,٨٣٩	

المصدر: من اعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة الميدانية
ن = ١٤٨ مفردة

يتضح من الجدول بالأعلى ان قيم معاملات الثبات لمقياس الدراسة كما يلي:

مقياس استراتيجيات الابتكار: أظهرت النتائج الإحصائية ان قيم الفا كرونباخ لمقياس استراتيجيات الابتكار ككل هي ٠,٩٤٣ ولأبعاد مقياس استراتيجيات الابتكار (الابتكار التكنولوجي ، الابتكار التنظيمي ، الابتكار التسويقي) هي ٠,٩٢٩ ، ٠,٨٧٩ ، ٠,٨٧٥ على الترتيب، مما يشير الى ان جميع القيم أكبر من ٠,٧ وفقاً ل هير وآخرون (Hair et al., ٢٠١٠)، فقد تحقق الثبات.

مقياس النمو المستدام: أظهرت النتائج الإحصائية ان قيم الفا كرونباخ لمقياس النمو المستدام ككل هي ٠,٨٨٢ ولأبعاد مقياس النمو المستدام (النمو الاقتصادي، النمو الاجتماعي، النمو البيئي) هي ٠,٨٤٠ ، ٠,٩٢٢ ، ٠,٨٣٩ على الترتيب، مما يشير الى ان جميع القيم أكبر من ٠,٧ وفقاً ل هير وآخرون (Hair et al., ٢٠١٠)، فقد تحقق الثبات.

وفقاً للنتائج الإحصائية بالأعلى التي تثبت صدق وثبات المقاييس المستخدمة في الدراسة الحالية، مما يعني إمكانية الاعتماد على نتائجها وصلاحيه هذه الاستبانة للتطبيق والوثوق بها، واستخدامها في اجراء التحليلات الخاصة باختبار فروض الدراسة.

٤,٤. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

قد تم قياس استجابات أفراد العينة لفقرات المقياس، طبقاً لمقياس ليكرات الخماسي، وفقاً لما يلي:

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
٥	٤	٣	٢	١

وقد تم حساب مستوى الأهمية وفقاً للمعادلة التالية:

تم حساب الوزن النسبي المقابل لكل فئة عن طريق ضرب المتوسط الحسابي في $100 \div 5$ (المقياس الخماسي) = ٢٠٪

يوضح الجدول التالي دلالة المتوسطات الحسابية كما يلي:

جدول ٩ دلالة المتوسطات الحسابية

قيمة المتوسط الحسابي	النتيجة (الاتجاه العام)	الوزن النسبي %	مستوى (درجة) الممارسة/ الأهمية
من ١ الى أقل من ١,٨٠	غير موافق تماماً	من ٢٠ الى أقل من ٣٦٪	منخفض جداً
من ١,٨٠ الى أقل من ٢,٦٠	غير موافق	من ٣٦ الى أقل من ٥٢٪	منخفض
من ٢,٦٠ الى أقل من ٣,٤٠	محايد	من ٥٢ الى أقل من ٦٨٪	متوسط
من ٣,٤٠ الى أقل من ٤,٢٠	موافق	من ٦٨ الى أقل من ٨٤٪	مرتفع
من ٤,٢٠ الى أقل من ٥	موافق تماماً	من ٨٤ الى ١٠٠٪	مرتفع جداً

يوضح الجدول التالي التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة متمثلة في الأوساط الحسابية بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي، والانحرافات المعيارية للمتغيرات طبقاً للجدول المتعلق بدلالة المتوسط الحسابي. حيث يتم النظر الى دلالة المتوسط الحسابي الموضح في الجدول بالأعلى لمعرفة مستوى استراتيجيات الابتكار وابعاده، وكذلك مستوى النمو المستدام وابعاده، وذلك وفقاً لوجهة نظر عينة الدراسة. وذلك كما يلي:

جدول ١٠ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة

المتغيرات		المتوسط الحسابي		الانحرافات المعيارية		التباين		الاتجاه العام		مستوى الأهمية / الممارسة	
الابتكار التكنولوجي	٣,٩٧	١,٠٢	١,٠٤	٠,٨٣	٠,٧٩	٠,٨٩	٣,٩١	موافق	موافق	مرتفع	مرتفع
الابتكار التنظيمي	٣,٩٣	٠,٩١	٠,٨٣	٠,٧٩	٠,٨٩	٣,٩١	٣,٩١	موافق	موافق	مرتفع	مرتفع

	مرتفع		موافق		١,٠٧		١,٠٣		٣,٨٢	الابتكار التسويقي	استراتيجيات الابتكار
	مرتفع		موافق		٠,٩٥		٠,٩٧		٣,٧٦	النمو الاقتصادي	النمو المستدام
مرتفع	مرتفع	موافق	موافق	٠,٥٣	٠,٩٣	٠,٧٢	٠,٩٦	٣,٩٦	٤,٠٧	النمو الاجتماعي	
	مرتفع		موافق		٠,٧٥		٠,٨٦		٤,٠٥	النمو البيئي	

المصدر: من اعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة الميدانية ن = ٢٠٧ مفردة

الإجابة على أسئلة الدراسة بما يتضح من الجدول بالأعلى الخاص بالمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة ما يلي:

١. ما استراتيجيات الابتكار المعتمدة في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة؟
٢. ما أثر استراتيجيات الابتكار على الأداء الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للشركة؟
٣. ما مدى تأثير استراتيجيات الابتكار على تحقيق النمو المستدام في شركة سامسونج السعودية؟

• ما استراتيجيات الابتكار المعتمدة في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة؟: أوضحت النتائج الى ان الاتجاه العام لمفردات عينة الدراسة هي الموافقة مما يدل على تحقيق مستوى مرتفع لتطبيق استراتيجيات الابتكار بأبعاده . حيث نجد ان المتوسط الحسابي لبعده (الابتكار التكنولوجي هو ٣,٩٧ بنسبة موافقة بلغت ٧٩,٤٪ ، عند الانحراف المعياري ١,٠٢) والمتوسط الحسابي لبعده (الابتكار التنظيمي هو ٣,٩٣ بنسبة موافقة بلغت ٧٨,٦٪ ، عند الانحراف المعياري ٠,٩١) ، والمتوسط الحسابي لبعده (الابتكار التسويقي هو ٣,٨٢ بنسبة موافقة بلغت ٧٦,٤٪ ، عند الانحراف المعياري ١,٠٣) ، وذلك حيث كان المتوسط الحسابي ككل لمتغير استراتيجيات الابتكار حسب آراء أفراد العينة هو (٣,٩١) بنسبة موافقة بلغت ٧٨,٢٪ عند الانحراف المعياري ٠,٨٩ . أظهرت نتائج التحليل الوصفي أن جميع أبعاد استراتيجيات الابتكار (التكنولوجي،

التنظيمي، التسويقي) تطبق بدرجة مرتفعة نسبياً داخل الشركة. ويعكس ذلك التزام الإدارة بتبني برامج وممارسات ابتكارية متكاملة تشمل تطوير المنتجات والتقنيات الحديثة، تحسين هياكل العمل الداخلية، وتعزيز أساليب التسويق وخدمة العملاء.

• **ما أثر استراتيجيات الابتكار على الأداء الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للشركة؟** أوضحت

النتائج الى ان الاتجاه العام لمفردات عينة الدراسة هي الموافقة مما يدل على تحقيق مستوى مرتفع لمقياس النمو المستدام بأبعاده. حيث نجد ان المتوسط الحسابي لبعد (النمو الاقتصادي هو ٣,٧٦ بنسبة موافقة بلغت ٧٥,٢٪ ، عند الانحراف المعياري ٠,٩٧) والمتوسط الحسابي لبعد (النمو الاجتماعي هو ٤,٠٧ بنسبة موافقة بلغت ٨١,٤٪ ، عند الانحراف المعياري ٠,٩٦) ، والمتوسط الحسابي لبعد (النمو البيئي هو ٤,٠٥ بنسبة موافقة بلغت ٨١٪ ، عند الانحراف المعياري ٠,٨٦) ، وذلك حيث كان المتوسط الحسابي ككل لمتغير النمو المستدام حسب آراء أفراد العينة هو (٣,٩٦) بنسبة موافقة بلغت ٧٩,٢٪ عند الانحراف المعياري ٠,٧٢ ، وهذا يدل على وجود تأثير إيجابي ودال إحصائياً لجميع أبعاد الابتكار على الأداء الثلاثي للشركة.

• الابتكار التكنولوجي ساعد في تعزيز الكفاءة التشغيلية وتحسين جودة المنتجات بما انعكس على النمو الاقتصادي.

• الابتكار التنظيمي رفع مستوى رضا الموظفين ودعم بيئة العمل، ما انعكس على الأداء الاجتماعي.

• الابتكار التسويقي ساهم في رفع مستوى رضا العملاء وزيادة ولائهم، كما دعم تطبيق مبادرات بيئية بشكل غير مباشر.

• **ما مدى تأثير استراتيجيات الابتكار على تحقيق النمو المستدام في شركة سامسونج السعودية؟**

أثبتت نتائج التحليل أن استراتيجيات الابتكار مجتمعة تسهم بصورة واضحة في تحقيق النمو المستدام للشركة. ويظهر ذلك من خلال تحسين الكفاءة الاقتصادية، رفع مستوى المسؤولية الاجتماعية، وتقليل الأثر البيئي السلبي للعمليات. جميع الأبعاد الابتكارية لها دور إيجابي في تحقيق الاستدامة، مع اختلاف درجات التأثير بينها.

تشير النتائج إلى اتفاق كبير بين المشاركين على أن استراتيجيات الابتكار المطبقة في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة واضحة وفعالة، حيث انعكس تطبيقها إيجاباً على الأداء الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للشركة. كما أظهرت البيانات أن لهذه الاستراتيجيات دوراً جوهرياً في تعزيز النمو المستدام

للشركة، مما يدل على كفاءة التوجه الاستراتيجي الحالي وأثره المتكامل على مختلف الجوانب التشغيلية والتنموية

٤,٥. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

٤,٥,١. معاملات الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة:

يعرض الجدول التالي معاملات الارتباط الخطي (لبيرسون) بين متغيرات الدراسة، والتي تم قياسها باستخدام SPSS-V.28 وذلك على النحو التالي:

جدول 11 معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة

		استراتيجيات الابتكار	النمو المستدام
استراتيجيات الابتكار	Pearson Correlation	1	.709**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	148	148
النمو المستدام	Pearson Correlation	.709**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	148	148
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

ن = ١٤٨ مفردة

المصدر: من اعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة الميدانية

الارتباط الخطي بين استراتيجيات الابتكار وابعادها (كمتغير مستقل) النمو المستدام وابعادها (كمتغير تابع):

تبين من الجدول ارتباط معنوي قوي موجب (٠,٧٠٩) بين التحول الرقمي كمغير مستقل وكفاءة العمليات الادارية كمغير تابع عند مستوى دلالة اقل من (٠,٠١).

يلاحظ مما سبق ان قيم معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة مرتفعة. ومما يدل على قوة هذا الارتباط.

٤,٥,٢. نتائج اختبار فروض الدراسة:

يتعلق هذا الجزء باختبار صحة الفرض الرئيسي للدراسة وما يتبعه من فروض فرعية، ويتم عرض النتائج الإحصائية التي تم التوصل إليها باستخدام SPSS-V.28. على النحو التالي:

الفرض الرئيسي للدراسة:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات الابتكار على النمو المستدام في شركة سامسونج بمدينة جدة .

ويتفرع من هذا الفرض الرئيسي فروضاً فرعية كما يلي:

ف١: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التكنولوجي والنمو المستدام .

ف٢: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التنظيمي والنمو المستدام .

ف٣: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التسويقي والنمو المستدام .

نتائج اختبار الفرض الرئيسي للدراسة:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات الابتكار على النمو المستدام في شركة سامسونج بمدينة جدة .

ولاختبار هذا الفرضيات تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression Analysis بين القيادة الإدارية اجمالاً كمتغير مستقل وأداء الموظفين اجمالاً كمتغير تابع.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 ^a	.503	.499	.516

a. Predictors: (Constant), ا_س

ANOVA^a

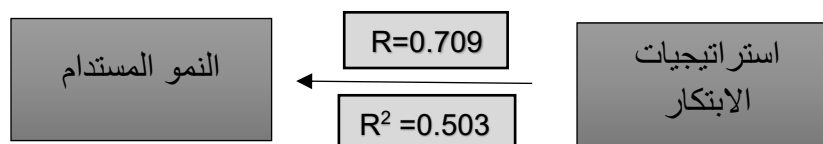
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.313	1	39.313	147.702	.000 ^b
	Residual	38.860	146	.266		
	Total	78.174	147			

a. Dependent Variable: ا_ت

b. Predictors: (Constant), ا_س

Coefficients ^a								
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			95.0% Confidence Interval for B		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound	
1	(Constant)	1.697	.191		8.894	.000	1.320	2.074
	ا_س	.579	.048	.709	12.153	.000	.485	.673

a. Dependent Variable: ا_ت



رسم توضيحي ٩ العلاقة بين استراتيجيات الابتكار والنمو المستدام

تُظهر الجداول أعلاه النتائج التالية:

- يشير مستوى المعنوية لاختبار (F) في جدول ANOVA وهو (Sig = 0.000) إلى أن نموذج الانحدار البسيط ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (٠,٠١)، مما يعني أن النموذج صالح لتفسير العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.
- وتُشير قيمة معامل الارتباط ($R = 0.709$) إلى وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين المتغير المستقل والمتغير التابع.
- كما يشير معامل التحديد المعدل ($\text{Adjusted R Square} = 0.499$) إلى أن ما نسبته ٤٩,٩٪ من التباين الحاصل في المتغير التابع يمكن تفسيره من خلال التباين في المتغير المستقل.
- ومن حيث معنوية المعاملات، يوضح جدول Coefficients أن المتغير المستقل له تأثير موجب ومعنوي إحصائيًا على المتغير التابع، حيث بلغت قيمته ($B = 0.579$, $\text{Beta} = 0.709$, $t = 12.153$, $\text{Sig} = 0.000$).

وبناءً على ما سبق، يتم قبول صحة الفرضية التي تنص على أن هناك تأثيراً ذا دلالة إحصائية للمتغير المستقل على المتغير التابع، حيث يتضح أن العلاقة بينهما قوية وإيجابية

مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

تشير نتائج التحليل الإحصائي إلى وجود علاقة ارتباط موجبة قوية ($R = 0.709$) بين المتغير المستقل والمتغير التابع، مع قدرة تفسيرية عالية ($\text{Adjusted R Square} = 0.499$) ومعنوية إحصائية مرتفعة ($\text{Sig} = 0.000$)، مما يدل على أن المتغير المستقل يسهم بشكل كبير في تفسير التباين في المتغير التابع.

هذه النتيجة تتوافق مع ما توصلت إليه دراسة Al-Ansari et al. (٢٠١٣)، التي وجدت علاقة إيجابية قوية بين الابتكار التنظيمي وتحقيق أهداف النمو في الشركات السعودية، وهو ما يدعم الفرضية بأن تبني ممارسات متطورة (سواء كانت ابتكار أو تحول تقني) ينعكس إيجابياً على الأداء المؤسسي.

كما تتسق النتائج مع دراسة Alzahrani (٢٠٢٠) التي أظهرت أن الشركات التي تطبق استراتيجيات ابتكار واضحة كانت أكثر قدرة على التوسع ودخول أسواق جديدة. هذا يعزز التفسير بأن إدخال ممارسات مبتكرة أو تطويرية يرفع من مستوى الكفاءة والقدرة التنافسية، وهو ما يمكن إسقاطه على نتيجة التحليل الحالية التي تؤكد قوة العلاقة وأهميتها.

نتائج اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة:

ف١: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التكنولوجي والنمو المستدام .

ف٢: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التنظيمي والنمو المستدام .

ف٣: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التسويقي والنمو المستدام .

ولاختبار هذا الفرضيات تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression Analysis بين القيادة الإدارية اجمالاً كمتغير مستقل التزام الموظفين كمتغير تابع.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 ^a	.503	.493	.519

a. Predictors: (Constant), ب_س, ب_ك, ب_ن

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.324	3	13.108	48.587	.000 ^b
	Residual	38.849	144	.270		
	Total	78.174	147			

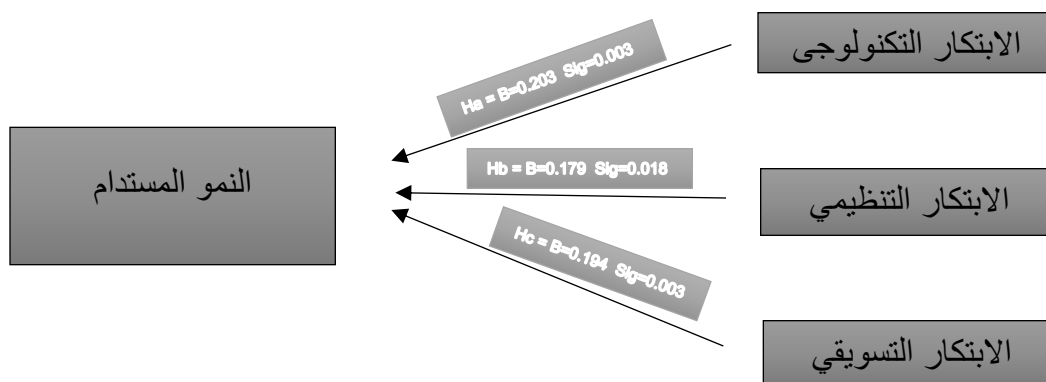
a. Dependent Variable: ا_ت

b. Predictors: (Constant), ب_س, ب_ك, ب_ن

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	1.703	.196		8.694	.000	1.316	2.090
	ب_ك	.203	.067	.285	3.042	.003	.071	.336
	ب_ن	.179	.075	.224	2.392	.018	.031	.327
	ب_س	.194	.065	.276	2.994	.003	.066	.323

a. Dependent Variable: ا_ت



رسم توضيحي ١٠ العلاقة بين ابعاد المتغير المستقل والمتغير التابع

أظهر الجداول أعلاه النتائج التالية:

- يشير مستوى المعنوية لاختبار (F) في جدول ANOVA وهو ($\text{Sig} = 0.000$) إلى أن نموذج الانحدار المتعدد ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.01)، مما يعني أن النموذج صالح لتفسير العلاقة بين المتغير المستقل (استراتيجيات الابتكار) والمتغير التابع (النمو المستدام).
- تشير قيمة معامل الارتباط ($R = 0.709$) إلى وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين استراتيجيات الابتكار والنمو المستدام
- كما يشير معامل التحديد المعدل ($\text{Adjusted R Square} = 0.493$) إلى أن ما نسبته 49.3% من التباين في النمو المستدام يمكن تفسيره من خلال أبعاد استراتيجيات الابتكار مجتمعة.
- ومن حيث معنوية الأبعاد، يوضح جدول Coefficients أن جميع الأبعاد الثلاثة استراتيجيات الابتكار حققت تأثيرًا موجبًا ومعنويًا على النمو المستدام ، حيث كان تأثير الابتكار التكنولوجي (B = 0.225, Beta = 0.225, Sig = 0.003) موجبًا ومعنويًا، وكذلك تأثير الابتكار التنظيمي ($B = 0.224, \text{Beta} = 0.224, \text{Sig} = 0.018$) وتأثير البعد الثالث الابتكار التسويقي ($B = 0.276, \text{Beta} = 0.276, \text{Sig} = 0.003$).

وبناءً على ما سبق، يتم قبول صحة الفرض الرئيسي الذي ينص على وجود تأثير معنوي لأبعاد استراتيجيات الابتكار على النمو المستدام، حيث أظهرت النتائج أن جميع الأبعاد لها تأثيرات إيجابية ومعنوية إحصائية على المتغير التابع، مما يعكس أهمية تطوير هذه الأبعاد لتعزيز النمو المستدام.

مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة إيجابية قوية بين استراتيجيات الابتكار والنمو المستدام، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.709 (R)، مما يعكس أن المؤسسات التي تعتمد استراتيجيات ابتكار فعالة تحقق نموًا مستدامًا أعلى، سواء من حيث الأداء المالي أو التوسع في الأسواق أو المسؤولية الاجتماعية. كما أوضح معامل التحديد (R^2) أن استراتيجيات الابتكار تفسر حوالي 50% من التباين في النمو المستدام، وهو مؤشر على الدور الجوهري لهذه الاستراتيجيات في دعم الاستدامة المؤسسية على المدى الطويل.

نتائج اختبار ANOVA ($F = 48.567$)، Sig = 0.000 تدل على أن نموذج الدراسة ذو دلالة إحصائية، ما يعني أن جميع أبعاد الابتكار، سواء كانت ابتكارات تقنية، تنظيمية أو استراتيجية، تساهم بشكل معنوي في تعزيز النمو المستدام للمؤسسات.

عند تحليل المعاملات الجزئية، تبين ما يلي:

- الابتكار التكنولوجي ($Beta = 0.225$, Sig = 0.003) له تأثير إيجابي معنوي، مما يشير إلى أن ربط المبادرات الابتكارية وتكاملها داخل المؤسسة يعزز تحقيق أهداف الاستدامة والنمو طويل الأجل.

- الابتكار التنظيمي ($Beta = 0.224$, Sig = 0.018) أظهرت تأثيرًا إيجابيًا، ويعكس ذلك أن قدرة المؤسسات على التغلب على العقبات الابتكارية ترتبط مباشرة بزيادة استدامة الأداء المؤسسي.

- المتغير الثالث المتعلق بالابتكار التسويقي ($Beta = 0.276$, Sig = 0.003) سجّل التأثير الأكبر على النمو المستدام، ما يدل على أهمية توجيه جهود الابتكار نحو العناصر التي تحقق أعلى مردود في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

تتفق هذه النتائج مع نتائج Al-Ansari et al. (٢٠١٣)، الذين أكدوا أن الابتكار التنظيمي يعزز القدرة على تحقيق أهداف النمو المؤسسي المستدام. كما تدعم دراسة Alzahrani (٢٠٢٠) فكرة أن تبني استراتيجيات ابتكار واضحة يمكن المؤسسات من التوسع ودخول أسواق جديدة بكفاءة أعلى، مما يساهم في تحقيق استدامة النمو.

إضافة إلى ذلك، تتماشى النتائج مع ما توصل إليه Pujari & Dangelico (٢٠١٠)، الذين وجدوا أن الابتكار البيئي والاستدامة يعززان الأداء المالي والسمعة المؤسسية، مما يعكس دور الابتكار في تحسين الأداء المؤسسي بطريقة مستدامة. كما أشار Milstein & Hart (٢٠٠٣) إلى أن الابتكار في المنتجات والخدمات المستدامة يدعم الأهداف الاجتماعية والاقتصادية، وهو ما يعكس الدور المحوري لاستراتيجيات الابتكار في تعزيز النمو المستدام على مستوى المؤسسات.

بناءً على ذلك، يمكن القول إن نتائج الدراسة تؤكد أن استراتيجيات الابتكار تمثل ركيزة أساسية ليس فقط لتحقيق أداء مؤسسي أفضل، بل أيضًا لضمان النمو المستدام، وتساعد المؤسسات على توجيه استثماراتها نحو المبادرات الابتكارية الأكثر تأثيرًا لتعزيز العائد المؤسسي والاجتماعي على المدى الطويل.

٤,٦ . الخاتمة

من أجل التحليل الاحصائي لبيانات الدراسة الحالية فقد تم استخدام برنامج SPSS-V28 . فقد قام الباحث بالتحليل الوصفي لعينة الدراسة ، كذلك قام بالتحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة . وفقاً لنتائج التحليل الاحصائي لهذه الدراسة ، فقد تحقق الصدق والثبات للمقاييس المستخدمة في قياس متغيرات الدراسة . كذلك، فقد تم اثبات الفرض الرئيسي للدراسة والفروض الأربعة الفرعية.

٥. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

٥,١. المقدمة

يُعد هذا الفصل خلاصة المجهود البحثي بأكمله، إذ يهدف إلى عرض أهم القيود التي واجهت الدراسة، وتقديم التوصيات والتطبيقات العملية المستخلصة من النتائج، بالإضافة إلى رسم ملامح الدراسات المستقبلية الممكنة. كما يُختتم الفصل بخاتمة شاملة توضح إسهام البحث وأبرز نتائجه.

٥,٢. حدود الدراسة

١. لحدود المكانية: اقتصرَت الدراسة على شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة، مما قد يحد من تعميم النتائج على باقي القطاعات أو الشركات في مناطق أخرى.
٢. الحدود الزمنية: تم تنفيذ الدراسة خلال عام ٢٠٢٥، وبالتالي فإن التطورات المستقبلية في مجال الابتكار والنمو المستدام قد تُظهر نتائج مغايرة.
٣. الحدود البشرية: اقتصرَت عينة الدراسة على موظفين من مستويات إدارية مختلفة داخل الشركة، مما قد يؤثر على شمولية النتائج لبقية العاملين أو الشركات.
٤. الحدود المنهجية: اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي من خلال الاستبانة وتحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS V.28، وبالتالي لم تشمل المناهج النوعية التي قد تضيف أبعادًا أعمق.

٥,٣. توصيات الدراسة والتطبيقات العملية

أولاً: توصيات مرتبطة بالمتغير المستقل (استراتيجيات الابتكار)

١. الابتكار التكنولوجي:

- الاستثمار المستمر في البحث والتطوير لإنتاج تقنيات جديدة تعزز النمو المستدام.
- تعزيز التحول نحو استخدام الطاقة النظيفة والتقنيات الخضراء.

٢. الابتكار التنظيمي:

- إعادة هيكلة العمليات الداخلية بما يعزز الكفاءة والمرونة التنظيمية.
- تفعيل ثقافة تنظيمية تدعم الأفكار الجديدة وتشجع الموظفين على المساهمة بالحلول الإبداعية.

٣. الابتكار البيئي:

- تطوير مبادرات بيئية تقلل من النفايات الإلكترونية والانبعاثات.
- إدماج ممارسات الاقتصاد الدائري في الإنتاج والتسويق.

٤. الابتكار الاجتماعي:

- دعم المبادرات الاجتماعية التي تساهم في تحسين جودة الحياة للمجتمع المحلي.
- تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركة من خلال مشاريع تعليمية وصحية.

ثانيًا: توصيات مرتبطة بالمتغير التابع (النمو المستدام)

١. النمو الاقتصادي:

- تنويع المنتجات والخدمات بما يحقق ميزة تنافسية طويلة الأمد.
- تحسين كفاءة استغلال الموارد بما يحقق عوائد مالية أكبر.

٢. النمو البيئي:

- الالتزام بالمعايير الدولية للاستدامة البيئية.
- التوسع في استخدام مصادر الطاقة المتجددة في عمليات الإنتاج.

٣. النمو الاجتماعي:

- تعزيز بيئة عمل آمنة ومحفزة للموظفين بما ينعكس إيجابيًا على الإنتاجية.

- الاستثمار في تطوير رأس المال البشري من خلال التدريب والتأهيل المستمر.

٥,٤. الدراسات المستقبلية

- إجراء دراسات مماثلة على شركات أخرى في قطاعات مختلفة (مثل القطاع الصحي أو الصناعي) لمقارنة النتائج.
- دمج المنهج الكمي مع المنهج النوعي لإضافة عمق أكبر لفهم العلاقة بين الابتكار والنمو المستدام.
- دراسة تأثير الأبعاد الثقافية والإقليمية على العلاقة بين الابتكار والاستدامة.
- التوسع في دراسة الابتكار الرقمي وأثره المباشر على الاستدامة في ظل التحولات التكنولوجية العالمية.

٥,٥. الخاتمة:

تهدف الدراسة الحالية إلى تحليل أثر استراتيجيات الابتكار بأبعادها (التكنولوجي، التنظيمي، البيئي، والاجتماعي) على النمو المستدام بأبعاده (الاقتصادي، البيئي، والاجتماعي) في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة. وقد تم تطبيق الدراسة باستخدام المنهج الكمي الاستدلالي عبر استبانة وزعت على عينة من موظفي الشركة بمختلف الأقسام الإدارية، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS V.28 من خلال الأساليب الإحصائية المناسبة كمعاملات الارتباط والانحدار.

أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائية بين استراتيجيات الابتكار والنمو المستدام ($R=0.709$ عند مستوى دلالة ٠,٠١)، مما يؤكد أن الابتكار يمثل أداة استراتيجية لتحقيق الاستدامة على المدى الطويل. كما بينت النتائج أن الابتكار التكنولوجي والتنظيمي لهما التأثير الأكبر على النمو الاقتصادي، في حين أن الابتكار البيئي والاجتماعي يساهمان بشكل مباشر في تحقيق النمو البيئي والاجتماعي للشركة.

وقد انعكست هذه النتائج في مجموعة من التوصيات العملية، مثل تعزيز الاستثمار في البحث والتطوير، تبني سياسات الاستدامة البيئية، دعم المبادرات الاجتماعية، وتطوير بيئة تنظيمية مشجعة على الإبداع. وتكمن فائدة هذه الدراسة في تقديم دليل علمي وتطبيقي يساعد الشركات العاملة في المملكة العربية السعودية على تحقيق التوازن بين الربحية والاستدامة من خلال تبني الابتكار كخيار استراتيجي.

وبناءً على ما سبق، تسهم الدراسة في سد فجوة معرفية مهمة على المستوى المحلي والإقليمي، وتفتح المجال أمام دراسات مستقبلية أوسع تستكشف العلاقة بين الابتكار والاستدامة في سياقات مختلفة، بما يعزز تحقيق مستهدفات رؤية المملكة ٢٠٣٠ في التنمية المستدامة والاقتصاد المعرفي.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

- الحربي، س. (٢٠١٩). أثر ممارسات الابتكار التسويقي على استدامة الشركات الصغيرة والمتوسطة. المجلة السعودية للدراسات الاقتصادية، ٩(١)، ٣٣-٦١.
- الدوسري، ن. (٢٠٢١). دور الابتكار الإداري في تعزيز التنمية المستدامة بالمؤسسات الخدمية في السعودية. مجلة الإدارة والتنمية، ١١(٤)، ٨٩-١٢٠.
- الزهراني، م. ب. ع. (٢٠٢٢). أثر الابتكار التنظيمي على الأداء المؤسسي في الشركات السعودية الصناعية. مجلة الاقتصاد والإدارة - جامعة الملك عبد العزيز، ٣٦(٢)، ١١٥-١٤٤.
- الشمري، ع. (٢٠٢٠). العلاقة بين الابتكار المؤسسي واستدامة الأداء في بيئة الأعمال السعودية. المجلة العربية للإدارة، ٤٠(٣)، ٨٣-٥٦.

ثانياً: المراجع الأجنبية (بالإنجليزية)

Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2010). A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. Journal of Management Studies, 47(6), 1154–1191. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00880.x>

Dangelico, R. M., & Pujari, D. (2010). Mainstreaming green product innovation: Why and how companies integrate environmental sustainability. Journal of Business Ethics, 95(3), 471–486. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0434-0>

Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. International Journal of Production Economics, 133(2), 662–676. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.05.014>

Lozano, R. (2015). A holistic perspective on corporate sustainability drivers. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 22(1), 32–44. <https://doi.org/10.1002/csr.1325>

OECD. (2019). Measuring Innovation in the 21st Century. Organisation for Economic Co-operation and Development. <https://www.oecd.org/innovation>

Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation. *Business Strategy and the Environment*, 20(4), 222–237. <https://doi.org/10.1002/bse.682>

الملاحق (١)

نموذج الاستبيان

عنوان البحث:

تقييم تأثير استراتيجيات الابتكار على النمو المستدام في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة.

تعليمات للمشارك:

عزيزي المشارك/عزيزتي المشاركة،

يهدف هذا الاستبيان إلى جمع معلومات لأغراض بحثية علمية فقط، ولن يتم استخدام بياناتك لأي غرض آخر. فضلاً، اقرأ كل عبارة بعناية واختر الخيار الذي يعبر عن وجهة نظرك بدقة.

جميع إجاباتك ستُعامل بسرية تامة.

مقياس التقدير:

١ = لا أوافق بشدة - ٢ = لا أوافق - ٣ = محايد - ٤ = أوافق - ٥ = أوافق بشدة

القسم الأول: معلومات عامة

١- الجنس:

☐ ذكر

☐ أنثى

٢- الفئة العمرية:

☐ أقل من ٢٥ سنة

☐ ٢٥-٣٤ سنة

☐ ٣٥-٤٤ سنة

☐ ٤٥ سنة فأكثر

٣- المؤهل العلمي:

☐ ثانوي

☐ دبلوم

☐ بكالوريوس

☐ دراسات عليا

٤- سنوات الخبرة:

☐ أقل من ٣ سنوات

☐ من ٣ إلى ٥ سنوات

☐ من ٦ إلى ١٠ سنوات

☐ أكثر من ١٠ سنوات

Section One

- 1- Gender (Male – Female)
- 2- Age Group (Under 25 – 25 to 34 – 35 to 44 – 45 and above)
- 3- Educational Qualification (High School – Diploma – Bachelor's – Postgraduate)
- 4- Years of Experience (Less than 3 years – 3 to 5 years – 6 to 10 years – More than 10 years)
- 5- Department (Research and Development – Marketing and Sales – Human Resources – General Management and Operations – Technical Support and Services)

القسم الثاني : استراتيجيات الابتكار (المتغير المستقل)

Section Two : Innovation Strategies (Independent Variable)

٥	٤	٣	٢	١	العبارة	م
البعد الأول : الابتكار التكنولوجي						
First: Technological Innovation						
					١ تسعى الشركة الى تطوير منتجات جديدة بصورة مستمرة The company strives to continuously develop new products	
					٢ تستثمر الشركة في التكنولوجيا لتحسين عملياتها The company invests in technology to improve its operations.	
					٣ تستخدم الشركة أنظمة تقنية حديثة لدعم الابتكار The company uses modern technological systems to support innovation.	
					٤ تعتمد الشركة على البحث والتطوير في انتاج حلول مبتكرة The company relies on research and development to produce innovative solutions.	
البعد الثاني : الابتكار التنظيمي						
Second: Organizational Innovation						

					٥	تتيح بيئة العمل في الشركة فرصاً للتجريب والتطوير The company's work environment provides opportunities for experimentation and development.
					٦	تشجيع الإدارة الموظفين على تقديم أفكار جديدة Management encourages employees to present new ideas.
					٧	تحدث الشركة تغييرات تنظيمية لدعم الابتكار The company makes organizational changes to support innovation.
					٨	تشجيع الشركة على التعاون الداخلي بين الأقسام The company encourages internal collaboration between departments.
					٩	تتبنى الإدارة أساليب قيادية داعمة للابتكار Management adopts leadership approaches that support innovation.
البعد الثالث : الابتكار التسويقي Third: Marketing Innovation						
					١٠	تطبق الشركة أساليب جديدة للترويج لمنتجاتها The company applies new methods to promote its products.
					١١	تطور الشركة عروضاً تسويقية مبتكرة The company develops innovative marketing offers.
					١٢	تراعي الشركة احتياجات العملاء المتغيرة في تطوير منتجاتها The company considers changing customer needs when developing its products.

القسم الثالث : النمو المستدام (المتغير التابع)

Section Three: Sustainable Growth (Dependent Variable)

م	العبارة	١	٢	٣	٤	٥
البعد الأول: النمو الاقتصادي First: Economic Growth						
١	تحقق الشركة نمواً مستداماً في مبيعاتها The company achieves sustainable growth in its sales.					
٢	تحافظ الشركة على مستويات أرباح متصاعدة The company maintains rising profit levels.					
٣	تساهم الاستراتيجيات المبتكرة في تحسين الكفاءة التشغيلية Innovative strategies contribute to improving operational efficiency.					
٤	تؤدي ممارسات الابتكار الى تحسين جودة المنتجات Innovation practices lead to improved product quality.					
البعد الثاني : النمو الاجتماعي Second: Social Growth						
٥	تهتم الشركة برعاية موظفيها وتحفيزهم The company cares about employee welfare and motivation.					
٦	تشارك الشركة في أنشطة مجتمعية ذات أثر إيجابي The company participates in community activities with positive impact.					
٧	تعزز الشركة مبدأ المساواة والعدالة في بيئة العمل The company promotes the principle of equality and fairness in the workplace.					
٨	تحرص الشركة على تطوير مهارات الموظفين The company is keen on developing employee skills.					
البعد الثالث : النمو البيئي						

Third: Environmental Growth					
					٩ تلتزم الشركة بممارسات تقلل من استهلاك الموارد The company is committed to practices that reduce resource consumption.
					١٠ تعتمد الشركة استراتيجيات للحد من التلوث البيئي The company adopts strategies to limit environmental pollution.
					١١ تسعى الشركة الى استخدام تقنيات صديقة للبيئة The company seeks to use environmentally friendly technologies.
					١٢ تضع الشركة معايير بيئية ضمن استراتيجياتها The company sets environmental standards within its strategies.

الملاحق (٢)

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. Educational and Psychological Measurement, 30(3), 607–610.

<i>N</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>S</i>
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	1000000	384

Note.—*N* is population size. *S* is sample size.

Source: Krejcie & Morgan, 1970

الملاحق (٣) التحليل الاحصائي

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.817
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1202.189
	df	66
	Sig.	.000

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.887
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1549.976
	df	66
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Total	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
		% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.497	45.812	45.812	5.497	45.812	45.812	3.614	30.118	30.118
2	2.247	18.724	64.536	2.247	18.724	64.536	2.723	22.692	52.809
3	1.076	8.964	73.500	1.076	8.964	73.500	2.483	20.691	73.500
4	.693	5.776	79.276						
5	.635	5.295	84.571						
6	.483	4.026	88.597						
7	.340	2.831	91.428						
8	.329	2.739	94.168						
9	.266	2.215	96.382						
10	.210	1.750	98.132						
11	.134	1.119	99.251						
12	.090	.749	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Communalities

	Initial	Extraction
1 ق	1.000	.661
2 ق	1.000	.792
3 ق	1.000	.763
4 ق	1.000	.591
1 ح	1.000	.885
2 ح	1.000	.884
3 ح	1.000	.744
4 ح	1.000	.707
1 ب	1.000	.741
2 ب	1.000	.751
3 ب	1.000	.703
4 ب	1.000	.598

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Total	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
		% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.442	62.013	62.013	7.442	62.013	62.013	3.634	30.279	30.279
2	.990	8.249	70.262	.990	8.249	70.262	3.019	25.159	55.438
3	.900	7.504	77.766	.900	7.504	77.766	2.679	22.328	77.766
4	.613	5.107	82.874						
5	.531	4.426	87.300						
6	.430	3.584	90.884						
7	.307	2.559	93.443						
8	.257	2.138	95.581						
9	.191	1.590	97.171						
10	.154	1.286	98.457						
11	.098	.813	99.270						
12	.088	.730	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Communalities

	Initial	Extraction
1 ك	1.000	.888
2 ك	1.000	.898
3 ك	1.000	.790
4 ك	1.000	.699
1 د	1.000	.793
2 د	1.000	.877
3 د	1.000	.685
4 د	1.000	.681
5 د	1.000	.653
1 س	1.000	.763
2 س	1.000	.842
3 س	1.000	.763

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	12

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	12

Correlations									
		ب_ك	ب_ن	ب_س	ب_ق	ب_ج	ب_ب	ا_س	ا_ت
ب_ك	Pearson Correlation	1	.727**	.716**	.631**	.479**	.388**	.906**	.646**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148
ب_ن	Pearson Correlation	.727**	1	.717**	.761**	.281**	.421**	.895**	.630**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148
ب_س	Pearson Correlation	.716**	.717**	1	.769**	.331**	.386**	.904**	.642**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148
ب_ق	Pearson Correlation	.631**	.761**	.769**	1	.279**	.311**	.797**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148
ب_ج	Pearson Correlation	.479**	.281**	.331**	.279**	1	.660**	.406**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001		.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148
ب_ب	Pearson Correlation	.388**	.421**	.386**	.311**	.660**	1	.441**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148
ا_س	Pearson Correlation	.906**	.895**	.904**	.797**	.406**	.441**	1	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148
ا_ت	Pearson Correlation	.646**	.630**	.642**	.692**	.827**	.826**	.709**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	148	148	148	148	148	148	148	148

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Assessing the Impact of Innovation Strategies on Sustainable Growth at Samsung Saudi Arabia, Jeddah

Student Name

Yahya Mustareeh - 1063552309

Final Project – 2

College of Management – MidOcean University

Supervisor

Dr. Abdulrahim Nader- Dr. sara Faried

Dr. Alaa Ahmed – Dr. Rana Ali

Faculty Member – College of Management – MidOcean University

Second Semester - 2025-8-21