

Final Project 2

PMG 497

نموذج المشروع النهائي ٢

عنوان المشروع

أسم الطالب
يحيى مستريح

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

٢٠٢٥ - الفصل الدراسي الثاني

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

جدول المحتويات

٢	الشكر والتقدير.....
٣	الإهداء.....
٤	مستخلص الدراسة.....
٧	١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
٨	١,١. المقدمة:.....
٩	١,٢. مشكلة الدراسة.....
٩	١,٢,١. فجوات على المستوى النظري.....
٩	١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي.....
١٠	١,٣. أهمية الدراسة.....
١٠	١,٣,١. على المستوى النظري:.....
١٠	١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:.....
١٠	١,٤. أسئلة الدراسة.....
١١	١,٥. أهداف الدراسة.....
١١	١,٦. فرضيات الدراسة.....
١٢	١,٧. نموذج الدراسة.....
١٤	١,٨. الدراسة الميدانية.....
١٥	١,٩. مخطط المشروع.....
١٦	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....
١٧	٢,١. المقدمة:.....
١٧	٢,٢. المتغير المستقل.....
١٨	٢,٣. المتغير التابع.....
٢٠	٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....
٢٠	٢,٥. الخاتمة.....
٢٢	٣. الفصل الثالث: منهجية الدراسة.....
٢٣	٣,١. المقدمة.....
٢٣	٣,٢. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث.....
٢٤	٣,٣. تصميم البحث.....
٢٥	٣,٤. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات.....
٢٧	٣,٥. طريقة جمع البيانات.....
٣٠	٣,٦. أنواع البيانات.....

٣١	٣,٧. إجراءات التحليل الإحصائي
٣٢	٣,٨. الخاتمة
٣٣	٤. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
٣٣	4.1. المقدمة
٣٣	4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)
٣٣	4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات
٣٣	4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)
٣٣	4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج
٣٣	٤,٦. الخاتمة
٣٣	٥. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات
٣٣	٥,١. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية
٣٣	٥,٢. توصيات الدراسة
٣٣	٥,٣. الخاتمة
٣٤	قائمة المراجع
٣٦	الملاحق

جدول الأشكال

١٣	رسم توضيحي ١ تمثيل للنموذج المفاهيمي
٢٠	رسم توضيحي 2 العلاقة بين أنواع الابتكار وابعاد النمو المستدام
٢٤	رسم توضيحي 3 بصلة البحث

جدول الجداول

٢٥	جدول 1 عدد الموظفين في الشركة في مدينة جده
٢٦	جدول 2 توزيع العينة
٢٧	جدول 3 اختيار العينة العشوائية
٢٨	جدول 4 توزيع فقرات استراتيجيات الابتكار حسب الابعاد
٢٩	جدول 5 توزيع فقرات النمو المستدام حسب الابعاد

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١. المقدمة:

في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة والتنافسية الشديدة في الأسواق العالمية، أصبحت استراتيجيات الابتكار من العوامل الحاسمة التي تحدد قدرة الشركات على البقاء والنمو المستدام. تسعى المؤسسات الكبرى إلى تبني أساليب مبتكرة لتعزيز قدرتها التنافسية وتحقيق نمو طويل الأمد. في هذا السياق، تبرز شركة سامسونج السعودية كواحدة من الشركات الرائدة في مجال التكنولوجيا والإلكترونيات، حيث تعتمد بشكل كبير على استراتيجيات الابتكار لتطوير منتجاتها وخدماتها.

تكمُن أهمية هذا البحث في دراسة مدى تأثير استراتيجيات الابتكار المتبعة لدى شركة سامسونج السعودية في مدينة جدة على تحقيق النمو المستدام، الذي يشمل النمو الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي. وعلى الرغم من أن الابتكار يعتبر من أهم محركات النمو، إلا أن فهم كيف تؤثر هذه الاستراتيجيات تحديدًا على النمو المستدام في سياق الشركات المحلية لا يزال بحاجة إلى دراسة معمقة.

تم اختيار هذا الموضوع لما له من أهمية عملية وعلمية في مجال إدارة الأعمال، إذ يمكن أن يقدم نتائج وتوصيات قيمة تساعد الشركات الأخرى في المملكة العربية السعودية على تعزيز أدائها من خلال تبني استراتيجيات ابتكار فعالة. كما أن تركيز الدراسة على شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة يتيح فرصة لفهم تأثير الابتكار في بيئة أعمال محلية، مما يضيف قيمة خاصة للبحث.

بناءً على ذلك، يسعى هذا البحث إلى تقييم تأثير استراتيجيات الابتكار على النمو المستدام في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة، من خلال تحليل ممارسات الشركة وتحديد العوامل التي تسهم في تحقيق أهداف النمو المستدام.

١,٢. مشكلة الدراسة

تُعتبر استراتيجيات الابتكار من العوامل الجوهرية التي تؤثر على قدرة الشركات في تحقيق النمو المستدام، خصوصًا 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، خصوصاً في مدينة جدة التي تعتبر مركزاً اقتصادياً هاماً.

١,٤. أسئلة الدراسة

- ١- ما هي استراتيجيات الابتكار المعتمدة في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة؟
- ٢- كيف تؤثر استراتيجيات الابتكار على الأداء الاقتصادي لشركة سامسونج السعودية؟
- ٣- ما هو تأثير استراتيجيات الابتكار على الجوانب الاجتماعية والبيئية لتحقيق النمو المستدام في الشركة؟
- ٤- ما التحديات التي تواجه شركة سامسونج السعودية في تطبيق استراتيجيات الابتكار لتحقيق النمو المستدام؟
- ٥- كيف يمكن تحسين استراتيجيات الابتكار في شركة سامسونج السعودية لتعزيز النمو المستدام في المستقبل؟

١,٥. أهداف الدراسة

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

١,٦. فرضيات الدراسة

١. هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات الابتكار والنمو الاقتصادي في شركة سامسونج السعودية بمدينة جدة.
٢. تؤثر استراتيجيات الابتكار بشكل إيجابي على الجوانب الاجتماعية للنمو المستدام في شركة سامسونج السعودية.
٣. تسهم استراتيجيات الابتكار في تحسين الأداء البيئي للشركة بما يعزز النمو المستدام.
٤. تواجه شركة سامسونج السعودية تحديات تؤثر على فعالية تطبيق استراتيجيات الابتكار في تحقيق النمو المستدام.
٥. تطبيق توصيات تطوير استراتيجيات الابتكار يؤدي إلى تعزيز النمو المستدام في شركة سامسونج السعودية.

١,٧. نموذج الدراسة

يعتمد هذا البحث على نموذج مفاهيمي يوضح 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

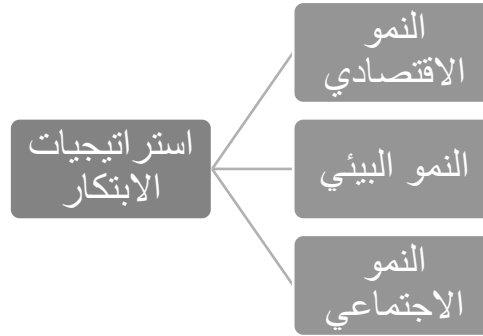
- يمثل النمو المستدام قدرة الشركة على التوسع والاستمرار في النمو بطريقة توازن بين الأبعاد الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية، ويتم قياسه من خلال:
- النمو الاقتصادي: مثل زيادة الإيرادات، الربحية، وحصة السوق.
 - النمو الاجتماعي: مثل تطوير المهارات البشرية، ورفع رضا الموظفين والعملاء.
 - النمو البيئي: مثل 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 مفهوماً ديناميكياً 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 سامسونج 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

٢,٥ . الخاتمة

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:

أُعتمدت 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 الطبقية 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 فقره		

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 موظفاً 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
- ٤,٢. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)
- ٤,٣. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات
- ٤,٤. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)
- ٤,٥. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج
- ٤,٦. الخاتمة

٥. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

- ٥,١. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:
- ٥,٢. توصيات الدراسة:
- ٥,٣. الخاتمة:

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

القسم الثاني : استراتيجيات الابتكار (المتغير المستقل)

البعد الأول : الابتكار التكنولوجي

العبرة	١	٢	٣	٤	٥
تسعى الشركة الى تطوير منتجات جديدة بصورة مستمرة					
تستثمر الشركة في التكنولوجيا لتحسين عملياتها					
تستخدم الشركة أنظمة تقنية حديثة لدعم الابتكار					
تعتمد الشركة على البحث والتطوير في انتاج حلول مبتكرة					

البعد الثاني : الابتكار التنظيمي

العبرة	١	٢	٣	٤	٥
تتيح بيئة العمل في الشركة فرصاً للتجريب والتطوير					
تشجيع الإدارة الموظفين على تقديم أفكار جديدة					
تحدث الشركة تغييرات تنظيمية لدعم الابتكار					
تشجيع الشركة على التعاون الداخلي بين الأقسام					
تتبنى الإدارة أساليب قيادية داعمة للابتكار					

البعد الثالث : الابتكار التسويقي

العبرة	١	٢	٣	٤	٥
تطبق الشركة أساليب جديدة للترويج لمنتجاتها					
تطور الشركة عروضاً تسويقية مبتكرة					
تراعي الشركة احتياجات العملاء المتغيرة في تطوير منتجاتها					

القسم الثالث : النمو المستدام (المتغير التابع)

البعد الأول: النمو الاقتصادي

٥	٤	٣	٢	١	العبرة
					تحقق الشركة نمواً مستداماً في مبيعاتها
					تحافظ الشركة على مستويات أرباح متصاعدة
					تساهم الاستراتيجيات المبتكرة في تحسين الكفاءة التشغيلية
					تؤدي ممارسات الابتكار الى تحسين جودة المنتجات

البعد الثاني : النمو الاجتماعي

٥	٤	٣	٢	١	العبرة
					تهتم الشركة برعاية موظفيها وتحفيزهم
					تشارك الشركة في أنشطة مجتمعية ذات أثر ايجابي
					تعزز الشركة مبدأ المساواة والعدالة في بيئة العمل
					تحرص الشركة على تطوير مهارات الموظفين

البعد الثالث : النمو البيئي

٥	٤	٣	٢	١	العبرة
					تلتزم الشركة بممارسات تقلل من استهلاك الموارد
					تعتمد الشركة استراتيجيات للحد من التلوث البيئي
					تسعى الشركة الى استخدام تقنيات صديقة للبيئة
					تضع الشركة معايير ببنية ضمن استراتيجياتها

الملاحق (١)

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	100000	384

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

Source: Krejcie & Morgan, 1970