



# مجلة البحوث المالية والتجارية

المجلد (٢٣) – العدد الثالث – يوليو ٢٠٢٢



أثر استراتيجية الابتكار علي الإفصاح المحاسبي

لتعظيم قيمة المنشأة

## The effect of Innovation Strategy on the Accounting disclosure to maximize the Value of Enterprise

الباحث/ علاء ابراهيم شحاته حسن الليثي

مدرس مساعد محاسبة بالمعهد العالي للعلوم التجارية

والحاسب الالي بالعريش

أ. د / محمد عبد الرحمن العايدي

استاذ المحاسبة والمراجعة المتفرغ

كلية التجارة

جامعة بورسعيد

أ. د / حسين مصطفى هلالي

أستاذ المحاسبة والمراجعة المتفرغ

كلية التجارة

جامعة بورسعيد

أ.م.د / أحمد عبد الرؤوف فايد

استاذ المحاسبة والمراجعة المساعد

كلية التجارة

جامعة بورسعيد

## الملخص

استهدف هذا البحث قياس تأثير استراتيجية الابتكار علي الإفصاح المحاسبي لتعظيم قيمة المنشأة وذلك بالتطبيق علي البنوك المقيدة في البورصة المصرية وقد بلغ عدد البنوك المقيدة في البورصة المصرية ١٣ بنك وهم : بنك البركة ، ومصرف ابوظبي الاسلامي ، وبنك القاهرة ، و البنك التجاري الدولي ، و بنك كريدي اجريكول مصر، والبنك المصري الخليجي، و البنك المصري لتنمية الصادرات ، وبنك فيصل الاسلامي ، وبنك التعمير والاسكان ، وبنك الكويت الوطني ، وبنك قطر الوطني الاهلي ، وبنك الشركة المصرفية العربية الدولية ، وبنك قناة السويس . وقد تم عرض استمارة استبيان علي عدد من العاملين بتلك البنوك للاجابة عليها وذلك لتحقيق هدف البحث .

وقد توصل الباحث الي وجود تأثير ايجابي معنوي لابعاد تطبيق استراتيجية الابتكار بأنواعها المختلفة علي الإفصاح المحاسبي لتعظيم قيمة المنشأة . حيث انه يوجد تأثير معنوي لاستراتيجية الابتكار علي الإفصاح المحاسبي كما انه يوجد تأثير معنوي غير مباشر لاستراتيجية الابتكار على تعزيز قيمة المنشأة في ظل توسيط الإفصاح المحاسبي.

## الكلمات المفتاحية :

استراتيجية الابتكار ، الإفصاح المحاسبي ، قيمة المنشأة



## **Abstract**

The research aims to measure the effect of Innovation Strategy on the Accounting disclosure To maximize the Value of Enterprise, by applying to the banks listed on the Egyptian Stock Exchange , and the number of banks listed in the Egyptian Stock Exchange has 13 banks which are : Al Baraka Bank , Abu Dhabi Islamic Bank , Bank du Caire, Commercial International Bank , Credit Agricole Bank , Egyptian Gulf Bank, Export Development Bank of Egypt, Faisal Islamic Bank, Construction and Housing Bank, National Bank of Kuwait, Qatar National Al-Ahly, Societe Arabe International De Banque, and Suez Canal Bank. A questionnaire was presented to a number of employees in those banks to answer it in order to achieve the goal of the research

The researcher concluded that there is a positive effect of the dimensions of the application of the innovation strategy of its various types on the Accounting disclosure To maximize the Value of Enterprise , where there is a significant effect of innovation strategy on accounting disclosure, there is also an indirect significant effect of the innovation strategy on enhancing the value of the enterprise in view of the mediation of accounting disclosure.

## **Key words:**

Innovation strategy, Accounting Disclosure, Value of Enterprise.

## المقدمة :

تعد المعرفة رصيذاً أساسياً للمنظمات وتلعب دوراً حاسماً في الابتكار و يمكن اعتبار الابتكار على أنه خلق قائم على المعرفة ونتائج قائمة على المعرفة (Wang et al,2018). وقد تم تعريف الابتكار على أنه أول إدخال لمنتج أو عملية أو طريقة أو نظام جديد. يسلط هذا التعريف الضوء على الطبيعة المزدوجة للابتكار كعملية (مقدمة) ونتيجة (منتج ، عملية ، طريقة ، نظام). يوصف الابتكار كعملية بأنه "إدخال في الخدمة" أو "مقدمة وتطبيق" أو "تطوير وتنفيذ" لفكرة. عندما يركز التعريف على النتيجة ، يتم تعريف الابتكار على أنه منتج ، عملية ، برنامج ، فكرة ، مفهوم ، وما إلى ذلك ، يعتبر جديداً في البيئة التي يتم تقديمه فيها (Quintane, E., Casselman, R. M., Reiche, B. S., & Nylund, P. A., 2011).

ان الشركات تحتاج إلى تجديد نفسها باستمرار والبحث عن مصادر جديدة للنمو من خلال الاستثمار في الابتكار في ظل اشتداد المنافسة و التغيرات المتلاحقة والمتسارعة في خصائص بيئة الاعمال المعاصرة. في حين تلتزم جميع الشركات كثيفة المعرفة باستثمار المزيد من الموارد في هذا النشاط ، فإن هناك اختلاف كبير في استراتيجية الابتكار لديهم . وتعتبر استراتيجية الابتكار طريقة فريدة للشركة للوصول إلى أداؤها المستهدف.

## مشكلة البحث :

يجب علي المنظمة النظر في كيفية استخدام المهارات والموارد بغرض تطوير منتجات أو خدمات جديدة أو إنشاء أنظمة وعمليات إنتاج جديدة لتلبية احتياجات العملاء ويعتبر ذلك ضروريا لخلق القيمة على سبيل المثال ، في اختراق أسواق جديدة ، في الاحتفاظ بأسهم السوق الحالية وتحسين الميزة التنافسية. وفي ضوء ذلك يجب أن يتم تحديد جوانب معينة من نظام المحاسبة التي ترتبط بظروف محددة معينة وتظهر مطابقتها المناسبة. يشير هذا إلى مجالات يجب الاهتمام بها منها جوانب نظام المحاسبة مع مدى وطريقة استخدامها قد يؤثر ذلك على تصميم نظم المعلومات المحاسبية بطريقة تحتاج إلى توفير معلومات ذات صلة وفي الوقت المناسب ودقيقة وكاملة.



لذلك دعت الحاجة الي اعداد مدخل محاسبي لقياس اثر استراتيجية الابتكار علي الافصاح المحاسبي لتعظيم قيمة المنشأة بالشركات المقيدة بالبورصة ، ويتفرع من ذلك الاسئلة التالية :

- ١- هل هناك تأثير لاستراتيجية الابتكار علي الافصاح المحاسبي للشركات ؟
- ٢- هل هناك تأثير للافصاح المحاسبي عن استراتيجية الابتكار علي تعظيم قيمة المنشأة ؟
- ٣- هل يمكن اعداد مدخل محاسبي لقياس أثر استراتيجية الابتكار علي الافصاح المحاسبي في الشركات؟

### أهمية البحث :

تتمثل اهمية الدراسة من خلال الاهمية التي تكتسبها استراتيجية الابتكار ذات التأثير علي الافصاح المحاسبي بالشركات والتي تعتبر من أهم النقاط البحثية والدراسات التي نالت اهتمام المنظمات التي تسعى الي البقاء والاستمرار وتحقيق ودعم الميزة التنافسية كذلك. ويمكن ابراز اهمية الدراسة من خلال الآتي :

- تحديد اثر استراتيجية الابتكار علي الشركات .
- تحديد اثر استراتيجية الابتكار علي الافصاح المحاسبي في الشركات .
- بيان اثر القياس والافصاح عن استراتيجية الابتكار علي تعظيم قيمة المنشأة .

### أهداف البحث :

تهدف الدراسة الي :

- التعرف علي علي درجة التأثير لاستراتيجية الابتكار علي ممارسات الافصاح المحاسبي.
- اعداد مدخل محاسبي لقياس اثر استراتيجية الابتكار علي الافصاح المحاسبي في الشركات المقيدة بالبورصة.
- بيان اثر الافصاح المحاسبي لاستراتيجية الابتكار علي تعظيم قيمة المنشأة.

## اسلوب البحث :

سوف يعتمد الباحث في اعداد هذا البحث على المنهجين الآتيين :

•المنهج الاستقرائي : من خلال استقراء العديد من الدراسات والكتب والدوريات التي تناولت استراتيجية الابتكار ذات الاثر علي الافصاح المحاسبي بالشركات المقيدة بالبورصة.

•المنهج الاستنباطي : حيث يعتمد على هذا المنهج في اثبات فروض البحث والتعرف علي اهم الممارسات المحاسبية للافصاح في ظل تطبيق استراتيجية الابتكار في الشركات المقيدة بالبورصة .

## حدود البحث :

سوف يقتصر البحث علي اعداد مدخل محاسبي لقياس اثر استراتيجية الابتكار علي الافصاح المحاسبي بالتطبيق علي الشركات المقيدة في البورصة .

## فروض البحث :

الفرض العدم الاول  $H_01$  : لا يوجد تأثير معنوي لاستراتيجية الابتكار على الافصاح المحاسبي

الفرض البديل الاول  $H_11$  : يوجد تأثير معنوي لاستراتيجية الابتكار على الافصاح المحاسبي

الفرض العدم الثاني  $H_02$  : لا يوجد تأثير معنوي غير مباشر لاستراتيجية الابتكار على تعزيز قيمة المنشأة في ظل توسط الافصاح المحاسبي .

الفرض البديل الثاني  $H_12$  : يوجد تأثير معنوي غير مباشر لاستراتيجية الابتكار على تعزيز قيمة المنشأة في ظل توسط الافصاح المحاسبي .

## خطة البحث:

وفقا لأهداف البحث وفي ضوء مشكلته سوف يتناول البحث الفصول الآتية :

الفصل الاول : اثر استراتيجية الابتكار علي الافصاح المحاسبي .

الفصل الثاني: مدخل مقترح لقياس أثر استراتيجية الابتكار علي ممارسات الافصاح للشركات .

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية والتحليلية لأختبار صحة فروض البحث .



## الفصل الاول: اثر استراتيجية الابتكار علي الافصاح المحاسبي

المقدمة :

تحدد الأدبيات المعرفية أن المعرفة الحالية هي شرط مسبق لحدوث عملية الابتكار ، مما يجعل الاعتماد على المسار قضية حاسمة. على سبيل المثال ، تعادل القدرة الاستيعابية القدرة الابتكارية للشركة وهذا يُنظر إليه على أنه دالة للمعرفة السابقة. يمكن أن يؤدي مستوى المعرفة المنخفض جدًا إلى "إغلاق" القدرة الابتكارية إذا كان مستوى المعرفة متأخرًا جدًا بحيث يصبح من غير المجدي تجميع المعرفة الضرورية المعتمدة على المسار(خالد،٢٠٠٧).

### المبحث الاول : طبيعة استراتيجية الابتكار

ماهية الابتكار : ان الابتكار يعني تحويل الافكار الجديدة والافكار الخيالية الي واقع ، وقد ينتج عن استخدام هذه الخاصية الذهنية بفاعلية النواتج التالية(سامر،٢٠٢٠) :

- توليد شيء جديد غير مسبق .
- توحيد او دمج مجموعة افكار متباعده وغير متباعدة بطريقة جديدة غير مألوفة .
- ايجاد او اظهار استخدامات جديدة غير متعارف عليها للافكار المتداولة او لمنتج ما .
- نقل الافكار الموجودة والمتداولة الي مستفيدين اخرين او اشخاص جدد.

مفهوم استراتيجية الابتكار :هي خطة لزيادة حصتها في السوق أو الأرباح من خلال ابتكار المنتجات والخدمات. عند النظر إلى استراتيجية الابتكار من خلال منظور الوظائف التي يتعين إنجازها ، فإن الاستراتيجية الفعالة يجب أن تعلم بشكل صحيح أي منفذ للوظيفة ، والوظيفة ، والشريحة التي يجب استهدافها لتحقيق أكبر قدر من النمو ، وأي الاحتياجات غير الملباة يجب استهدافها لمساعدة العملاء إنجاز المهمة بشكل أفضل.

خصائص استراتيجية الابتكار :

- ١- التوجه نحو استغلال الفرص : ويتطلب ذلك دراسة صفات المنافسة وكيفية استغلال الفرص للنمو المتواجده في السوق والصناعة والعملاء .
- ٢- تبني هيكل تنظيمي يساعد علي الابتكار : فقد تبنت كثير من الشركات ذات الاستثمار الكبير نظاما للاستثمارات يعتمد علي التنبؤ في الاجل الطويل وتصميم عدة برامج استثمارية متوازية ثم اختيار افضلها وتجربته قبل تطبيقه علي نطاق واسع .

٣- التخطيط الاستراتيجي لمزيج المنتجات : وذلك يعني ارتكاز عملية التخطيط الاستراتيجي

لمزيج المنتجات علي الابتكار وذلك من اجل الموازنة بين خطوط المنتجات الحالية

والمخططة مستقبلا ويستخدم في ذلك الاساليب الفنية لمزيج المنتجات

٤- تبني منهج تدريجي للابتكار : فالترج في الابتكار يساعد علي سهولة علاج مشكلات

التنسيق والتحفيز ، كما يساعد علي توفير الدعم السياسي والسيكولوجي وتقليل

المعوقات.

٥- العمل بحرية واستقلال من خلال ارشادات عامة : فعلي المديرين لادارة عمليات الابتكار

العمل من خلال فريق يخطط وينفذ ويراقب المشروعات والانشطة الابتكارية .

المبحث الثاني : الإفصاح المحاسبي في ضوء استراتيجية الابتكار

الإفصاح عن المعلومات المتعلقة بالابتكار

إن زيادة الإفصاح تقلل من عدم تناسق المعلومات بين المطلعين على الشركات والأطراف

الخارجية ، مما يقلل بدوره من تكلفة التمويل ويقلل من احتمالية أن تكون الشركة مقومة بأقل

من قيمتها من قبل سوق الأسهم وبالتالي يتم الاستيلاء عليها. لذلك ، يمكن أن تسهل زيادة

الشفافية الشركات العامة الانخراط في ابتكار استكشافي طويل الأجل. و من غير الواضح ما إذا

كانت بيئة المعلومات الأكثر شفافية للشركات العامة تجعلها تركز أكثر أو أقل على الابتكارات

الاستكشافية من الشركات الخاصة (Gao, H., Hsu, P. H., & Li, K. 2018).

ان زيادة إفصاح الشركات استجابة لطلبات المستثمرين للحصول على معلومات عندما

تكون بيانات المحاسبة المالية أقل فائدة للمستثمرين أثناء محاولتهم تقييم قيمة الشركة. كما أن

الإفصاح عن الابتكار يرتبط ارتباطاً إيجابياً بعائدات الأسهم ، مما يشير إلى أن الإفصاح مفيد.

بالإضافة إلى ذلك ، كما أن الإفصاح عن الابتكار يرتبط ارتباطاً إيجابياً بمعدل نمو مبيعات

الشركة في المستقبل وربحيته وعائدات الأسهم. تظل هذه النتيجة ذات دلالة إحصائية وذات

مغزى اقتصادياً بعد التحكم في الأداء الحالي والعوامل الأخرى المعروفة أنها تؤثر على الأداء

المستقبلي(Gu, F., & Li, J. Q. 2003).

الإفصاح الإلزامي والابتكار :

يمكن وصف لوائح الإفصاح الإلزامي ، مثل قانون حماية المخترع الأمريكي ، على أنها

تحت على التبادل القسري للمعلومات بين الشركات الخاضعة للتنظيم ، بما يتجاوز ما قد تكون





هذه الشركات على استعداد للإفصاح عنه طواعية. تتلقى الشركة مزيدًا من المعلومات من الإفصاح عن الآخرين بينما تكشف في الوقت نفسه المزيد عن نفسها. هذا الإطار هو جوهر العمل النظري حول العلاقة بين الابتكار والإفصاح ، مثل طلبات البراءات (Kim, J., 2019).

### الإفصاح الطوعي والابتكار :

لقد تبين ان هناك رأيين هما : قد يؤدي الإفصاح الطوعي إلى إعاقة ابتكار الشركة لثلاثة أسباب. أولاً ، يمكن أن تكون عمليات الكشف ضارة ، لأنها يمكن أن توفر لمنافسي الصناعة معلومات قيمة عن الابتكار. ثانيًا ، يجذب الإفصاح المستثمرين المؤسسيين غير المتفانين الذين يقدرّون عمليات الإفصاح لأنها تضعف التأثير السعري للصفقات ، مما يسهل تحقيق مكاسب التداول على المدى القصير. تحث الحاجة إلى الأرباح قصيرة الأجل المديرين على تبني منظور قصير الأجل في اختيار استثمارات الشركة. أخيرًا ، قد تؤدي التداعيات الخارجة للبحث والتطوير (R & D) الناتجة عن الكشف عن المعلومات إلى نقص الاستثمار في البحث والتطوير بسبب عدم الملاءمة الكاملة لمزايا هذه الاستثمارات ، الرأي المعاكس هو أن الإفصاح الطوعي قد يعزز الابتكار المؤسسي. ينقل الإفصاح بعض المعلومات الخاصة إلى المستثمرين بشكل عام ، ويؤدي تقليل عدم تناسق المعلومات إلى تسهيل الابتكار بسبب زيادة السيولة وانخفاض تكلفة زيادة رأس المال وتقليل المخاوف المهنية الإدارية ، حيث تسهل زيادة معلومات الشركة على المساهمين والمجالس مراقبة المديرين ، مما يؤدي بدوره إلى مزيد من الابتكار.

### سياسات الإفصاح الوسيط مقابل النهائي :

يمكن التمييز بشكل قاطع بين الأنظمة التي تنفذ سياسات الإفصاح النهائي والمتوسط. يمكن تمييز أنظمة الابتكار التي تطبق الإفصاح الوسيط أو النهائي من خلال توقيت وشكل الكشف عن المخرجات المبتكرة. يحدث الإفصاح النهائي عند الانتهاء من العمل (وغالبًا ما يكون بعد ذلك بشكل كبير) ويتضمن نموذجيًا بعض الأشكال الموحدة والمتكاملة للناتج. على النقيض من ذلك ، يحدث الإفصاح الوسيط بشكل مستمر خلال عملية حل المشكلات المبتكرة ويمكن أن يستوعب نطاقًا أكبر وكميات مختلفة من المعرفة (Boudreau, K. J., & Lakhani, K. R. 2015).

أن الإفصاحات الوسيطة تقلل من قابلية التعاقد على عمليات النقل وإعادة الاستخدام - حيث تكون القابلية للتعاقد على الابتكارات صعبة بالفعل في ظل أفضل الحالات. تشير قابلية التعاقد المفقودة هنا على وجه التحديد إلى قدرة المبتكر الأصلي على تقوية شروط إعادة

الاستخدام ، بما في ذلك ضمان مكاسبهم ومكافآتهم. وعلى نفس المنوال ، يؤدي الإفصاح الوسيط إلى إفصاحات أكثر تكرارا وربما أوسع نطاقا ، مع وجود شروط وقيود أقل على إعادة الاستخدام. في ظل ظروف التعاقد المعتادة المحيطة بالابتكار ، تشير هذه الشروط إلى حوافز مقابل مقايضة إعادة الاستخدام ، بصرف النظر عن مقايضة الحوافز مقابل إعادة الاستخدام ، إن الإفصاح الوسيطة - فقط بحكم توقيتها - تزيد المعلومات والإشارات في بيئة الابتكار. كما عزز الإفصاح النهائي مستويات أعلى من الدخول والجهد والتجربة المستقلة. من ناحية ، أدى ذلك إلى تنوع واسع في الأساليب ؛ ومن ناحية أخرى ، أدى ذلك إلى بذل جهود كبيرة مكرسة للنهج دون المستوى الأمثل والتعلم الأقل والأداء الذي تم تحقيقه بشكل عام.

### الفصل الثالث : مدخل مقترح لقياس اثر استراتيجية الابتكار علي الإفصاح

#### لتعظيم قيمة المنشأة

مقدمة :

في ضوء استراتيجية الابتكار وفي ظل التحول الرقمي والذي ترتب عليه الإفصاح عن الأنشطة الابتكارية المختلفة داخل البنك ، أصبحت الحاجة ملحة لوضع اطار لمدخل مقترح للإفصاح عن استراتيجية الابتكار داخل البنوك لتعظيم قيمة المنشأة ، وعليه يهدف هذا الفصل الي وضع اطار لمدخل مقترح لقياس تأثير استراتيجية الابتكار علي الإفصاح المحاسبي لتعظيم قيمة المنشأة .

#### المبحث الاول : اهداف ومتطلبات المدخل المقترح

اهداف المدخل المقترح :

١- توفير وتطوير المعلومات المحاسبية المطلوبة لقياس استراتيجية الابتكار .

بشكل عام، توفر البيانات المالية معلومات إلزامية نقدية عن الابتكار ( Gunther, T., 2010):

- المعلومات المالية عن النفقات الحالية للابتكار، مثل مصروفات البحث والتطوير، إذا أظهرت بشكل منفصل في بيان الدخل،
- المعلومات المالية حول "الاستثمارات" في الابتكار التي ترسم النفقات الكبيرة أو تكاليف الاستحواذ المعترف بها، المبينة في الميزانية العمومية، أو



• معلومات مالية إضافية في الملاحظات مصاريف البحث والتطوير. في كثير من الأحيان غير البيانات المالية في الأقسام العامة للتقارير السنوية، مثل خط أنابيب المنتج في البحث والتطوير أو براءات الاختراع التي عقدت أو قدمت للتطبيق، تتم إضافة على أساس طوعي وسيتم اعتبارها لاحقاً.

٢- تحقيق قيمة الابتكار :

يهدف المدخل الي تحقيق قيمة الابتكار من خلال اسلوب سلسلة قيمة الابتكار والذي من خلاله يمكن تحديد مناطق القوة والضعف في مراحل الابتكار داخل البنوك .

٣- الافصاح عن أنشطة الابتكار المختلفة داخل الشركة :

عن طريق تحديد العناصر التي يمكن ان تفصح عنها البنوك فيما يتعلق بأنشطة الابتكار المختلفة بما يحقق قيمة لدي البنوك .

متطلبات المدخل المقترح :

١- تحديد استراتيجية البنك :

يتم تحديد استراتيجية البنك وصياغتها من خلال الابتكار في ظل بيئة الأعمال الحديثة، وتعرف الاستراتيجية على أنها خطة البنك عن الكيفية التي سيتم بها موازنة نقاط القوة والضعف الداخلية للبنك ، مع الفرص والتحديات الخارجية التي تواجه البنك لكي تحافظ على الميزة التنافسية.

٢- دعم الادارة للابتكار :

يجب علي ادارة البنك الالتزام بالابتكار وعدم السماح للخوف من الاستثمار بايقاف المشاركه فيه من الاجراءات والقرارات ، وان يكون الاستثمار المالي غير محدود حتي لا يكون الالتزام بالابتكار صعبا ،ويجب تعلم كيفية عمل الابتكار قبل قبول وتنفيذ الاهداف طويلة الاجل .

٣- تحسين المنتجات والخدمات

ان المنظمات المبتكره لديها القدرة علي تحسين المنتجات والخدمات ، ويمكن لمديري البنوك تحسين العمليات الخاصة بالمنتجات والخدمات ، ويجب ان يكون لديها العديد من الاساليب المبتكرة لتكون نشطة في السوق .

## المبحث الثاني : مبادئ المدخل المقترح

مبادئ المدخل المقترح :

١- مبدأ تاهيل القائمين علي قياس أنشطة الابتكار :

يتطلب تحقيق الابتكار وقياسه مؤهلات وخبرات تسمح لتحقيق الابتكار بصورة كافية فلا بد من التاهيل العلمي والعملية ، والقدرة علي انتهاز سبل الابداع والتجديد وفي ظل التحول الرقمي وظهور العديد من الانظمة التكنولوجية فإنه يتعين علي ادارة البنوك تاهيل العاملين لديهم نحو هذا التسارع التكنولوجي .

٢- مبدأ التكامل بين ثقافة المنظمة ومناخها :

بينت دراسة ( Kearney, C., McCARTHY, K. J., & Huizingh, E. , 2019 ) انه تشير "الثقافة" إلى الثقافة التنظيمية للشركة ، وهي "القيم والمعتقدات والمبادئ الأساسية التي تعمل كأساس لنظام إدارة المنظمة بالإضافة إلى مجموعة ممارسات الإدارة والسلوكيات التي تمثل و تعزيز تلك المبادئ الأساسية ، و تشكل الثقافة المكون السلوكي غير الرسمي للسياق التنظيمي ، مكملاً للمكون الهيكلي الرسمي (مثل العمليات والأنظمة).

٣- مبدأ التخطيط الجيد والاختيار.

التخطيط الاستراتيجي ليس فقط مشكلة إدارة التكنولوجيا العليا لتطوير المنتجات في شركات التكنولوجيا الفائقة ، ولكنه أيضاً يمثل مشكلة حجر الزاوية التي تشير إلى أن التخطيط والاختيار هو العامل الرئيسي الذي يميز الشركات المبتكرة عن الشركات الأقل ابتكاراً.

وفيما يخص التحول الرقمي للبنوك فإنه يجب علي المنظمات التي تسعى إلى تعظيم الفوائد من التكنولوجيا أن تضع بعض الخطط الإستراتيجية الرئيسية ( Verbeeten, F., & Heinen, J. 2021 ) :

- قيادة مبادرات الإستراتيجية الرقمية: تأكد من مشاركة التمويل في وقت مبكر في المبادرات الاستراتيجية الرقمية .



- التركيز على تقنيات القيمة المضافة: الشروع في المبادرات التكنولوجية التي تساعد على زيادة كفاءة و / أو فعالية التمويل ، مع التركيز على تلك المشاريع التي من المحتمل أن تخلق قيمة.
- تسريع سد فجوة المهارات: تطوير مهارات وكفاءات جديدة (على سبيل المثال ، إدارة التقنيات وتحليل البيانات .
- إدارة الفريق المالي: من غير المحتمل أن يمتلك فرد واحد جميع المهارات والكفاءات الجديدة. يجب أن يركز المديرون الماليون على بناء فريق من الأفراد الذين لديهم جميع المهارات والكفاءات المطلوبة بشكل مشترك .
- تطوير ثقافة القرار المعتمد على البيانات: يمكن للمدراء الماليين وكبار المتخصصين الماليين الترويج لثقافة اتخاذ القرار المبنية على البيانات من خلال تحدي موظفي الشؤون المالية وكذلك الأعمال التجارية على أساس البيانات والرؤى بدلاً من الآراء المالية في وضع ممتاز لأداء هذا الدور .
- بالنظر إلى الكفاءات الأساسية للإدارة - إتقان تفسير البيانات المالية وغير المالية ، وضمان موثوقية المعلومات ، واستخلاص الرؤى من التقارير ، وتقديم المشورة للإدارة ، وتقديم نظرة عامة كاملة عن المنظمة - مع التركيز على التكنولوجيا والمستقبل .

#### ٤- مبدأ التوافق الاستراتيجي :

التوافق الاستراتيجي هو عملية إشراك فريق القيادة العليا وقطاع عريض من البنك وأصحاب المصلحة الخارجيين الرئيسيين في تطوير رؤية مشتركة والمسار إلى الأمام. وغالبًا ما تفشل مبادرات الابتكار - مثل الأنواع الأخرى من جهود التغيير - لأن النتائج لم يتم اختراعها هنا" ، الأقدمية أو التأثير السياسي ، أو يتم تطويرها من خارج البنك في نوع من الخبراء الاستشاريين وتوزع للتنفيذ بعد العرض النهائي.

#### ٥- مبدأ التحفيز والثواب والعقاب :

يتعين على البنوك وضع خطة تحفيز ترتبط بتقييم الاداء الداخلي للعاملين وتطبيق مفاهيم المنهج السلوكي الذي يعتبر القطاع المصرفي مجموعة من الافراد تعمل علي القيام بدورها في تحقيق أنشطة الابتكار المختلفة في ظل التسارع التكنولوجي ومتطلبات التحول الرقمي .

٦- مبدأ المقارنة بين أداء البنك في مجال قياس الابتكار والإفصاح عنه وإداء القطاع المصرفي او البنوك الاخرى :

يشير هذا المبدأ الي وضع البنك في السوق من حيث تحقيق الابتكار والإفصاح عنه لتحقيق قيمة المنشأة قياسا بالبنوك الاخرى وبالتالي يمكن تحديد الانحرافات والفروق ومعرفة اسبابها ومعالجة القصور وتدعيم مناطق القوة .

٧- مبدأ الإفصاح والوضوح في تقرير قيمة أنشطة الابتكار :

يعني هذا المبدأ ضرورة الإفصاح والوضوح في تقرير قيمة أنشطة الابتكار لدي البنوك حتي يتحقق الإفصاح الملائم عن أنشطة الابتكار وضرورة الإفصاح عما اذا كانت هناك تحديات او صعوبات قد تواجه البنوك في سبيل تحقيق تلك القيمة .

٨- مبدأ قدرة التقارير لتحقيق قيمة الابتكار

يؤدي تأثير الابتكار على أداء الشركات والقيمة السوقية إلى طلب المحللين الماليين وأصحاب المصلحة الآخرين للحصول على معلومات حول الابتكار لذلك يجدر النظر في قدرة التقارير المالية على توفير المعلومات المطلوبة (Gunther, T., 2010).

## الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية والتحليلية

المقدمة :

يهدف الباحث من خلال الدراسة التطبيقية الى تحليل العلاقة بين استراتيجية الابتكار وتعظيم قيمة المنشأة في ظل وساطة الإفصاح المحاسبي وذلك بالتطبيق على العاملين بالبنوك التجارية المقيدة بسوق الأوراق المالية المصري.

المبحث الأول: منهجية الدراسة التطبيقية.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في كافة العاملين بالبنوك التجارية المقيدة في سوق الأوراق المالية المصري. والجدير بالذكر أن عدد البنوك المقيدة في سوق الأوراق المالية المصري يبلغ ١٣ بنك يمكن احصائهم من خلال الجدول التالي:



جدول رقم (٣/١): مجتمع الدراسة

اسم البنك	مسلسل	اسم البنك	مسلسل
بنك فيصل الاسلامي	٨	مصرف ابوظبي الاسلامي	١
بنك التعمير والاسكان	٩	بنك البركة	٢
بنك الكويت الوطني	١٠	بنك القاهرة	٣
بنك قطر الوطني الاهلي	١١	البنك التجاري الدولي	٤
بنك الشركة المصرفية العربية الدولية	١٢	بنك كريدي اجريكول مصر	٥
بنك قناة السويس	١٣	البنك المصري الخليجي	٦
		البنك المصري لتنمية الصادرات	٧

المصدر: من إعداد الباحث

عينة الدراسة:

يتمثل حجم العينة الفعلي للدراسة في كافة العاملين بالبنوك المقيدة بالبورصة وهي تمثل نسبة ١٠٠% من حجم المجتمع الكلي، وباستخدام العينة الطبقية المتناسبة. وباستخدام العينة الطبقية المتناسبة تم توزيع العينة على فئات الدراسة (المستقصى منهم)، وقد تم توضيح أعداد الاستثمارات التي تم توزيعها وإستلامها من فئات الدراسة من خلال الجدول التالي:

جدول (٣/٢): توزيع العينة على فئات الدراسة

الاستثمارات المستلمة والصحيحة				فئات الدراسة
النسبة %	عدد المستلمة والصحيحة	النسبة %	عدد المستلمة	
٢٠.٨%	٣٩	١٦.٦%	٤٠	المديرين الماليين
١٧%	٣٢	١٤.٦%	٣٥	المحللين الماليين

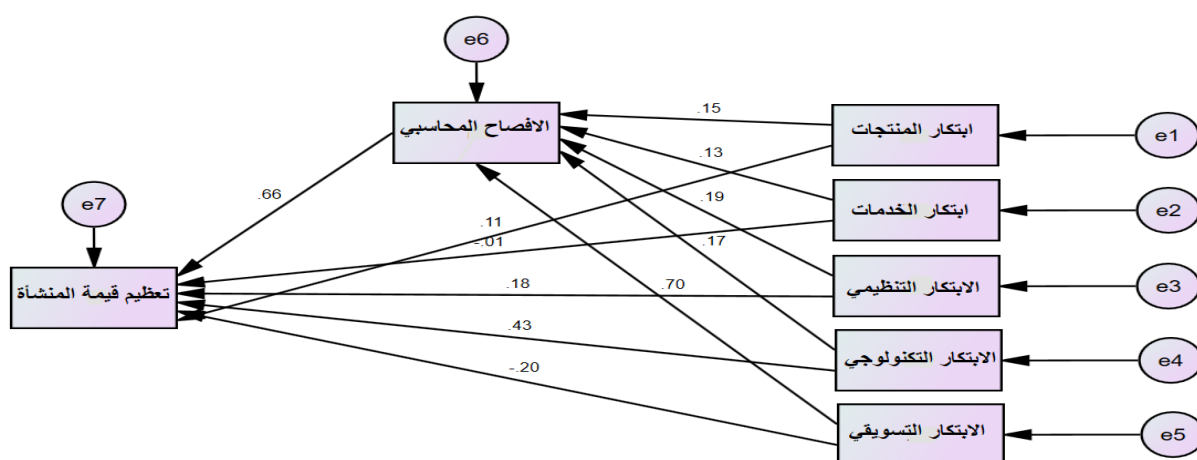
اعضاء من لجان المراجعة الدخلية	٥٥	%٢٢.٩	٣٧	%١٩.٨
رؤساء اقسام العمليات المصرفية	٥٨	%٢٤.٢	٤٢	%٢٢.٦
مديري اقسام البحوث والتطوير	٥٢	%٢١.٧	٣٧	%١٩.٨
الإجمالي	٢٤٠	%١٠٠	١٨٧	%١٠٠

المصدر: مخرجات التحليل الإحصائي.

### المبحث الثالث: النموذج الهيكلي ونتائج اختبارات الفروض

#### اولا النموذج الهيكلي:

يستند بناء النموذج الهيكلي على المتغيرات والأبعاد التي أسفر عنها النموذج الأحادي القياس، وفي ضوء ما تم التوصل إليه من نتائج باستخدام AMOS V.26 يمكن توضيح النموذج الهيكلي في الشكل التالي:



شكل رقم (١/٤): النموذج الهيكلي للدراسة

المصدر : اعداد الباحث





## نتائج اختبارات الفروض

### نتائج اختبار الفرض العدم الاول $H_0$ ١ :

ينص الفرض الثاني على أنه "لا يوجد تأثير معنوي لاستراتيجية الابتكار على الإفصاح المحاسبي"، وينقسم هذا الفرض الى الفروض الفرعية التالية:

- لا يوجد تأثير معنوي لابتكار المنتجات على الإفصاح المحاسبي.
- لا يوجد تأثير معنوي لابتكار الخدمات على الإفصاح المحاسبي.
- لا يوجد تأثير معنوي للابتكار التنظيمي على الإفصاح المحاسبي.
- لا يوجد تأثير معنوي للابتكار التكنولوجي على الإفصاح المحاسبي.
- لا يوجد تأثير معنوي للابتكار التسويقي على الإفصاح المحاسبي.

وفيما يلي عرض لنتائج اختبارات الفروض الفرعية:

- ثبوت صحة الفرض الفرعي الأول: حيث يوجد تأثير معنوي طردي لابتكار المنتجات على الإفصاح المحاسبي عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠ بمعامل مسار يبلغ ٠.٠١٤٧. وهذا يعني أنه كلما كانت آراء العينة مرتفعة تجاه ابتكار المنتجات كلما ارتفع مستوى الإفصاح المحاسبي. وهذا يعني ثبوت صحة الفرض الفرعي الأول على الشكل البديل الذي ينص على: وجود تأثير معنوي طردي لابتكار المنتجات على الإفصاح المحاسبي.
- ثبوت صحة الفرض الفرعي الثاني: حيث لا يوجد تأثير معنوي لابتكار الخدمات على الإفصاح المحاسبي عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠ بمعامل مسار يبلغ ٠.٠١٣١. وهذا يعني أنه كلما كانت آراء العينة مرتفعة تجاه ابتكار الخدمات كلما ارتفع مستوى الإفصاح المحاسبي. وهذا يعني ثبوت صحة الفرض الفرعي الثاني على الشكل البديل الذي ينص على: وجود تأثير معنوي طردي لابتكار الخدمات على الإفصاح المحاسبي.
- ثبوت صحة الفرض الفرعي الثالث: حيث يوجد تأثير معنوي طردي للابتكار التنظيمي على الإفصاح المحاسبي عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠ بمعامل مسار يبلغ ٠.٠١٩٥. وهذا يعني أنه كلما كانت آراء العينة مرتفعة تجاه الابتكار التنظيمي كلما ارتفع مستوى الإفصاح المحاسبي. وهذا يعني ثبوت صحة الفرض الفرعي الثالث على الشكل البديل الذي ينص على: وجود تأثير معنوي طردي للابتكار التنظيمي على الإفصاح المحاسبي.

- ثبوت صحة الفرض الفرعي الرابع: حيث يوجد تأثير معنوي طردي للابتكار التكنولوجي على الإفصاح المحاسبي عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠ بمعامل مسار يبلغ ٠.٠١٧٣. وهذا يعني أنه كلما كانت آراء العينة مرتفعة تجاه الابتكار التكنولوجي كلما ارتفع مستوى الإفصاح المحاسبي. وهذا يعني ثبوت صحة الفرض الفرعي الرابع على الشكل البديل الذي ينص على: وجود تأثير معنوي طردي للابتكار التكنولوجي على الإفصاح المحاسبي.
- ثبوت صحة الفرض الفرعي الخامس: حيث يوجد تأثير معنوي طردي للابتكار التسويقي على الإفصاح المحاسبي عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠ بمعامل مسار يبلغ ٠.٠٧٠٠. وهذا يعني أنه كلما كانت آراء العينة مرتفعة تجاه الابتكار التسويقي كلما ارتفع مستوى الإفصاح المحاسبي. وهذا يعني ثبوت صحة الفرض الفرعي الخامس على الشكل البديل الذي ينص على: وجود تأثير معنوي طردي للابتكار التسويقي على الإفصاح المحاسبي.

نتائج التأثيرات غير المباشرة (نتائج تحليل المسار):

وللتعرف على مستوى معنوية العلاقات غير المباشرة بين متغيرات النموذج أظهرت نتائج التحليل الاحصائي لاختبار النموذج المقترح للفرض الرابع الرئيسي للدراسة النتائج التالية:

جدول رقم (٣/٣): نتائج اختبارات التأثيرات غير المباشرة بين المتغيرات

قيمة معامل المسار الكلي	قيمة معامل المسار غير المباشر	قيمة معامل المسار المباشر	المتغير		
			التابع	الوسيط	المستقل
٠.٢٠١	٠.٠٩٦	٠.١٠٥	تعظيم قيمة المنشأة	الإفصاح المحاسبي	ابتكار المنتجات
٠.٠٨٠	٠.٠٨٦	٠.٠٠٦-	تعظيم قيمة المنشأة	الإفصاح المحاسبي	ابتكار الخدمات
٠.٣٠٩	٠.١٢٨	٠.١٨١	تعظيم قيمة المنشأة	الإفصاح المحاسبي	الابتكار التنظيمي
٠.٥٤٦	٠.١١٤	٠.٤٣٢	تعظيم قيمة المنشأة	الإفصاح المحاسبي	الابتكار التكنولوجي



٠.٢٥٧	٠.٤٦١	٠.٢٠٤-	تعظيم قيمة المنشأة	الافصاح المحاسبي	الابتكار التسويقي
-------	-------	--------	--------------------	------------------	-------------------

وبناء على النتائج السابقة يمكن للباحث توضيح نتائج اختبارات الفروض المباشرة من خلال العرض التالي:

ينص الفرض العدم الثاني على أنه "لا يوجد تأثير معنوي غير مباشر لاستراتيجية الابتكار على تعظيم قيمة المنشأة في ظل توسيط الافصاح المحاسبي"، وينقسم هذا الفرض الى الفروض الفرعية التالية:

- لا يوجد تأثير معنوي لابتكار المنتجات على الافصاح المحاسبي.
- لا يوجد تأثير معنوي لابتكار الخدمات على الافصاح المحاسبي.
- لا يوجد تأثير معنوي للابتكار التنظيمي على الافصاح المحاسبي.
- لا يوجد تأثير معنوي للابتكار التكنولوجي على الافصاح المحاسبي.
- لا يوجد تأثير معنوي للابتكار التسويقي على الافصاح المحاسبي.

وفيما يلي عرض لنتائج اختبارات الفروض الفرعية:

- ثبوت صحة الفرض الفرعي الأول كلياً: حيث يزداد التأثير الايجابي لابتكار المنتجات على تعظيم قيمة المنشأة عند توسيط الافصاح المحاسبي، حيث بلغت قيمة الزيادة ٠.٠٩٦ (وهي قيمة التأثير غير المباشر) وبشكل معنوي، مما يعني ثبوت صحة الفرض الفرعي الأول كلياً الذي ينص على يزداد التأثير المعنوي الايجابي لابتكار المنتجات على تعظيم قيمة المنشأة عند توسيط الافصاح المحاسبي.
- ثبوت صحة الفرض الفرعي الثاني جزئياً: حيث يتضح التأثير الايجابي غير المباشر فقط لابتكار الخدمات على تعظيم قيمة المنشأة عند توسيط الافصاح المحاسبي، حيث بلغت قيمة التأثير غير المباشر الايجابية ٠.٠٨٦ (وهي قيمة التأثير غير المباشر) وبشكل معنوي، في حين تبين عدم معنوية التأثير المباشر مما يعني ثبوت صحة الفرض الفرعي الثاني جزئياً الذي ينص على يزداد التأثير المعنوي الايجابي لابتكار الخدمات على تعظيم قيمة المنشأة عند توسيط الافصاح المحاسبي، بينما لا يوجد تأثير مباشر لابتكار الخدمات على تعظيم قيمة المنشأة.

• ثبوت صحة الفرض الفرعي الثالث كلياً: حيث يزداد التأثير الايجابي للابتكار التنظيمي على تعظيم قيمة المنشأة عند توسيط الإفصاح المحاسبي، حيث بلغت قيمة الزيادة ٠.١٢٨ (وهي قيمة التأثير غير المباشر) وبشكل معنوي، مما يعني ثبوت صحة الفرض الفرعي الثالث كلياً الذي ينص على يزداد التأثير المعنوي الايجابي للابتكار التنظيمي على تعظيم قيمة المنشأة عند توسيط الإفصاح المحاسبي.

• ثبوت صحة الفرض الفرعي الرابع كلياً: حيث يزداد التأثير الايجابي للابتكار التكنولوجي على تعظيم قيمة المنشأة عند توسيط الإفصاح المحاسبي، حيث بلغت قيمة الزيادة ٠.١١٤ (وهي قيمة التأثير غير المباشر) وبشكل معنوي، مما يعني ثبوت صحة الفرض الفرعي الرابع كلياً الذي ينص على يزداد التأثير المعنوي الايجابي للابتكار التكنولوجي على تعظيم قيمة المنشأة عند توسيط الإفصاح المحاسبي.

• ثبوت صحة الفرض الفرعي الخامس كلياً: حيث يزداد التأثير الايجابي للابتكار التسويقي على تعظيم قيمة المنشأة عند توسيط الإفصاح المحاسبي، حيث بلغت قيمة الزيادة ٠.٤٦١ (وهي قيمة التأثير غير المباشر) وبشكل معنوي، مما يعني ثبوت صحة الفرض الفرعي الخامس كلياً الذي ينص على يزداد التأثير المعنوي الايجابي للابتكار التسويقي على تعظيم قيمة المنشأة عند توسيط الإفصاح المحاسبي.

وتأسيساً على العرض السابق لنتائج الفروض الفرعية الخمسة للفرض العدم الثاني للدراسة يتبين صحة الفرض الرئيسي الرابع للدراسة الذي ينص على "وجود تأثير ايجابي معنوي لاستراتيجية الابتكار على تعظيم قيمة المنشأة عند توسيط الإفصاح المحاسبي".



## المراجع :

### المراجع العربية :

- خالد محمد جاد ، ٢٠٠٧ ، " استراتيجية ادارة عملية الابتكار ودورها في تطوير منتجات الاثاث المعدني " ، مجلة علوم وفنون-دراسات وبحوث ، مصر ، مجلد ١٩ ، العدد الثاني .
- سامر محمد عرقاوي ، (٢٠٢٠) ، " الابتكار الاداري واستراتيجية ريادة الاعمال : العلاقة والاثر - دراسة حالة في الشركة الاسلامية الفلسطينية للتنمية " ، مجلة جامعة فلسطين التقنية للابحاث ، فلسطين ، المجلد الثامن ، العدد الاول.

### المراجع الانجليزية:

- Boudreau, K. J., & Lakhani, K. R. (2015). “Open” disclosure of innovations, incentives and follow-on reuse: Theory on processes of cumulative innovation and a field experiment in computational biology. *Research Policy*,4-19
- Gu, F., & Li, J. Q. (2003). Disclosure of innovation activities by high-technology firms. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 10(2), 143-172.
- Gao, H., Hsu, P. H., & Li, K. (2018). Innovation strategy of private firms. *Journal of financial and quantitative analysis*, 53(1), 1-32.
- Kearney, C., McCARTHY, K. J., & Huizingh, E. K. (2019). One size (does not) fit all: evidence of similarities and differences between product innovation management in high-and low-tech manufacturing firms. *International Journal of Innovation Management*, 23(01), 1950004.
- Kim, J. (2019). *Mandatory corporate patent disclosures and innovation* (Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology).
- Gunther, T., (2010). Accounting for innovation: lessons learnt from mandatory and voluntary disclosure. In *Innovation and international corporate growth*. Springer, Berlin, Heidelberg,319-332
- Quintane, E., Casselman, R. M., Reiche, B. S., & Nylund, P. A. (2011). Innovation as a knowledge-based outcome. *Journal of knowledge management*.
- Verbeeten, F., & Heinen, J. (2021). Managing Digital Transformation. *Strategic Finance*, 102(8),46-53
- Wang, G., Hu, Y., Tian, X., Geng, J., Hu, G., & Zhang, M. (2018). An integrated open approach to capturing systematic knowledge for manufacturing process innovation based on collective intelligence. *Applied Sciences*, 8(3), 340.