



مجلة البحوث المالية والتجارية

المجلد (٢٣) – العدد الثالث – يوليو ٢٠٢٢



اثر استراتيجية الابتكار علي تعظيم قيمة المنشأة

في ضوء التحول الالكتروني

The effect of Innovation Strategy on Maximizing the Value of Enterprise In view of the electronic transformation

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 هلالى

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 اثر استراتيجية الابتكار علي تعظيم قيمة المنشأة في ضوء التحول الالكتروني وذلك بالتطبيق علي البنوك المقيدة في البورصة المصرية وقد بلغ عدد البنوك المقيدة في البورصة المصرية ١٣ بنك وهم : مصرف ابوظبي الاسلامي ، وبنك البركة ، 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 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 تعظيم قيمة المنشأة في ضوء التحول الالكتروني . حيث انه يوجد تأثير معنوي لاستراتيجية الابتكار على قيمة المنشأة كما انه يوجد تأثير معنوي غير مباشر لاستراتيجية الابتكار على تعزيز قيمة المنشأة في ظل توسط الإفصاح المحاسبي.

الكلمات المفتاحية :

استراتيجية الابتكار ، قيمة المنشأة ، التحول الرقمي



Abstract

The research aims to measure the effect of Innovation Strategy on Maximizing the Value of Enterprise In view of the electronic transformation, 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 maximizing the value of the enterprise in the view of electronic transformation, where there is a significant effect of innovation strategy on the value of the enterprise, 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, Value of Enterprise, Electronic transformation.

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 (Wang, G., & et al., 2018).

وتقوم الإدارة بصياغة وتنفيذ استراتيجية الابتكار هذه لتحقيق أداء أعمال داخلي ممتاز تحتاج الشركات إلى الحصول على وجهات نظر أكثر ديناميكية على ابتكار نموذج أعمالهم ، ويساعدهم ذلك على تعزيز التحليل الديناميكي لعمليات التطوير الاستراتيجي ونماذج أعمالهم التجارية ، وتشدد استراتيجية الابتكار على توجهات الابتكار في الخدمات والتي بدورها تدرس عروض القيمة والمعلومات التي يمكن أن ترفع أداء العمليات التجارية الداخلية للشركات وأداء علاقات العملاء (Chuang, S. H., & Lin, H. N., 2017)

طبيعة المشكلة :

لقد اكتسب مهندسي الانتاج معرفة قيمة حول الاستخدام الخاص للمنتج المستقبلي ولكن ليس حول السوق بالكامل وفي المقابل جمع محلي السوق معلومات حول السوق ولكن ليس حول المنتج واستخدامه وعندما تم الجمع بين هذه التفاهات واعداد انتاجها في تقرير تطوير المنتج كمواصفات فنية وارقام محاسبية ظهرت حالة قوية لعقد اجتماعات ومناقشات حول العملاء والتقنيات والبرامج والخطط الزمنية وقضايا الجودة وقد شكل ذلك تبادل وجهات النظر والاسس المنطقية التي يمكن ملاحظتها في اجتماعات ممثلي ممارسي الجهات المحاسبية (Jorgensen, B., & Messner, M., 2010).

لذلك دعت الحاجة الي قياس اثر استراتيجية الابتكار علي تعظيم قيمة المنشأة بالشركات المقيدة بالبورصة ، ويتفرع من ذلك الاسئلة التالية :

١- ماهي طبيعة ومفهوم استراتيجية الابتكار واثر تطبيقها في الشركات ؟

٢- هل هناك تاثير استراتيجية الابتكار علي تعظيم قيمة المنشأة ؟



أهمية البحث :

تتمثل أهمية الدراسة من أن أهمية استراتيجية الابتكار التي تعتبر من أهم النقاط البحثية والدراسات التي نالت اهتمام المنظمات التي تسعى الي البقاء والاستمرار وتحقيق ودعم الميزة التنافسية. ويمكن ابراز أهمية الدراسة من خلال الآتي :

- تحديد اثر استراتيجية الابتكار علي الشركات .
- تحديد اثر استراتيجية الابتكار علي قيمة المنشأة .

أهداف البحث :

- عرض طبيعة ومفهوم استراتيجية الابتكار وتأثيرها علي الشركات .
- التعرف علي علي درجة التأثير لاستراتيجية الابتكار علي قيمة المنشأة.

اسلوب البحث :

سوف يعتمد الباحث في اعداد هذا البحث على المنهجين الآتين :

- المنهج الاستقرائي : من خلال استقراء العديد من الدراسات والكتب والدوريات التي تناولت استراتيجية الابتكار ذات الاثر علي تعظيم قيمة المنشأة بالشركات المقيدة بالبورصة.
- المنهج الاستنباطي : حيث يعتمد على هذا المنهج في اثبات فروض البحث والتعرف علي اهم الممارسات المحاسبية في ظل تطبيق استراتيجية الابتكار في الشركات المقيدة بالبورصة .

حدود البحث :

سوف يقتصر البحث علي قياس اثر استراتيجية الابتكار علي قيمة المنشأة بالتطبيق علي الشركات المقيدة في البورصة .

فروض البحث :

- الفرض العدم الأول H_0 ١ : لا يوجد تأثير معنوي لاستراتيجية الابتكار على تعظيم قيمة المنشأة
- الفرض البديل الأول H_1 ١ : يوجد تأثير معنوي لاستراتيجية الابتكار على تعظيم قيمة المنشأة
- الفرض العدم الثاني H_0 ٢ : لا يوجد تأثير معنوي غير مباشر لاستراتيجية الابتكار على تعزيز قيمة المنشأة في ظل توسيط الافصاح المحاسبي .

الفرض البديل الثاني H_{12} : يوجد تأثير معنوي غير مباشر لاستراتيجية الابتكار على تعزيز قيمة المنشأة في ظل توسيط الافصاح المحاسبي .

خطة البحث:

الفصل الاول : اطار استراتيجية الابتكار واثرها في الشركات.

الفصل الثاني: عناصر المدخل مقترح لقياس أثر استراتيجية الابتكار علي تعظيم قيمة المنشأة .

الفصل الثالث : الدراسة التطبيقية لأختبار صحة فروض البحث .

الفصل الاول

اطار استراتيجية الابتكار واثرها في الشركات

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. 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 أدائها المستهدف

المبحث الاول

طبيعة استراتيجية الابتكار

مفهوم الابتكار : "الابتكار في المنظمات يفهم علي انه يمثل تطوير وتطبيق للافكار الجديدة من خلال العاملين الذين يضمنون علي مدار الوقت الاجراءات مع الاخرين داخل ترتيب مؤسسي"(Wang, G., & et al., 2018) .

ولقد بينت دراسة (Johnson, G., Scholes, K., Whittington, R., Angwin,)

(D., & Regner, P. 2017) غالباً ما يرى الناس الابتكار على أنه مدفوع بالتكنولوجيا ، فإن المعرفة الجديدة التي أنشأها التقنيون أو العلماء هي التي تدفع عملية الابتكار. تقوم مختبرات البحث والتطوير بإنتاج منتجات أو عمليات أو خدمات جديدة ثم تسليمها إلى باقي المؤسسة



لتصنيعها وتسويقها وتوزيعها. وفقاً لمنظور الدفع هذا ، يجب على المديرين الاستماع بشكل أساسي إلى علمائهم وتقنييهم ، والسماح لهم بتتبع حدسهم ودعمهم بموارد وفيرة. الميزانيات السخية للبحث والتطوير ضرورية لتحقيق الابتكار.

ماهية استراتيجية الابتكار : لقد تم تعريف استراتيجية الابتكار علي انها (Katz, B. R., Du Preez, N. D., & Schutte, C. S. L. 2010) :

• خطة تدريجية ووظيفية ومحددة مسبقاً تحكم تخصيص الموارد لأنواع مختلفة من الابتكارات من أجل تحقيق الأهداف الإستراتيجية العامة للشركة و ،

• إطار عمل للقرار يوجه الشركة حول متى وكيف يجب أن تتخلى بشكل انتقائي عن الماضي و / أو تغيير إستراتيجيتها وأهدافها من أجل التركيز على أعمال المستقبل.

العلاقة بين استراتيجية الابتكار والأداء المالي:

الشركات قادرة على تحقيق الربح من خلال تحسين الإنتاجية من خلال الابتكار - ابتكار المنتجات وابتكار العمليات . يمكن تحقيق تحسينات في الإنتاجية من خلال : (١) تقليل النفقات المباشرة وغير المباشرة أو باستخدام الأصول المالية والمادية بشكل أكثر كفاءة ، و (٢) تقليل رأس المال العامل والثابت اللازم لدعم مستوى أعمال معين . وبالتالي تحسين الاداء المالي للشركة .

تنشأ استراتيجية الربط في المنظور المالي عندما تحقق الشركات توازناً بين النمو والإنتاجية. يتم استخدام ثلاثة مؤشرات رئيسية لقياس الأداء المالي وهي : (١) نمو الإيرادات ، (٢) خفض التكلفة أو توفير التكاليف وزيادة استخدام الأصول و (٣) زيادة قيمة العملاء. وتعتبر استراتيجية الابتكار هي طريقة فريدة للشركة للوصول إلى الأداء المستهدف. تصوغ الإدارة وتنفذ استراتيجية الابتكار هذه لتحقيق أداء أعمال داخلي ممتاز.

المبحث الثاني

التحول الرقمي كأحد ابتكارات تكنولوجيا المعلومات

مفهوم التحول الرقمي : لقد بينت دراسة (رشدي ، ٢٠٢٠) ان التحول الرقمي هو عبارة عن اجراءات ونماذج جديدة تتناسب مع البيئة والمنتج الجديد وقد يكون في شكل تحديث ادارة معينة وتحويلها الي ادوات ووسائل جديدة تقدم بها الخدمة (جزئياً) ، او تغير جذري في تقديم الخدمات .

خطوات التحول الرقمي : (عزة ، ٢٠٢٠)

- بناء استراتيجية رقمية واجراءات التحسين
- قياس الإمكانيات الرقمية الحالية
- تحديد أفضل بيكل عمل لأنشطة التسويق الرقمي
- تحديد المتطلبات لخطط الإستثمار
- تحديد التحديات التي تواجه التكامل الرقمي
- إدارة التغيير للمتحول الرقمي

اليات تطبيق التحول الرقمي:(سعاد ، ٢٠١٩)

١- التقنيات : يسمح استخدام المعدات وأنظمة التشغيل ووسائط التخزين وأنظمة البرامج التي تعمل في البيئات التقنية لبناء التحول الرقمي باستخدام جميع الأصول بكفاءة تشغيلية متواصلة.

٢- البيانات : يجب على المنظمات إجراء إدارة البيانات وتحليلها بطريقة منظمة وفعالة لتوفير معلومات وإجراءات نوعية وموثوقة وكاملة .

٣- الموارد البشرية : تشكل الموارد البشرية جانبا حيويا يصعب على المؤسسات من خلالها تطبيق التحول الرقمي بدونها إذ يتعين توفير كوادر مؤهلة قادرة على استخدام البيانات وتحليلها.

٤- العمليات : وهي تعني مجموعة من الأنشطة والمهام المرتبة والمترابطة التي تنتج خدمة معينة أو منتجا معين للمستهلكين . يجب على المؤسسات إرساء بناء تقني فعال يحقق تطوير العمليات على الصعيدين الداخلي والخارجي وذلك لضمان التطبيق الأمثل للتحول الرقمي.

نماذج التحول الرقمي (مصطفى ، ٢٠١٨):

- النموذج السلوكي : وهنا يتم التركيز على المتغيرات السلوكية: (الفردية، والجماعية، والتنظيمية، والبيئية) عند القيام بتحويل المنظمة التقليدية إلى منظمة رقمية .
- النموذج الفني الاجتماعي : إذ يأخذ بعين الاعتبار درجات التفاعل الفني والتنظيمي عند عمليات التحويل، والذي يركز على إستراتيجية الاعمال والبرمجيات اللازمة لتفعيل الحاسبات.



- نموذج التحول الاستراتيجي : يعتمد على التخطيط الاستراتيجي للمؤسسة، واعتبار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إحدى ركائز المركز التنافسي للمؤسسة.
- نموذج التطوير التنظيمي : يعتمد على التحول العضوي للمنظمات لاستقبال التحول للمنظمة الرقمية، من خلال التعلم والتدريب التحويلي بدلا من فرصة حلول تتسم بالجمود .
- النموذج المثالي : يعتمد على البحث عن الحلول المثالية لتطبيقات المعلومات والاتصالات؛ لتحويل المنظمة إلى منظمة رقمية، وعلى عمليات المحاكاة على الاختبار قبل التنفيذ الفعلي، مع محاولة ضغط التكاليف والبحث عن أعلى النتائج الممكنة، والحد من الفاقد والاحلال الدوري.
- نموذج التكلفة والعائد : اذ تلجأ بعض المؤسسات إلى مقارنة تكاليف التحول لمؤسسة رقمية بالمكاسب المتوقعة من الحصول على أنظمة للمعلومات، و يتم الرفض أحيانا في حالة زيادة التكلفة.
- نموذج التحويل المتكامل : يقوم على فلسفة التحول المتكامل لكافة الادارات والمستويات التنظيمية لبناء المنظمة الرقمية، أي الربط بين التغيير في منظومة الاعمال والتحديث في منظومة الادارة الرقمية.
- نموذج التحويل الاستراتيجي : بعض المنظمات تقوم بالاعتماد على شركات الحاسبات والبرمجيات في إدارة منظومة المعلومات والاتصالات لها، من منطلق أن خبرة الشركات المتخصصة في تكنولوجيا المعلومات وتحليل النظم أوسع بكثير من خبرة المستخدم لتلك التكنولوجيا.

التحول الرقمي واثره على الافصاح المحاسبي :

لقد بينت دراسة (علي، ٢٠٢٠) ان البيانات الضخمة تؤثر على تحقيق التوقيت المناسب للمعلومات المالية سواء من حيث توقيت القياس وتوقيت المعالجة وتوقيت الافصاح ، حيث يمكن استخدام البيانات الضخمة لقياس ومعالجة البيانات ، علاوة على استخدام البيانات النصية ورسائل البريد الالكتروني وصفحات الويب وصفحات التواصل الاجتماعي والفيسبوك وتويتر في الافصاح عن المعلومات المطلوبة في التوقيت المناسب ، كما تتمثل مصداقية القوائم المالية في مصداقية الافصاح عن تطبيق السياسات المحاسبية ومصداقية الافصاح عن معاملات الاطراف ذوي العلاقة ومصداقية الافصاح عن المخاطر وتساعد البيانات الضخمة مثل صفحات الانترنت ورسائل الموبايل الي تحقيق المصداقية في القوائم المالية . ولقد بينت الدراسة ان البيانات

الضخمة تؤثر علي معايير المحاسبة التي تعتبر المنظم لمهنة المحاسبها والذي يتطلب استحداث العديد من المعايير اهمها :

١-معايير عن الإفصاح السردي ٢- معايير عن الإفصاح البيئي

٢-معايير عن اعداد التقارير الاجتماعية والبيئية والحوكمة

لقد بينت دراسة (Cockcroft, S., & Russell, M,2018) انه يشير نمو البيانات الضخمة جنباً الي جنب مع زيادة قوة المعالجة والخوارزميات المتطورة والاساليب الاحصائية المتقدمة الي وجوب زيادة الفرص لتحسين التقارير الادارية ومقارنة مقاييس الاداء المالية وغير المالية بالاضافة الي ذلك فانه يمكن تجميع البيانات الضخمة بين مصادر بيانات متباينه من اجزاء عديدة من المؤسسة ، فيمكن ان يؤدي التنقيب عن رسائل البريد الالكتروني الي اعادة بناء الانشطة واعادة بناء التقارير الي كشف الاحتيال والنشاط المشبوه .

الفصل الثالث

عناصر المدخل مقترح لقياس أثر استراتيجية الابتكار

علي تعظيم قيمة المنشأة .

المقدمة :

في ضوء استراتيجية الابتكار وفي ظل التحول الرقمي والذي ترتب عليه تعظيم قيمة المنشأة ، اصبحت 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 تعظيم قيمة المنشأة

المبحث الاول

اهداف ومتطلبات المدخل المقترح

اهداف المدخل المقترح :

١- تحقيق جودة تأثير استراتيجية الابتكار بالبنوك المقيدة بالبورصة .

تفتح الرقمنة فرصاً ابتكارية رائعة للمبتكرين والمبدعين والمنظمات ، وقد أدى التبنى الواسع النطاق للتقنيات الذكية والرقمية (مثل وسائل التواصل الاجتماعي والبيانات الضخمة



والحوسبة السحابية والإنترنت الصناعي والأمن السيبراني) إلى توسيع حدود الممكن (Lombardi, R., & Secundo, G., 2020).

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 .

متطلبات المدخل المقترح

١- الابتكار التكنولوجي وغير التكنولوجي (Martin-Rios, C., Parga-Dans, E., & Pasamar, S. 2019):

يلعب الابتكار التكنولوجي وظيفية فنية ذات صلة داخل الشركة، مما يوفر محددات مهمة للأداء والنجاح. على وجه التحديد، قد يلعب اعتماد الابتكار القائم على التكنولوجيا دورا مباشرا في توليد عوائد الابتكار والأداء الثابت. الابتكار التكنولوجي مهم لتطوير الخدمة والمعدات والإنتاج.

٢- دعم الادارة للابتكار :

يجب علي ادارة البنك الالتزام بالابتكار وعدم السماح للخوف من الاستثمار بايقاف المشاركة 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- تقليل الفجوة التنافسية من خلال ممارسة الابتكار

يجب علي البنوك ممارسة الابتكار وفهم عمليات المعرفة ،ويمكن وضع ممارسات ابتكارية في العمليات اليومية للاستفادة من المنافسين وجذب عملاء جدد والحفاظ علي العملاء الحاليين .

المبحث الثاني

فروض المدخل المقترح

فروض المدخل المقترح :

١- افتراض اكتساب القدرة علي الابتكار

إن القدرة على الابتكار هي "تحسين مستمر للقدرة الإجمالية للشركات على توليد الابتكار لتطوير منتجات جديدة لتلبية احتياجات السوق" ، وغالبًا ما يتم تشغيل القدرة على الابتكار من خلال تدابير بديلة تركز على التغيير التكنولوجي على المستوى الإجمالي .

٢- فرض تعدد ابعاد قياس تأثير استراتيجية الابتكار .

لقد تبين ان هناك اطر وادوات مختلفة مستخدمة لقياس تاثير الابتكار كالاتي (

: (Dalia Gamal , 2011) , (Bullinger, H. j. & D. Spath. 2013)

أ- نموذج الماس : ويراعي فيه ابعاد خمس لتقييم الابتكار هي : الاستراتيجية - المعالجة

- المنظمة - الروابط - التعلم

ب- نموذج قمع الابتكار : يصور النموذج عملية الابتكار من البداية الي النهاية . انها

تتكون من تسعة عناصر ، او مراحل عملية الابتكار : المرحلة الاولى : التفكير

الاستراتيجي - المرحلة الثانية : ادارة المحفظة والمقاييس - المرحلة الثالثة : البحث -

المرحلة الرابعة : التفكير - المرحلة الخامسة : البصيرة - المرحلة السادسة :

الاستهداف - المرحلة السابعة : تطوير الابتكار - المرحلة الثامنة : تطوير السوق -

المرحلة التاسعة : البيع .

ج - سلسلة قيمة الابتكار : الابتكار عملية متسلسلة من ثلاث مراحل تتضمن توليد الافكار

وتطوير الفكرة ونشر المفاهيم المتقدمة .

د- اطار قياس الابتكار اليدوي : وفر دليل اوسلو مبادئ توجيهية لجمع وتفسير بيانات

الابتكار بطريقة قابلة للمقارنة دوليا .

هـ - برنامج InnoCERT : برنامج يهدف الي تعزيز الشركات المبتكرة في ماليزيا من خلال

زيادة الابتكار المحلي وكذلك البحث والتطوير وتحدد الشهادة الممنوحة بموجب البرنامج



الشركات المبتكرة وتتحقق منها من خلال عملية الامتثال وقدرتها علي اتباع معايير ابتكار معينة

٣- فرض تطور مقاييس الابتكار :

في ظل التسارع التكنولوجي والتحول الرقمي فإن مقاييس الابتكار تتجه نحو التطور لتحقيق الجودة والفعالية ولقد بينت دراسة (Vonortas, N., Milbergs, E., 2005) تطور مقاييس الابتكار عن طريق الاجيال كما يلي :

- يعكس الجيل الأول من المقاييس مفهومًا خطيًا للابتكار يركز على المدخلات مثل الاستثمار في البحث والتطوير والإنفاق على التعليم والإنفاق الرأسمالي وموظفي البحث وخريجي الجامعات والكثافة التكنولوجية وما شابه ذلك.

- استكمل الجيل الثاني مؤشرات المدخلات بحساب المخرجات الوسيطة لأنشطة العلوم والتكنولوجيا. تشمل الأمثلة النموذجية عدد البراءات والمنشورات العلمية وعدد المنتجات والعمليات الجديدة وتجارة التكنولوجيا العالية.

- يركز الجيل الثالث على مجموعة أكثر ثراءً من مؤشرات ومؤشرات الابتكار بناءً على استطلاعات الرأي وتكامل البيانات المتاحة للجمهور. ينصب التركيز الأساسي على قياس الأداء وترتيب قدرة الدولة على الابتكار.

- تشمل مقاييس الجيل الرابع ذات الصلة حاليًا في مرحلة بدائية ما يلي:

أ- مؤشرات المعرفة ب- الشبكات ج- الاقتصاد د- شروط الابتكار

٤- افتراض تحقق الابتكار المالي كابتكارا اساسيا داخل البنوك

لقد بينت دراسة (Ekpu, V.,2016) الابتكار المالي هو عملية إنشاء أدوات مالية جديدة ثم تعميمها بالإضافة إلى التقنيات والمؤسسات والأسواق المالية الجديدة ولقد تبين ان هناك نوعين أساسيين من الابتكار المالي:

(١) ابتكار المنتجات (٢) ابتكار العمليات.

٥- افتراض تحقق الابتكار التكنولوجي :

بينت دراسة (Diaconu, M,2011) ان الاهتمام المتزايد في جميع أنحاء العالم بتعزيز الابتكار في أنشطة قطاع الأعمال ، وخاصة التكنولوجيا ، يهدف إلى الحفاظ على القدرة التنافسية الاقتصادية الوطنية أو زيادتها ، بشكل شامل كتأثير للوعي بالآثار الناتجة عن

النشاط الاقتصادي على استهلاك الموارد والبيئة ، الأمر الذي يتطلب تصميم أنماط جديدة للإنتاج والاستهلاك.

الفصل الثالث

الدراسة التطبيقية والتحليلية

المقدمة :

يهدف الباحث من خلال الدراسة التطبيقية الى تحليل العلاقة بين استراتيجية الابتكار وتعظيم قيمة المنشأة وذلك بالتطبيق على العاملين بالبنوك التجارية المقيدة بسوق الأوراق المالية المصري. وبالتالي، يمكن تحقيق ذلك من خلال عرض منهجية الدراسة التطبيقية في المبحث الأول والتي توضح مجتمع وعينة الدراسة التطبيقية ثم عرض نتائج اختبارات الفروض الاحصائية .

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



٧	البنك المصري لتنمية الصادرات
---	------------------------------

وتتمثل الفئة المستهدفة للبنوك المقيدة بالبورصة المصرية في :

- الفئة الأولى: المديرين الماليين.
- الفئة الثانية: المحللين الماليين.
- الفئة الثالثة: اعضاء من لجان المراجعة الداخلية.
- الفئة الرابعة: رؤساء اقسام العمليات المصرفية.
- الفئة الخامسة: مديري اقسام البحوث والتطوير .

ويرجع اختيار هذه الفئات إلى توافر الخبرة العملية والوعى نحو تأثير استراتيجية الابتكار في الافصاح المحاسبي بهدف تعظيم قيمة المنشأة
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 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
١٩.٨%	٣٧	٢٢.٩%	٥٥	اعضاء من لجان المراجعة الداخلية
٢٢.٦%	٤٢	٢٤.٢%	٥٨	رؤساء اقسام العمليات المصرفية

مديري اقسام البحوث والتطوير	٥٢	%٢١.٧	٣٧	%١٩.٨
الإجمالي	٢٤٠	%١٠٠	١٨٧	%١٠٠

المصدر: مخرجات التحليل الإحصائي.

المبحث الثالث

نتائج اختبارات الفروض

أولاً: نتائج اختبار الفرض العدم الأول H_0 :

ينص الفرض الأول على أنه "لا يوجد تأثير معنوي لاستراتيجية الابتكار على تعظيم قيمة المنشأة.

وفيما يلي عرض لنتائج اختبارات الفروض الفرعية:

- ثبوت صحة الفرض الفرعي الأول: حيث يوجد تأثير معنوي طردي لابتكار المنتجات على تعظيم قيمة المنشأة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠ بمعامل مسار يبلغ ٠.٠١٠٥. وهذا يعني ثبوت صحة الفرض الفرعي الأول على الشكل البديل الذي ينص على: وجود تأثير معنوي طردي لابتكار المنتجات على تعظيم قيمة المنشأة.
- عدم ثبوت صحة الفرض الفرعي الثاني: حيث لا يوجد تأثير معنوي لابتكار الخدمات على تعظيم قيمة المنشأة عند مستوى معنوية ٠.٨٣٩ بمعامل مسار يبلغ -٠.٠٠٠٦. وهذا يعني عدم ثبوت صحة الفرض الفرعي الثاني وقبوله على الشكل العدم الذي ينص على: عدم وجود تأثير معنوي لابتكار الخدمات على تعظيم قيمة المنشأة.
- ثبوت صحة الفرض الفرعي الثالث: حيث يوجد تأثير معنوي طردي للابتكار التنظيمي على تعظيم قيمة المنشأة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠ بمعامل مسار يبلغ ٠.٠١٨١. وهذا يعني ثبوت صحة الفرض الفرعي الثالث على الشكل البديل الذي ينص على: وجود تأثير معنوي طردي للابتكار التنظيمي على تعظيم قيمة المنشأة.
- ثبوت صحة الفرض الفرعي الرابع: حيث يوجد تأثير معنوي طردي للابتكار التكنولوجي على تعظيم قيمة المنشأة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠ بمعامل مسار يبلغ ٠.٠٤٣٢.



وهذا يعني ثبوت صحة الفرض الفرعي الرابع على الشكل البديل الذي ينص على: وجود تأثير معنوي طردي للابتكار التكنولوجي على تعظيم قيمة المنشأة.

• ثبوت صحة الفرض الفرعي الخامس: حيث يوجد تأثير معنوي عكسي للابتكار التسويقي على تعظيم قيمة المنشأة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠ بمعامل مسار يبلغ - ٠.٢٠٤ وهذا يعني ثبوت صحة الفرض الفرعي الخامس على الشكل البديل الذي ينص على: وجود تأثير معنوي عكسي للابتكار التسويقي على تعظيم قيمة المنشأة.

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	الافصاح المحاسبي	ابتكار المنتجات
٠.٠٨٠	٠.٠٨٦	٠.٠٠٦-	تعظيم قيمة المنشأة	الافصاح المحاسبي	ابتكار الخدمات
٠.٣٠٩	٠.١٢٨	٠.١٨١	تعظيم قيمة المنشأة	الافصاح المحاسبي	الابتكار التنظيمي
٠.٥٤٦	٠.١١٤	٠.٤٣٢	تعظيم قيمة المنشأة	الافصاح 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"، والذي ثبت من خلاله صحة الفرض البديل .

وفيما يلي عرض لنتائج اختبارات الفروض الفرعية:

- ثبوت صحة الفرض الفرعي الأول كلياً: 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 توسط الإفصاح المحاسبي.
- ثبوت صحة الفرض الفرعي الثاني جزئياً: 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 توسط الإفصاح المحاسبي، بينما لا يوجد تأثير مباشر لابتكار الخدمات على تعظيم قيمة المنشأة.
- ثبوت صحة الفرض الفرعي الثالث كلياً: 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 توسط الإفصاح المحاسبي.
- ثبوت صحة الفرض الفرعي الرابع كلياً: 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 توسط الإفصاح المحاسبي.
- ثبوت صحة الفرض الفرعي الخامس كلياً: 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 توسط الإفصاح المحاسبي.



المراجع

المراجع العربية :

- الحوال ، سعاد فهد ، (٢٠١٩)، "مجالات من هجية التحول الرقمي المرتبطة بالبيئة"، المؤتمر السنوي الرابع والعشرون، كلية التجارة ، جامعة عين شمس.
- امين ، مصطفى احمد ، ٢٠١٨، "التحول الرقمي في الجامعات المصرية كمتطلب لتحقيق مجتمع المعرفة"، مجلة الادارة التربوية ، كلية التربية ، جامعة دمنهور، العدد التاسع عشر.
- ممدوح عبد العزيز رفاعي ، (٢٠١٢) ، "استراتيجيات الابتكار : طريق الادارة نحو الابتكار الجذري " المؤتمر العلمي الاول بعنوان دعم وتنمية المشروعات الصغيرة ، بعنوان استراتيجيات الابتكار ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس.
- رشدى صالح عبد الفتاح ،(٢٠٢٠)، " أثر التحول الرقمي عمى المشروعات الصغيرة والمتوسطة"، المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر ، كلية التجارة جامعة الاسكندرية.
- عزه أحمد عبد المتعال، (٢٠٢٠)، "الأفاق المستقبلية لمتحول الرقمي في مصر في ظل التغيرات الاقتصادية المعاصرة (دراسة تحليلية)"، المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر ، كلية التجارة جامعة الاسكندرية.
- علي عباس علي ،(٢٠٢٠)، "اثر البيانات الضخمة كأحد ادوات التحول الرقمي علي تطوير مهنة المحاسبة-دراسة ميدانية"، المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر عن التحول الرقمي ، كلية التجارة ، جامعة الاسكندرية.

المراجع الانجليزية

- Bullinger, H. j. & D. Spath.(2013).Measuring organizational innovationess. Chapter 8 . Challenges for the Future Engineering Management, Faculty of Technical Sciences.,
- Chuang, S. H., & Lin, H. N. (2017). Performance implications of information–value offering in e–service systems: Examining the resource–based perspective and innovation strategy. *The Journal of Strategic Information Systems*, 26(1).
- Cockcroft, S., & Russell, M. (2018). Big data opportunities for accounting and finance practice and research. *Australian Accounting Review*, 28(3).
- Dalia Gamal , (2011),” How to measure organization innovativeness?”, An overview of innovation measurement framework and innovation audit – management tools , Egyptinnovate, technology innovation and entrepreneurship center.
- Katz, B. R., Du Preez, N. D., & Schutte, C. S. L. (2010). Definition and role of an innovation strategy. In *SAIIE conference proceedings* (pp. 60–74)..
- Johnson, G., Scholes, K., Whittington, R., Angwin, D., & Regner, P. (2017). *Exploring Strategy: Text and Cases*, Pearson, Harlow, UK.
- Jorgensen, B., & Messner, M. (2010). Accounting and strategising: A case study from new product development. *Accounting, Organizations and Society*, 35(2).
- Lombardi, R., & Secundo, G., (2020). The digital transformation of corporate reporting–a systematic literature



review and avenues for future research. *Meditari Accountancy Research*.

- Martin–Rios, C., Parga–Dans, E., & Pasamar, S. (2019). Innovation strategies and complementarity between innovation activities: the case of commercial archaeological firms. *Service Business*, 13(4).
- Victor Ekpu, 2016, "Measuring and reporting financial innovation performance and its impact", West African Institute for Financial and Economic Management (WAIFEM), Dubai, UAE
- Vonortas, N., Milbergs, E., (2005). *Innovation Metrics: Measurement to Insight*. National Innovation Initiative 21st Century Innovation Working Group.
- 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.