

أثر تبني إستراتيجية الابتكار على الأداء المالي للمنشأة
"دراسة ميدانية"

إشراف

مقدم من

أ.د. محمود عبدالفتاح ابراهيم رزق قمر مصطفى سند محمد الطوخي
أستاذ المحاسبة الإدارية والتكاليف باحثة ماجستير
كلية التجارة - جامعة المنصورة

المستخلص:

يستهدف هذا البحث قياس أثر اختيار إستراتيجية الابتكار المناسبة وذلك للوصول إلى تحسين الأداء المالي للمنشأة من خلال دراسة ثلاثة أنواع من استراتيجيات الابتكار وهم استراتيجيات الباحث عن الحاجة واستراتيجية قراء السوق ومحركو التكنولوجيا ودراسة العوامل المؤثرة على تعظيم أداء وقيمة المنشأة. حيث قامت الباحثة بإجراء دراسة ميدانية من خلال تصميم قائمة استقصاء تم توزيعها على عينة محتملة من (٢١٥) شركة ، وتم تحليلها عن طريق برنامج ال (SPSS, v. 22)، واستخلص النتائج منها، أكد البحث على الأثر الإيجابي لإداء المنشأة وخاصة الأداء المالي في حال دعم استراتيجيات الابتكار للأداء المالي، والذي يؤدي بدوره إلى تعظيم قيمة المنشأة. ويوصي البحث بضرورة الأخذ بالعوامل المؤثرة في اختيار استراتيجية الابتكار والذي بدوره يرفع من أداء وقيمة المنشأة ويعزز من قدرتها التنافسية، والعمل على تبني هيكليّة لعملية استراتيجية الابتكار ونظام واضح محدد الأنشطة والأهداف من قبل المنشآت بناءً على العناصر المختلفة لهذه العوامل.

١ - المقدمة:

تسعى المنشأة إلى توفير عوامل النجاح والتميز من خلال ما تبنته من منتجات أو تكنولوجيا أو عمليات إنتاجية وتنظيمية سواء لتحسين الجودة أو تخفيض التكاليف أو خلق صورة وموقع متميز ومن ثم الحصول على حصة سوقية أكبر تدعم مكانتها التنافسية في الأسواق، بما يتطلب تبني إستراتيجية ابتكار ملائمة لتعظيم أداء المنشأة.

وتزايد دور إستراتيجيات الابتكار في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وكيف يمكن للمنشآت أن تساعد في ترجمة هذا الابتكار إلى منتجات وتقنيات جديدة يمكن أن تساعد المجتمع على مواجهة التحديات العالمية، كما أنه يساعد على مواجهة الصعوبات التكنولوجية.

٢ - طبيعة المشكلة:

شهد العالم في العقود الأخيرة تطورات تكنولوجية هائلة، وفي ظل هذه التطورات تواجه المنشآت تغيرات سريعة في بيئتها الداخلية والخارجية، الأمر الذي يحتم عليها أن يكون لديها إستراتيجية ابتكار، لمقابلة طلبات العملاء وإحتياجاتهم وإنتاج منتجات ذات جودة عالية بأقل تكلفة على مستوى الصناعة، ذلك وصولاً لمتطلبات ورغبات العملاء والأسواق.

أصبح الابتكار هو الرائد في جميع أنشطة الشركة وعملياتها وعلى الرغم من الاستثمارات الهائلة، فالابتكار لا يزال السعي المحيط في العديد من الشركات، وكثيراً ما تغفل مبادرات الابتكار، ويجد المبتكرون الناجحون صعوبة في الحفاظ على أدائهم كما وجد في (بولارويد، نوكيا، صن مايكروسيستمز، ياهو، هيوليت باكارد) أنه لماذا يصعب بناء القدرة على الابتكار والحفاظ عليها؟ تكمن صعوبة تحسين الابتكار في عدم وجود إستراتيجية الابتكار.

ويشمل تصنيف استراتيجيات الابتكار المستخدمة بطريقة عامة في المنشآت (التصنيع أو الشراء) وعلى الرغم من جدوي هذا التصنيف إلا أنه لا يراعي سمات المنشآت العاملة في تكنولوجيا المعلومات ولا يعمل في اتجاه تطوير المنتج (Babkin, et al., 2015, p750). ولذا فإنه يمكن القول بأن التصنيف الأكثر ملاءمة والذي يتميز بالحدثة ويراعي سمات قطاع تكنولوجيا المعلومات، والذي يحدد ثلاث استراتيجيات: استراتيجية الباحثين عن الحاجة (Need Seekers)، واستراتيجية قراء السوق (Market Readers)، واستراتيجية محركو التكنولوجيا (Technology Drivers) وتتمثل مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة على التساؤل التالي:

١- ما هو أثر إستراتيجية الابتكار على الأداء المالي للمنشأة؟

٣- أهمية البحث:

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية وجود استراتيجية للابتكار تجعلها أكثر تنافسية، وذلك لتقديم منتجات مبتكرة، وتوفير منتجات ذات جودة مناسبة وتلبي احتياجات العملاء الحاليين والمحتملين، واستجابة لزيادة حدة المنافسة المحلية والعالمية، وما تفرضه من تحديات مستمرة في فتح أسواق جديدة، وما تتطلبه من التركيز على القيمة المحققة للعميل.

٢- هدف البحث:

يشتمل هدف الرئيسي للبحث في قياس أثر إستراتيجية الابتكار المناسبة على تحسين الاداء المالي وتعظيم قيمة المنشأة ودراسة العوامل المؤثرة في اختيار إستراتيجيات الابتكار على الأداء المالي للمنشأة.

٤- فروض البحث:

تقوم الدراسة على الفرض الأساسي التالي:

‘ لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاختيار استراتيجية الابتكار على الأداء المالي للمنشأة ويتفرع من هذا الفرض ثلاثة فروض فرعية وهي:

١- لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لتبني استراتيجية الابتكار (الباحث عن الحاجة) والأداء المالي للمنشأة

٢- لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لتبني استراتيجية الابتكار (قراء السوق) والأداء المالي للمنشأة

٣- يوجد أثر ذو دلالة احصائية لتبني استراتيجية الابتكار (محرك التكنولوجيا) والأداء المالي للمنشأة

٥- منهجية البحث:

اعتمدت الباحثة في إعداد هذا البحث على المنهجين الآتيين:

- المنهج الاستقرائي: من خلال استقراء العديد من الدراسات والكتب والدوريات التي تناولت كل من اثر استراتيجيات الابتكار والابتكار على أداء المالي للمنشأة.

- المنهج الاستنباطي: حيث يعتمد على هذا المنهج لإثبات صحة فروض البحث، باستخدام بعض الأساليب الإحصائية الوصفية والتحليلية وذلك من خلال الدراسات السابقة.

٦- حدود البحث:

تناولت البحث دور العوامل المؤثرة في اختيار استراتيجية الابتكار المناسبة والمدعومة بنظام معلومات المحاسبة الإدارية الاستراتيجية وأثرها على الأداء المالي للمنشأة.

٧- خطة البحث : تحقيقاً لهدف البحث تم تقسيمه إلى

أولاً: الدراسات السابقة

ثانياً: ماهية استراتيجيات الابتكار

ثالثاً: تصنيفات استراتيجيات الابتكار

رابعاً: دور استراتيجيات الابتكار في تحسين الأداء المالي للمنشأة

خامساً: أثر تبني استراتيجيات الابتكار على الأداء المالي للمنشأة

سادساً: الدراسة الميدانية

سابعاً: نتائج وتوصيات البحث

٧- الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي تناولت أثر تبني استراتيجيات الابتكار على الأداء المالي للمنشأة ومن أهم هذه الدراسات ما يلي:

١- دراسة (Karabulut, 2015) بعنوان:

" Effects of Innovation Strategy on Firm Performance: A Study Conducted on Manufacturing Firms in Turkey"

استهدفت الدراسة: إلى استكشاف آثار إستراتيجية الابتكار على أداء الشركات اعتماداً على بطاقة الأداء المتوازن.

وتوصلت الدراسة إلى: أن إستراتيجية الابتكار تؤثر على بعد الأداء المالي للشركات أكثر من الأبعاد الأخرى لأداء الشركات، ويمكن أن نخلص من ذلك إلى أن إستراتيجية الابتكار تدفع الشركات إلى تحسين أدائها المالي، كما أن إستراتيجية الابتكار تؤدي إلى تحسين أداء عملائها، وأداء العمليات التجارية الداخلية، بالإضافة إلى أداء التعلم والنمو.

٢- دراسة (Ezzi, F., & Jarboui, A. 2016) بعنوان:

"Does innovation strategy affect financial, social and environmental Performance?"

استهدفت الدراسة: تحليل تأثير إستراتيجية الابتكار (وخاصة حجم الاستثمار في البحوث والتطوير) على الأداء المالي والاجتماعي والبيئي

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ايجابية بين إستراتيجية الابتكار والاداء المالي والاجتماعي وعليه أوصت الدراسة بضرورة توجيه الشركات إلى العلاقة بين الابتكار والعملاء .

٣- دراسة (Jia, 2017) بعنوان:

"Corporate Innovation Strategy, Analyst Forecasting Activities and the Economic Consequences"

استهدفت الدراسة: التعرف على تأثير استراتيجية الابتكار على الأداء والتنبؤات المالية، بالإضافة إلى العائدات الاقتصادية المرتبطة بها وذلك بالتطبيق على عينة من الشركات الأمريكية العامة العاملة بالقطاع الصناعي.

وتوصلت الدراسة: إلى وجود تأثير معنوي إيجابي لاستراتيجية الابتكار على الأداء والتنبؤات المالية، بالإضافة إلى العائدات الاقتصادية المرتبطة بها.

٤- دراسة (Martin-Rios & Ciobanu, 2019) بعنوان:

"Hospitality innovation strategies: An analysis of success factors and challenges"

استهدفت الدراسة: فحص استراتيجيات الابتكار المختلفة، وتحليل دورها في تعزيز الأداء، إضافة إلى الكشف عن الاختلافات القطاعية في استراتيجيات الابتكار بين قطاعات الخدمات.

وتوصلت الدراسة: إلى أن معدل دوران المبيعات المستخدم كمقياس للأداء يرتبط ارتباطاً إيجابياً فقط بالاستراتيجيات المختلفة التي تؤكد على ضرورة تبني الابتكار التكنولوجي وغير التكنولوجي على حد سواء، كما خلصت الدراسة إلى أن مستوى الابتكار يختلف من قطاع إلى آخر وأن استراتيجيات الابتكار يمكن أن يكون لها تأثيرات مختلفة على الأداء اعتماداً على طبيعة القطاع المطبق لها.

وفي ضوء ما تقدم يختلف هذا البحث عن الأبحاث السابقة في تحديد مدي تأثير استراتيجيات الابتكار على أداء وقيمة المنشأة، وتحديد القدرات المشتركة بين استراتيجيات

الابتكار التي استقرت عليها الباحثة، بالإضافة إلى توفير منهج مقترح لتوضيح أثر استراتيجيات الابتكار على أداء المنشأة وتعظيم قيمتها من خلال دراسة العوامل المؤثرة على الأداء المالي والمدعومة بنظام معلومات المحاسبة الإدارية الإستراتيجية

الجانب النظري للبحث:

ثانياً: ما هي استراتيجيات الابتكار:

أشار العديد من الباحثين إلى أن الابتكار يمثل عملية تبنى وتنفيذ الأفكار الجديدة التي تساعد على حل المشاكل التي تواجهها المنظمات، وأن الابتكار ليس ممكناً بدون العملية الإبداعية التي تعتبر بداية عملية الابتكار وذلك من خلال تحديد المشاكل والوقوف على الفرص المتاحة بعد جمع المعلومات لتوليد الأفكار الجديدة واكتشاف مدي صلاحيتها، وعليه فإنه لا قيمة للابتكار بدون الإبداع الذي يعد الوقود المحرك للابتكار (Alejandro, 2015).

أهمية الحاجة للابتكار:

ويري (Gunday et al. 2011 , p.6) أن الهدف الرئيسي من الحاجة للابتكار هو رغبة الشركات في الحصول على زيادة أداء الأعمال وزيادة الميزة التنافسية. وتحصل الشركات على ميزة تنافسية إضافية وحصة سوقية وفقاً لمستوى الأهمية التي تعطىها الابتكارات، والتي تعتبر من العوامل الحيوية للشركات لبناء سمعة في السوق وبالتالي لزيادة حصتها في السوق.

ويعتبر تحديد إستراتيجية الابتكار كنهج مبتكر للشركة لاختيار الأهداف والأساليب وكيفية استخدامها وتطوير إمكاناتها المبتكرة ، وفي نهاية المطاف، يحدد هذا النهج إمكانات الإستراتيجيات المبتكرة، ويمكن تحقيق نمو الإستراتيجية من خلال الاستخدام الأمثل لجميع الموارد، ويعتمد المستوى المحتمل لإستراتيجية الابتكار على جودة المكونات الفردية والموارد

الإبداعية للإستراتيجية، والتي تتمثل في الفرص، والمهارات، والخبرة، والاختراع، والابتكار، وخاصة المعرفة المتوفرة للشركات في الوقت المناسب.

وتُعرف استراتيجية الابتكار على أنها "عملية معقدة تعمل من خلال إنشاء وتطبيق المعرفة الجديدة، مما يؤدي إلى تغييرات تنظيمية هيكلية، وجمع وتحليل البيانات، واستخدام الأفكار لتحديد فرص الابتكار (Hittmar et al. 2015).

أما (Jajja et al. 2017) يرى أن إستراتيجية الابتكار للشركة تحدد الأولويات التنظيمية للموردين، والتوافق الاستراتيجي والتكتيكي والعملية للتنظيم وتؤدي الأعمال إلى منتجات مبتكرة، تتميز بأنها جديدة وذات قيمة في السوق، ومع ذلك فإن التحدي الإداري الذي تواجهه المنظمات هو تطوير لسلاسل التوريد القادرة على تصنيع المنتجات بفعالية، وبكفاءة، وباستمرارية.

ثالثاً: تصنيفات استراتيجيات الابتكار.

يمكن تصنيف استراتيجيات الابتكار إلى ثلاثة استراتيجيات وهي:

- ١- استراتيجية الباحثون عن الحاجة Need Seekers : تعمل بنشاط وبشكل مباشر في جذب عملاء جالبيين ومحتملين من أجل تقديم منتجات وخدمات جديدة قائمة على فهم المستهلك النهائي وتسعى جاهدة لأن تكون في مقدمة من يقدم مثل هذه المنتجات بحيث تكون الأولى في السوق. (Shqipe et al.,2013,PP17-18).
- ٢- استراتيجية قراء السوق Market Readers: ترافق عملائها ومنافسيها بعناية وتركز بشكل كبير على خلق قيمة مضافة من خلال التغيير التدريجي والاستفادة من اتجاهات السوق التي أثبتت جدواها. (Babkin,et. al.,2015,P 756)
- ٣- استراتيجية محرك التكنولوجيا Technology Driver: والتي تتبع الاتجاه الذي تقوده إليها قدراتها التكنولوجية، وبالأستفادة من الاستثمار في البحث والتطوير لدفع كل من الابتكار والتغيير التكنولوجي، وفي كثير من الأحيان تسعى الي تلبية

الاحتياجات المفضلة لعملائها من خلال التكنولوجيا الجديدة الرائدة.
(Jaruzelski, et.al, 2014, P9).

رابعاً: دور استراتيجية الابتكار في تحسين الأداء المالي للمنشأة.

ويمكن التعرف على أداء المنشأة من خلال القوائم المالية، والتي توضح نتيجة أعمال المنشأة من ربح أو خسارة، وتوضح المركز المالي للمنشأة وحقوق أصحاب المشروع، ونتيجة للتطورات الاقتصادية والتكنولوجية الهائلة، لم تعد تلك البيانات الواردة بالقوائم المالية كافية للتعبير عن الأداء الفعلي للمنشأة، كما أنها لم تعد كافية لأغراض الاستثمار واتخاذ القرارات، ولذلك كان لابد من تحليل تلك البيانات للتعبير بصورة أفضل عن أداء المنشأة. من هنا ظهرت حاجة الشركات إلى أهمية تقييم أداء المنشأة وخاصة أدائها المالي، وذلك لمعرفة نتائج الأعمال ومدى قدرتها على الاستغلال الأمثل لمواردها، وتحقيق الأهداف المنشودة.

١) أهمية تقييم الأداء المالي:

تعود أهمية تقييم الأداء إلى ندرة الموارد وعدم كفايتها لمقابلة الاحتياجات المتزايدة، وفي ظل المنافسة الشديدة أصبحت الشركة بحاجة إلى استغلال هذه الموارد الاستغلال الأمثل بغرض الحصول على أقصى العوائد الممكنة (أبو الخير، ٢٠١٧، ص ٣٦)

٢) العوامل المؤثرة على الأداء المالي للمنشأة

قام كل من (الكبيسي، القضاة، ٢٠١٥) بتقسيم العوامل المؤثرة على الأداء المنشأة المالي كما يلي:

- ✓ القدرة على السداد: وتعكس قدرة المنشأة على سداد التزاماتها، من قروض وفوائد في تاريخ استحقاقها، وذلك عن طريق مقارنة أعباء القرض بالتدفق المتوقع للشركة للسنوات القادمة، حيث يتأثر الأداء

الجيد للشركة بقدرتها على سداد التزاماتها، واحتمال تعرضها لمخاطر الإفلاس.

✓ المرونة: وهي قدرة المنشأة على التحول من مصدر تمويل لآخر، دون حدوث تأثير سلبي على أداء المنشأة.

✓ السيطرة: وهي قدرة المنشأة على ممارسة الرقابة على عناصر رأس المال، وذلك للاحتفاظ بسيطرته الإدارية على المنشأة.

✓ الهيكل التنظيمي: يؤثر الهيكل التنظيمي على أداء المنشأة من خلال المساعدة في تنفيذ الخطط بنجاح، وتحديد المسؤوليات والأعمال التي ينبغي القيام بها، ومن ثم تخصيص الموارد اللازمة لها لتسهيل عملية اتخاذ القرار المناسب.

✓ التكنولوجيا: نظراً لأن التكنولوجيا تعتبر من أهم التحديات التي تواجه المنشأة في الوقت الحاضر، فإنه يجب على المنشأة تحديد نوعية التكنولوجيا الملائمة لطبيعة عملها ومنسجمة مع أهدافه، والتكيف معها واستيعابها وذلك بهدف الموائمة بين التقنية والأداء مما يؤدي إلى زيادة الأرباح.

✓ رضا العملاء: عن طريق تقديم خدمات ما بعد البيع يؤدي إلى جذب عملاء جدد، مما يؤدي بدوره إلى زيادة مبيعات المنشأة، وبالتالي زيادة الأرباح وتحسين الأداء المالي.

✓ الحجم: اختلفت نتائج الدراسة في بيان أثر حجم المنشأة (صغيرة أو متوسطة أو كبيرة) على الأداء المالي، حيث أشارت بعض الدراسات إلى وجود أثر إيجابي لحجم المنشأة على أدائها المالي، بينما أشارت دراسات أخرى إلى وجود أثر سلبي لحجم المنشأة على أدائها المالي.

يعتبر قياس الأداء المالي من الأمور الهامة التي يتعين على المنشأة القيام بها، كما أن وجود نظام لقياس الأداء المالي للمنشأة يمثل دافعاً للعاملين اتجاه تحسين الأداء، ويتأثر الأداء المالي بالعديد من العوامل الاجتماعية والثقافية وغيرها، وتعتبر استراتيجية الابتكار من أهم تلك العوامل التي تؤثر على أداء المنشأة.

خامساً: أثر تبني استراتيجيات الابتكار على الأداء المالي للمنشأة:

تسعى المنشآت إلى تبني الابتكار بغرض مواجهة التحديات التي تفرضها بيئة الأعمال الحديثة وذلك سعياً إلى الاستمرار والبقاء ((Bellora & Guenther,2013). في حين تؤكد بعض الدراسات (Bedford,2015)؛ (Moulang,2015)؛ على أن المنشأة تسعى إلى إجراء الابتكار بغرض تحسين أداء وقيمة المنشأة بصورة عامة وخاصة الأداء المالي.

وتوقف قدرة المنشأة على مواجهة التحديات والضغوط على درجة استجابتها للتكيف السريع مع تلك الضغوط والتحديات، ويحقق ذلك للمنشأة تغيرات مؤسسية تساعدها على البقاء والاستمرار في البيئة التي تعمل فيها (بدروس، ٢٠١٦، ص ١٤).

يرى (yalinen & gullkvist,2014) أن هناك ارتباط قوي بين الابتكارات بصورة عامة والأداء، وأن المنشأة تلجأ إلى الاكتشافات واستغلال تلك الاكتشافات والأفكار الجديدة بهدف تحسين أدائها. وعليه ترى الباحثة ضرورة وجود استراتيجية للابتكار عند تبنيها الابتكارات.

في حين يرى (bowen et al.,2010) أن تبني الابتكار يؤثر على الأداء المالي المستقبلي للمنشأة من خلال:

- ١- إعادة تصميم الموارد وإعادة التخطيط لاستغلال الموارد النادرة، بالإضافة لوضع الخطط اللازمة لاستغلال الموارد المتاحة للمنشأة.
- ٢- أن الاتجاه للابتكارات والأفكار الجديدة يخلق فرصاً جديدة أمام الإدارة لإجراء تفاوضات واندماجات جديدة في المستقبل، وخلق قيمة مستقبلية للمنشأة من قبل العميل.

٢- أن الابتكار يؤثر بصورة ايجابية على أداء المنشأة في المستقبل وكذلك يتأثر لإيجاب بأدائها في الماضي، ولكن تأثيره على الأداء في المستقبل أكبر من تأثيره بأداء الماضي.

ولكي تضمن المنشآت نجاح هذه الاستراتيجيات يجب أن تعمل على (sherif et al.,2008)؛ (yaslioglu et al.,2013):

- ✓ زيادة فرص تحسين الأداء المالي.
- ✓ خلق قيمة للعملاء.
- ✓ خلق الميزة التنافسية للمنشآت التي يجعلها تضمن بقاءها في بيئة الأعمال المعاصرة.

ولكي تتبنى المنشأة إستراتيجيات الابتكار لابد من توافر ستة أبعاد تتمثل في:
(بدروس ، ٢٠١٦ ص ٦٣)

البعد الأول: ضرورة توافق هدف التخطيط الاستراتيجي للابتكار مع أهداف المنشأة ككل، وذلك لضمان عدم تعارض الأهداف، لأن إذا تعارض الأهداف سوف يؤثر بدوره على نجاح تنفيذ الاستراتيجيات ككل.

البعد الثاني: ضرورة الاطمئنان من توافر القدرات المالية والفنية الإدارية لدى المنشأة عند وضع الاستراتيجية بهدف ضمان تنفيذ الاستراتيجية، وذلك له أثره على تعظيم العائد على الاستثمارات في الأجل القصير.

البعد الثالث: ضرورة التفكير في إجراء التحالفات الاستراتيجية من عنده حيث قد تتطلب بعض استراتيجيات الابتكار قيام المنشأة بإجراء تحالفات مع الأطراف خارجية.

البعد الرابع: التفكير في الحصول على أفكار للابتكار سبق تنفيذها لدى المنافسين أو متوفرة لدى المورد، أو قد يبدلون بحثاً للتوصل إلى الابتكارات لم يسبق تواجدها أو استخدامها من قبل.

البعد الخامس: لابد من تخصيص الموارد المالية والبشرية بين مختلف المهام الموضوعية في استراتيجية المنشأة ككل.

البعد السادس: يتعلق بالتكامل بين كل من الاستراتيجيتين (استراتيجية الابتكار واستراتيجية المنشأة) حيث لابد من أن يتحقق العائد المادي المرجو منه لأصحاب المصالح.

ويري (شروس، ٢٠١٦، ص ٦٥) أنه يمكن تحسين أداء المنشأة بصورة عامة والتأثير على الأداء المالي بصورة خاصة عن طريق أربعة مؤشرات التي يمكن من خلالها قياس مدى التحسين في أداء المالي بصورة خاصة وهي أربعة مؤشرات:

١. عدد المنتجات والخدمات الجديدة التي تقدمها المنشأة.
٢. عدد التحسينات التي تم إجراؤها على المنتجات والخدمات.
٣. التخفيض في التكاليف.
٤. حجم المبيعات المحقق.

وترى الباحثة أن أول مؤشران يُشيران إلى قيمة المنشأة بصورة عامة، والمؤشر الثالث والرابع يُشيران إلى الأداء المالي للمنشأة بصورة خاصة.

وترى الباحثة من خلال تحليل وتقييم الدراسات السابقة أن لاستراتيجيات الابتكار أثر على قيمة المنشأة بشكل عام، والأداء المالي للمنشأة بشكل خاص ويتمثل ذلك التأثير في أربعة عوامل أساسية وهم:

- حجم الاستثمار في أنشطة البحث والتطوير .
- حجم تحالفات الابتكار التي تحررها المنشأة والتي يطلق عليها استراتيجية الابتكار المفتوح
- التكامل المعرفي لاستراتيجيات الابتكار
- تكامل استراتيجيات الابتكار مع استراتيجية المنشأة ككل

وبعد أن تناولت الباحثة الدراسات السابقة في أولاً وثانياً: ماهية استراتيجيات الابتكار وثالثاً: تصنيفات استراتيجيات الابتكار ورابعاً: دور استراتيجيات الابتكار في تحسين الأداء المالي للمنشأة وخامساً: أثر تبني استراتيجيات الابتكار على الأداء المالي للمنشأة سيتم القيام بالدراسة الميدانية في سادساً.

الدراسة الميدانية:-

يتضمن هذا الجزء أنواع البيانات المطلوبة للبحث، بالإضافة إلى مجتمع وعينة البحث، وأداة جمع البيانات الأولية، ونتائج التحليل الإحصائي.

أ) مجتمع وعينة الدراسة:

وتمثل مجتمع الدراسة في جميع الشركات الصناعية الكبرى بمحافظة الدقهلية، والبالغ عددها ٤٨٩ شركة صناعية كبرى بعد استبعاد الشركات العاملة بمجال التجارة لعدم مشاركتها الفعالة في نشاط ابتكار المنتجات، وذلك بناء على الإحصائية التي حصلت عليها الباحثة من دليل الصناعات المصرية لمحافظة الدقهلية للشركات الصناعية.

تم تحديد حجم العينة باستخدام برنامج **Sample Size Calculator** بمعلومية حجم المجتمع، وعند مستوى ثقة ٩٥%، وحدود خطأ ٥% بلغ حجم العينة المستهدفة ٣٠٠ شركة، وعليه تم توزيع قوائم الاستقصاء إلكترونياً على جميع المواقع المحددة بالدليل للوصول إلى كامل العينة المستهدفة إن أمكن، ونظراً لضعف نسبة الاستجابة قامت الباحثة بإجراء عدداً من المقابلات الشخصية مع رؤساء القطاعات المالية، وقطاع البحث والتطوير، وقطاع التسويق، وقطاعات الإنتاج بمجموعة من الشركات المستهدفة في مجال تكنولوجيا المعلومات

والاتصالات، والأدوية، والمواد الغذائية إلى أن بلغ عدد القوائم المستردة والمصالحة للتحليل (٢١٥) قائمة.

ب) متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: استراتيجيات الابتكار (استراتيجية الباحث عن الحاجة، استراتيجية قراء السوق، استراتيجية محرك التكنولوجيا)
المتغير التابع: الأداء المالي وقيمة المنشأة

ج) نتائج التحليل الإحصائي:

١- تم إجراء التحليل الإحصائي على عدة خطوات كما هو موضح فيما يلي:
قياس ثبات وصدق عبارات قوائم الاستقصاء المستخدمة في تجميع البيانات باستخدام معامل ألفا كرونباخ، وتبين نتائج التحليل كما هو موضح بالجدول (١) فيما يلي:

جدول رقم (١)

قيمة معاملات ألفا كرونباخ لمتغيرات البحث

رقم العبارة	قيمة معامل ألفا كرونباخ في حالة حذف العبارة	معامل ألفا كرونباخ للمتغير ككل
١	٠,٧٨٢	٠,٨١٤
٢	٠,٨٤١	
٣	٠,٧٨٤	
٤	٠,٧٣٧	
٥	٠,٧٣٤	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS Ver. 22).

يتبين من الجدول السابق رقم (١) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لمؤشرات قياس أداء المنشأة بلغت ٠,٨١٤ وعلى الرغم من أن حذف العبارة رقم (٢) والتي تنص على " ارتفاع الأرباح من المنتجات الجديدة كنسبة من إجمالي الأرباح - مقارنة مع المنافسين الرئيسيين " قد تؤدي إلى زيادة قيمة معامل ألفا كرونباخ لتصل إلى ٠,٨٤١ إلا أن هذه الزيادة تعتبر

ملفوفة، وعليه تعتبر القيمة مقبولة بالشكل الذي يعكس توافر الاعتمادية والثقة بمؤشرات القياس. وخاصة أن قيم معامل ألفا كرونباخ المقبولة والمتعارف عليها إحصائياً تكون فيما يزيد عن ٠.٦.

٢- التحليل الوصفي لأراء مفردات عينة البحث فيما يتعلق بالمتغيرات محل الدراسة:
قامت الباحثة بإجراء تحليل وصفي للبيانات باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS Ver. 22)، وذلك بهدف التعرف على قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية التي توضح خصائص متغيرات البحث وفقاً لأراء المستقصى منهم، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (٢).

جدول رقم (٢)

نتائج التحليل الوصفي لأراء المستقصى منهم الخاصة بمتغيرات البحث

رقم العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	مستوى المعنوية	الدلالة
١	٣.٨٦٩٨	٠.٨٩٢٢١	٦٣.٥٩٧	٠.٠٠٠	معنوي
٢	٣.٧٧٦٧	٠.٩١٠٤٨	٥٨.٨٨٣	٠.٠٠٠	معنوي
٣	٣.٩٦٢٨	٠.٧٩٠٤٣	٧٣.٥١٢	٠.٠٠٠	معنوي
٤	٣.٩٢٥٦	٠.٨٤٥٠٢	٦٨.١١٧	٠.٠٠٠	معنوي
٥	٣.٩٦٧٤	٠.٨٧٧٤٨	٦٦.٢٩٧	٠.٠٠٠	معنوي
الإجمالي	٣.٩٠٠٥	٠.٦٥٩٣٣	٨٦.٧٤٢	٠.٠٠٠	معنوي

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS Ver. 22).

يتبين من الجدول السابق رقم (٢) أن مستوى إدراك المستقصى منهم لمؤشرات قياس أداء المنشأة كان مرتفعاً نسبياً حيث بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي لها (٣.٩٠٠٥) بانحراف معياري (٠.٦٥٩٣٣) يشير إلى وجود درجة من عدم التجانس في آراء المستقصى منهم.

كما أن المتوسطات الحسابية الجزئية الخاصة بها تراوحت ما بين (٣.٧٧٦٧) كأقل ووسط حسابي بانحراف معياري (٠.٩٤٠٤٨) للعبارة رقم (٢) التي تنص على أن "أرباح المنتجات الجديدة كنسبة من إجمالي الأرباح تعتبر مرتفعة - مقارنة مع المنافسين الرئيسيين"، وبين (٣.٩٦٧٤) كأعلى ووسط حسابي بانحراف معياري (٠.٨٧٧٤٨) للعبارة رقم (٥) التي تنص على أن "تكاليف تطوير المنتجات الجديدة تعتبر منخفضة مقارنة بالمنافسين بما يدعم تقديم الأسعار التنافسية التي تسهم في زيادة درجة رضا العملاء عن الأداء التشغيلي والابتكارات التي تقدمها المنشأة"، وحيث أن جميع قيم (ت) جاءت معنوية يتضح بذلك وجود اختلاف معنوي في آراء المستقصى منهم حول مؤشرات قياس أداء المنشأة جاءت لصالح موافقتهم على قدرة مخرجات الابتكار في تحسين الأداء المالي لشركاتهم.

د- اختبارات الفروض وتحليل النتائج :

حيث قامت الباحثة باختيار صحة البحث التي تمت صياغتها في الإطار العام للدراسة وفقاً للخطوات التالية:

لتحديد التأثير المباشر لاستراتيجيات الابتكار على أداء المنشأة، وقامت الباحثة بصياغة فروض الدراسة، ولذلك لإظهار التحليل الإحصائي نتائج اختبار الفروض

أ) تحديد مدى أثر إستراتيجية الباحثون عن الحاجة على الأداء المالي للمنشأة:

لتحديد مدى تأثير إستراتيجية الباحثون عن الحاجة على الأداء المالي للمنشأة، قامت الباحثة بصياغة الفروض الأول من فروض الدراسة والذي ينص على أنه "لا يوجد تأثير معنوي/ ذو دلالة إحصائية إستراتيجية الباحثون عن الحاجة على أداء المالي للمنشأة، ولقد أظهر التحليل الإحصائي نتائج اختبار هذا الفرض كما هو موضح فيما يلي:-

جدول رقم (٣)

نتائج تحليل الانحدار لتأثير إستراتيجية الباحثون عن الحاجة على الأداء المالي للمنشأة

المتغير المستقل الأول	المتغير التابع الأول	F (Sig)	T (Sig)	B
إستراتيجية الباحثون عن الحاجة	أداء المنشأة	١١١.٧٥٤ (.٠٠٠٠)	١٠.٥٧١ (.٠٠٠٠)	٠.٥٨٧
Adjusted R ² = (٠.٣٤١)		R ² = (٠.٣٤٤)		R = (٠.٥٨٧)

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS Ver. 22).

ويتبين من الجدول السابق رقم (٣) ما يلي:

١) ثبوت معنوية نموذج الانحدار ، حيث بلغت قيمة (F) ١١١.٧٥٤ ، وهي معنوية عند مستوى معنوية ٠.٠٠١ .

٢) ثبوت المعنوية الجزئية لمعاملات انحدار تأثير إستراتيجية الباحثون عن الحاجة والحد الثابت، حيث بلغت قيمة (T) لها ١٠.٥٧١ ، وذلك عند مستوى معنوية ٠.٠٠١ .

٣) بلغت قيمة (β) ٠.٥٨٧ وهو ما يعني وجود تأثير معنوي/ ذو دلالة إحصائية لإستراتيجية الباحثون عن الحاجة على أداء المنشأة بمعامل انحدار ٠.٥٨٧ ، عند مستوى معنوية ٠.٠٠١ .

٤) بلغت قيمة (R²) المعدلة ٠.٣٤٤ ، مما يدل على أن إستراتيجية الباحثون عن الحاجة تفسر ما نسبته ٣٤.١% من التغيرات التي تحدث في أداء المنشأة.

وبناء على النتائج السابقة يتضح رفض الفرض الأول، وقبول الفرض البديل وهذا يعني أنه "يوجد تأثير معنوي/ ذو دلالة إحصائية لإستراتيجية الباحثون عن الحاجة على أداء المنشأة".

ب) تحديد مدى تأثير إستراتيجية قراء السوق على الأداء المالي للمنشأة:

لتحديد مدى تأثير إستراتيجية قراء السوق على أداء المنشأة، قامت الباحثة بصياغة الفرض الثاني من فروض الدراسة والذي ينص على أنه " لا يوجد تأثير معنوي/ ذو دلالة إحصائية لإستراتيجية قراء السوق على الأداء المالي للمنشأة، ولقد أظهر التحليل الإحصائي نتائج اختبار هذا الفرض كما هو موضح فيما يلي:-

جدول رقم (٤)

نتائج تحليل الانحدار لتأثير إستراتيجية قراء السوق على الأداء المالي للمنشأة

المستقل الأول	المتغير التابع الأول	F (Sig)	T (Sig)	β
إستراتيجية قراء السوق	أداء المنشأة	١٢٨.٠٠٢ (٠.٠٠٠)	١١.٣١٤ (٠.٠٠٠)	٠.٦١٣
Adjusted R ² =				
R ² = (٠,٣٧٥)				
R = (٠,٦١٣) (٠,٣٧٢)				

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS Ver. 22).

ويتبين من الجدول السابق رقم (٤) ما يلي:

(١) ثبوت معنوية نموذج الانحدار، حيث بلغت قيمة (F) ١٢٨.٠٠٢، وهي معنوية عند مستوى معنوية ٠.٠٠١.

(٢) ثبوت المعنوية الجزئية لمعاملات انحدار تأثير إستراتيجية قراء السوق والحد الثابت، حيث بلغت قيمة (T) لها ١١.٣١٤، وذلك عند مستوى معنوية ٠.٠٠١.

(٣) بلغت قيمة (β) ٠.٦١٣، وهو ما يعني وجود تأثير معنوي/ ذو دلالة إحصائية لإستراتيجية قراء السوق على أداء المنشأة بمعامل انحدار ٠.٦١٣، عند مستوى معنوية ٠.٠٠١.

١) بلغت قيمة (R^2) المعدلة ٠٠,٣٧٥ مما يدل على أن إستراتيجية قراء السوق تقصر ما نسبته ٣٧,٥% من التغيرات التي تحدث في أداء المنشأة.

وبناء على النتائج السابقة يتضح رفض الفرض الثاني، وقبول الفرض البديل وهذا يعني أنه يوجد تأثير معنوي/ ذو دلالة إحصائية لإستراتيجية قراء السوق على الأداء المالي للمنشأة *.

أ) تحديد مدى تأثير إستراتيجية محرك التكنولوجيا على الأداء المالي للمنشأة:
لتحديد مدى تأثير إستراتيجية محرك التكنولوجيا على أداء المنشأة، قامت الباحثة بصياغة الفرض الثالث من فروض الدراسة والذي ينص على أنه " لا يوجد تأثير معنوي/ ذو دلالة إحصائية لإستراتيجية محرك التكنولوجيا على الأداء المالي للمنشأة، ولقد أظهر التحليل الإحصائي نتائج اختبار هذا الفرض كما هو موضح فيما يلي:-

جدول رقم (٥)

نتائج تحليل الانحدار لتأثير إستراتيجية محرك التكنولوجيا على الأداء المالي للمنشأة

المتغير المستقل الأول	المتغير التابع الأول	(Sig)	(Sig)	B
إستراتيجية محرك التكنولوجيا	أداء المنشأة	١٥٤.٤٦٠ (٠,٠٠٠)	١٢.٤٢٨ (٠,٠٠٠)	٠.٦٤٨
Adjusted R ² = (٠,٤١٨)		R ² = (٠,٤٢٠)		R = (٠,٦٤٨)

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS Ver. 22).

ويتبين من الجدول السابق رقم (٥) ما يلي:

١) ثبوت معنوية نموذج الانحدار، حيث بلغت قيمة (F) ١٥٤.٤٦٠، وهي معنوية عند مستوى معنوية ٠,٠٠١.

٢) ثبوت المعنوية الجزئية لمعاملات انحدار تأثير إستراتيجية محرك التكنولوجيا والحد الثابت، حيث بلغت قيمة (T) لها ١٢.٤٢٨، وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٠١.

٢) بلغت قيمة (B) ٠٠,٦٤٨ وهو ما يعني وجود تأثير معنوي/ ذو دلالة إحصائية لإستراتيجية محرك التكنولوجيا على الأداء المالي للمنشأة بمعامل انحدار ٠٠,٦٤٨ عند مستوى معنوية ٠,٠١.

٤) بلغت قيمة (R^2) المعدلة ٠٠,٤١٨ مما يدل على أن إستراتيجية محرك التكنولوجيا تفسر ما نسبته ٤١,٨% من التغيرات التي تحدث في الأداء المالي للمنشأة.

وبناء على النتائج السابقة يتضح رفض الفرض الثالث، وقبول الفرض البديل وهذا يعني أنه يوجد تأثير معنوي/ ذو دلالة إحصائية لإستراتيجية محرك التكنولوجيا على الأداء المالي للمنشأة

ويتضح مما سبق أن جميع استراتيجيات الابتكار من شأنها التأثير بشكل معنوي وإيجابي على الأداء المالي للمنشأة ومن ثم تحسين مستويات الأداء العام، إلا أن الإستراتيجية التي حظت بأعلى نسبة تأثير كانت إستراتيجية محرك التكنولوجيا، وقد يرجع السبب إلى أن ذلك مقرون بتوافر الإمكانيات المادية التي تدفع الشركات الرائدة في مجال التكنولوجيا إلى التحسين المستمر في جودة منتجاتها ونظراً لقصر دورة حياة تلك المنتجات في الأسواق أيضاً، مما ينعكس على تحسين مستوى الأداء المالي للمنشأة بشكل عام.

ب) تحديد مدى تأثير تطبيق المنهج المقترح لاختيار استراتيجية الابتكار المناسبة على أداء المنشأة المالي :

لتحديد مدى تأثير تطبيق المنهج المقترح لاختيار استراتيجية الابتكار المناسبة على أداء المنشأة، قامت الباحثة بصياغة الفرض التالي من فروض الدراسة والذي ينص على أنه " لا يوجد تأثير معنوي/ ذو دلالة إحصائية لتطبيق المنهج المقترح لاختيار استراتيجية الابتكار المناسبة على أداء المنشأة، ولقد أظهر التحليل الإحصائي نتائج اختبار هذا الفرض كما هو موضح فيما يلي:-

جدول رقم (23)

نتائج تحليل الانحدار لتأثير المنهج المقترح لاختيار استراتيجية الابتكار المناسبة على الأداء المالي للمنشأة

المتغير المستقل	المتغير التابع	F (Sig)	T (Sig)	B
المنهج المقترح لاختيار استراتيجية الابتكار المناسبة	أداء المنشأة	٣٨٣.٦٣٠ (٠,٠٠٠)	١٩.٥٨٦ (٠,٠٠٠)	٠,٨٠٢
Adjusted R ² = (٠,٦٤١) R ² = (٠,٦٤٣) R = (٠,٨٠٢)				

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS Ver. 22).

ويتبين من الجدول السابق رقم (23) ما يلي:

(١) ثبوت معنوية نموذج الانحدار، حيث بلغت قيمة (F) ٣٨٣,٦٣٠، وهي معنوية عند مستوى معنوية ٠,٠٠١.

(٢) ثبوت المعنوية الجزئية لمعاملات انحدار تأثير المنهج المقترح لاختيار استراتيجية الابتكار المناسبة والحد الثابت، حيث بلغت قيمة (T) لها ١٩,٥٨٦، وذلك عند مستوى معنوية ٠,٠٠١.

(٣) بلغت قيمة (β) ٠,٨٠٢ وهو ما يعني وجود تأثير معنوي/ ذو دلالة إحصائية للمنهج المقترح لاختيار استراتيجية الابتكار المناسبة على أداء المنشأة بفاعل انحدار ٠,٨٠٢ عند مستوى معنوية ٠,٠٠١.

(٤) بلغت قيمة (R²) المعدلة ٠,٦٤١، مما يدل على أن المنهج المقترح لاختيار استراتيجية الابتكار المناسبة يفسر ما نسبته ٦٤,١% من التغيرات التي تحدث في أداء المنشأة.

وبناء على النتائج السابقة يتضح رفض الفرض، وقبول الفرض البديل وهذا يعني أنه يوجد تأثير معنوي/ ذو دلالة إحصائية للمنهج المقترح لاختيار استراتيجية الابتكار المناسبة على الأداء المالي للمنشأة*.

نتائج وتوصيات البحث:

أولاً: نتائج البحث:

يمكن إجمال النتائج فيما يلي:

١- تم رفض الفرض لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني استراتيجية الابتكار (الباحث عن الحاجة) والأداء المالي للمنشأة ولوحظ وجود ارتباط إيجابي معنوي/ ذو دلالة إحصائية بين استراتيجية الباحث عن الحاجة والأداء المالي للمنشأة.

٢- تم رفض الفرض لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني استراتيجية الابتكار (قراء السوق) والأداء المالي للمنشأة ولوحظ وجود تأثير معنوي/ ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية قراء السوق على الأداء المالي للمنشأة.

٣- تم رفض الفرض تم رفض الفرض لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني استراتيجية الابتكار (محرك التكنولوجيا) ولوحظ وجود تأثير معنوي/ ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية محرك التكنولوجيا على الأداء المالي للمنشأة

٤- يؤدي تبني استراتيجية الابتكار بصورة متكاملة إلى اجراء المنشأة للتغييرات الجوهرية التي تتطلبها بيئة الأعمال الحديثة، مما يساعد المنشآت التي تتبناها على الاستمرار والبقاء والنمو.

٥- أكدت الدراسة من خلال شقيها النظري والعملي على الأثر الإيجابي لإداء المنشأة وخاصة الأداء المالي في حال دعم استراتيجيات الابتكار للأداء المالي، والتي يؤدي بدوره إلى تعظيم قيمة المنشأة.

٦- توصلت الدراسة من خلال شقيها النظري والعملي إلى أن تبني المنشأة إستراتيجيات الابتكار يؤدي إلى تحسين جودة القرار والتأثير على الأداء المالي وتعظيم قيمة المنشأة وذلك حسب المقياس المستخدم وفقاً لمجتمع الدراسة.

ثانياً: توصيات البحث:

ويمكن اجمال التوصيات فيما يلي:

١- ضرورة تبني المنشآت العاملة في بيئة الأعمال المصرية لاستراتيجيات الابتكار وخاصة لما تواجهه من تحديات جسيمة.

٢- ضرورة اتجاه المنشأة إلى تبني استراتيجية الابتكار المناسبة وذلك للمشاركة في تحمل التكاليف وتحقيق أرباح، وتلبية احتياجات المستهلكين من جانب ومن جانب آخر نشر الابتكار.

٣- ضرورة تبني المنشآت إستراتيجيات ابتكار وذلك لضمان توافر المقاييس اللازمة سواء كانت مالية أو غير مالية والتي تعتبر ضرورية لإنجاح أهداف استراتيجية المنشأة.

٤- ضرورة الأخذ بالعوامل المؤثرة في استراتيجية الابتكار والذي بدوره يرفع من أداء وقيمة المنشأة ويعزز من قدرتها التنافسية والعمل على تبني هيكليّة لعملية استراتيجية الابتكار ونظام واضح محدد الأنشطة والاهداف من قبل المنشآت بناءً على العناصر المختلفة لهذه العوامل.

المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

١. الكبيسي، عبد الستار عبد الجبار؛ القضاة، مصطفى عبد الله، ٢٠١٥، أثر النسب المالية على الأداء المالي للشركات المساهمة العامة الصناعية المدرجة في بورصة عمان المالي (٢٠٠٥ - ٢٠١١)، مجلة المنارة للبحوث والدراسات - الأردن، مجلد ٢١، العدد ١.

٢. فيليب أرميا بدروس، عماد، ٢٠١٦، قياس أثر تبني فلسفة الابتكار المتكامل على الأداء المالي للمنشأة. منظور المحاسبة الإدارية الإستراتيجية - دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة-جامعة الإسكندرية.

٣. نائل أبو الخير، هبة، ٢٠١٧، "تأثير نظم تخطيط موارد المنشأة (ERP) على الأداء المالي والتشغيلي- دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة المنصورة.

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية:

- 1- Alejandro, R. V. (2015). Leadership style, entrepreneurial orientation and innovation: The impact on business performance and competitiveness in Puerto Rico (Doctoral dissertation, Universidad del Turabo (Puerto Rico)).
- 2- Babkin, A. V., Lipatnikov, V. S., & Muraveva, S. V., 2015, "Assessing the impact of innovation strategies and R&D costs on the performance of IT companies", Procedia-Social and Behavioral Sciences, No.207.
- 3- Bowen, F. E., Rostami, M., & Steel, P. (2010). Timing is everything: A meta-analysis of the relationships between organizational performance and innovation. Journal of Business Research, 63(11).

- 4- Bedford, D. S. (2015). Management control systems across different modes of innovation: Implications for firm performance. Management Accounting Research.
- 5- Hamann, P. M., Schiemann, F., Bellora, L., & Guenther, T. W. (2013). Exploring the dimensions of organizational performance: A construct validity study. Organizational Research Methods, 16(1).
- 6- Ezzi, F., & Jarboui, A. (2016). Does innovation strategy affect financial, social and environmental performance?. Journal of Economics, Finance and Administrative Science.
- 7- GUNDAY, Gurhan, ULUSOY, Gunduz, KILIC, Kemal, ALPKAN, Lutfihak, 2011," EFFECTS OF INNOVATION TYPES ON FIRM PERFORMANCE", International Journal of Production Economics, PP. 662-676.
- 8- Hittmar, S., Varmus, M., & Lendel, V. (2015). Proposal of evaluation system for successful application of innovation strategy through a set of indicators. Procedia economics and finance.
- 9- Jia, N. (2017). Corporate innovation strategy, analyst forecasting activities and the economic consequences. Journal of Business Finance & Accounting.
- 10- Jajja, M. S. S., Kannan, V. R., Brah, S. A., & Hassan, S. Z. (2017). Linkages between firm innovation strategy, suppliers, product innovation, and business performance: insights from resource dependence theory. International Journal of Operations & Production Management.
- 11- Jaruzelski, Barry, Staack, Volker, and Goehle, Brad, 2014," Proven Paths to Innovation Success", FORTHCOMING IN ISSUE 77.
- 12- Karabulut, A. T. (2015). Effects of innovation strategy on firm performance: a study conducted on manufacturing firms in Turkey. Procedia-Social and Behavioral Sciences

- 13- Martin-Rios, C., & Ciobanu, T. (2019). Hospitality innovation strategies: An analysis of success factors and challenges. Tourism Management.
- 14- Moulang, C. (2015). Performance measurement system use in generating psychological empowerment and individual creativity. Accounting & Finance.
- 15- Ndubisi, N. O., Capel, C. M., & Ndubisi, G. C. (2015) Innovation strategy and performance of international technology services ventures: The moderating effect of structural autonomy. Journal of Service Management .
- 16- Shqipe, G., Gadaf, R., & Veland, R. , 2013,"Innovation strategies and competitive advantage.
Sherif, M. H., & Khalil, T. M. (2008). 'Preface to'Management of Technology Innovation and Value Creation: Selected Papers from the 16th International Conference on Management of Technology. Management of Technology.
- 17- Yaşhoğlu, M., Çahşkan, B. Ö. Ö., & Şap, Ö. (2013). The role of innovation and perceived service quality in creating customer value: a study on employees of a call center establishment. Procedia-Social and Behavioral Sciences.
- 18- Ylinen, M., & Gullkvist, B. (2014). The effects of organic and mechanistic control in exploratory and exploitative innovations. Management Accounting Research.

