

اسهامات بعض انواع الابتكار في تنمية المشاريع الريادية/دراسة تحليلية في هيئة استثمار نينوى
وبعض المشاريع في محافظة نينوى

Contributions of some types of innovation in the development of entrepreneurial projects / an analytical study in the Nineveh Investment Authority and some projects in Nineveh Governorate

أ.م. بسام منيب علي الطائي ١ ، أ.م. احمد طلال احمد الافندي ٢

A.M. Bassam Munib Ali Al-Tai 1 , A.M. Ahmed Talal Ahmed Al-Afandi 2

1 قسم الادارة الصناعية/ كلية الادارة والاقتصاد/جامعة الموصل ، نينوى، العراق

2 قسم الادارة الصناعية/ كلية الادارة والاقتصاد/جامعة الموصل ، ، نينوى، العراق

ahmedalafandi@uomosul.edu.iq

Basam_moneb@uomosul.edu.iq

المستخلص: يهدف البحث الحالي الى تحديد اسهامات انواع معينة من الابتكار في تنمية المشاريع الريادية، من خلال تبني مفهوم الابتكار واستعراض انواع معينة منه (ابتكار المنتج، ابتكار العملية، الابتكار التسويقي)، انطلاقاً من مشكلة بحثية مفادها "هل تسهم بعض انواع الابتكار في دعم وتنمية المشاريع الريادية في محافظة نينوى؟"، وللإجابة عن هذا التساؤل تم صياغة مخطط البحث وفرضياته، إذ تم اختبار تلك الفرضيات احصائياً من خلال الاستعانة باستمارة الاستبيان بوصفها الاداة الاساسية لجمع البيانات والمعلومات عن الميدان المبحوث، وتم صياغة فقراتها بعناية وعرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين لتصويبها نحو الاتجاه الصحيح. تم اختيار عينة عشوائية من الافراد في هيئة استثمار نينوى وبعض من اصحاب المشاريع الريادية في محافظة نينوى.

وتم اختبار البيانات المجمعة احصائياً من خلال الاستعانة بـ (SPSS V126)، وتوصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات يأتي في مقدمتها وجود تأثير معنوي مباشر لأنواع الابتكار في دعم وتنمية المشاريع الريادية وفي مقدمتها الابتكار التسويقي وابتكار المنتج، وهذا يعني ان اهتمام تلك المشاريع بالأفكار المتعلقة بتطوير المنتجات على نحو مستمر، فضلاً عن تبنيها لأساليب واستراتيجيات تسويقية جديدة يسهم وعلى نحو فاعل في تنمية تلك المشاريع.

الكلمات المفتاحية: الابتكار، ابتكار المنتج، ابتكار العملية، الابتكار التسويقي، المشاريع الريادية

Abstract : This research aims to identify the contributions of certain types of innovation to the development of Entrepreneurship projects, by adopting the concept of innovation and reviewing certain types of it (product innovation, process innovation, marketing innovation), based on a research problem that states: "Do some types of innovation contribute to Support and development of entrepreneurial projects in Nineveh Governorate?", In order to answer this question, the research plan and its hypotheses were formulated, as those hypotheses were tested statistically through the use of the questionnaire form as the basic tool for collecting data and information on the researched field, and its paragraphs were carefully formulated and presented to a group of experts And arbitrators to straighten it towards the right direction.

A random sample of individuals was chosen in the Nineveh Investment Authority and some Entrepreneurship projects in Nineveh Governorate, and the collected data were tested statistically through the use of (SPSS VR26), and the research reached a set of conclusions, foremost of which is the existence of a direct significant impact of the types of innovation in supporting and developing projects This means that the interest of these projects in ideas related to product development on an ongoing basis, as well as their adoption of new marketing methods and strategies contribute effectively to the development of these projects.

Keywords: innovation, product innovation, process innovation, marketing innovation, entrepreneurial projects

أولاً: مشكلة البحث: ان موضوع المشاريع الريادية وتنميتها اخذ حيزاً كبيراً من اهتمام اصحاب المشاريع وخصوصاً الصغيرة منها، نظراً لما تحققه من مرونة في تلبية متطلبات الزبون وينعكس ذلك على تحسين ادائها، اذ تحتاج هذه المشاريع لغرض بلوغ اهدافها الى استقطاب افكار جديدة تعمل على احداث تغييرات في اساليب وطرق الانتاج الحالية او ادخال طرق انتاج جديدة، من هذا المنطلق كان لابد لتلك المشاريع ان تبحث عن كيفية توظيف هذه التغييرات في عمليات انتاجها من خلال تبني مفهوم الابتكار بمختلف انواعه للقيام بهذا التغيير.

ميدانياً ولغرض تسليط الضوء على مدى توافر بعض انواع الابتكار في تنمية المشاريع الريادية عينة البحث واسهامها في تنمية تلك المشاريع فقد قام الباحثان بإجراء زيارات استطلاعية استهدفت مجموعة من المشاريع المنتشرة في محافظة نينوى تأشير لديهم مستوى منخفض من الادراك لدى لإدارة تلك المشاريع حول مفهوم الابتكار وانواعه من جهة ومفهوم المشاريع الريادية من جهة اخرى، الامر الذي حفز الباحثان لتضمين هذين الموضوعين في البحث الحالي، وبشكل عام تضمنت مشكلة البحث الاجابة على مجموعة التساؤلات الآتية:

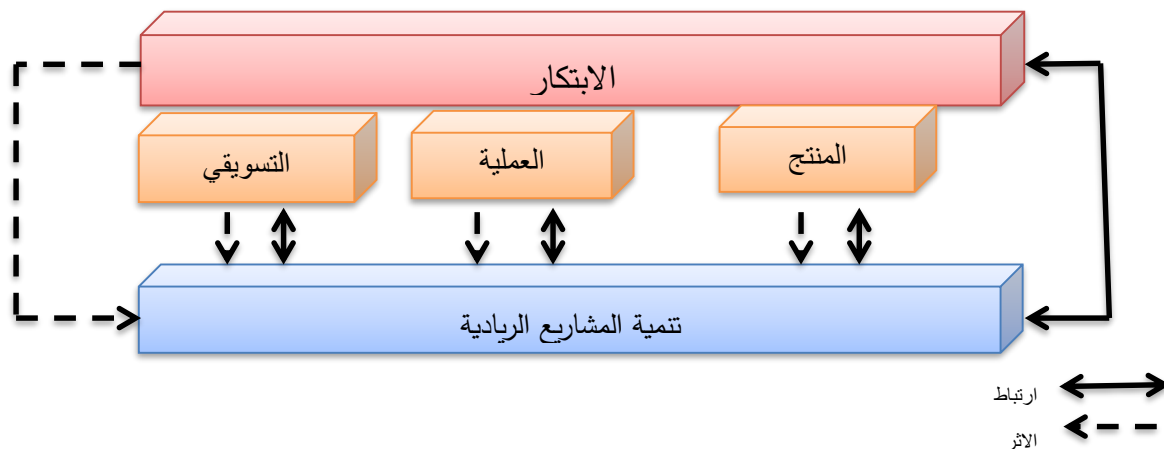
1. ما مدى ادراك ادارات المشاريع عن مفهوم الابتكار والمشاريع الريادية؟
2. هل يسهم الابتكار بأنواعه (المنتج، العملية، التسويقي) في دعم وتنمية المشاريع الصغيرة؟

ثانياً: أهمية البحث: تتمحور أهمية البحث حول أهمية موضوعيه وكما يأتي:

1. استعراض مفهوم الابتكار وبعض انواعه التي كان لها اسهامات في تنمية وتطوير الشركات على مستوى العالم، وهذا ما بينته الدراسات والبحوث التي استخدمها الباحثان في تغطية الجانب النظري لهذا الموضوع.
2. كما تتجلى الأهمية أيضاً من خلال فتح آفاق جديدة امام اصحاب تلك المشاريع للتعرف على مفهوم الابتكار وحيثياته ومدى الاستفادة منه من اجل تطوير وتنمية مشاريعهم.
3. رفد المكتبة العراقية بدراسة تسهم في تقديم اضافة علمية تتعلق بتغيري البحث وتهدف الى مساعدة الباحثين مستقبلاً وخصوصاً ممن لديه الرغبة في الخوض في هذا المضمار.

ثالثاً: اهداف البحث : يحاول البحث الحالي تحقيق الاهداف الآتية:

1. تقديم محوراً نظرياً يشمل متغيري البحث والمتضمن الابتكار وانواعه والمشاريع الريادية.
 2. تحديد مدى اسهامات انواع الابتكار المختارة في تنمية المشاريع الريادية في المعامل عينة البحث.
 3. التعرف على أي نوع من انواع الابتكار الأكثر تأثيراً في تنمية المشاريع الريادية في الشركة عينة البحث.
 4. الاسهام في تقديم مقترحات وتوصيات الى ادارة المشاريع من شأنها ان تسهم في مساعدة اصحابها للوصول الى المشروع الريادي.
- رابعاً: مخطط البحث الفرضي:** في ضوء مشكلة البحث واهدافه، ولغرض استكمال المعالجات المتعلقة بالجانب الميداني للبحث تم بناء مخطط فرضي للبحث يتضمن متغيري البحث وكما موضح في الشكل (1)



الشكل (1) مخطط البحث الفرضي

خامساً: فرضيات البحث: تضمنت فرضيات البحث المنبثقة عن مخططه ما يأتي:

الفرضية الاولى: يتوقع وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الابتكار بدلالة انواعه وتنمية المشاريع الريادية في المشاريع عينة البحث.

الفرضية الثانية: يتوقع وجود تأثير ذو دلالة معنوية للابتكار بدلالة انواعه في تنمية المشاريع الريادية في المشاريع عينة البحث.

سادساً: منهج البحث: اعتمد الباحثان في اعداد البحث الحالي على المنهج الوصفي التحليلي الذي يسهم في اختبار فرضيات البحث وتفسير النتائج التي سيتم التوصل اليها.

سابعاً: اجراءات البحث: استعان الباحثان بالأدوات المدرجة ادناه من اجل استكمال اجراءات البحث بشقيه النظري والميداني:

1. الجانب النظري: اعتمد الباحثان لتغطية الجانب النظري للبحث على مجموعة من المصادر العربية والاجنبية المختلفة والمتنوعة المتوفرة في شبكة الانترنت.
2. استمارة الاستبيان: بوصفها الاداة الرئيسة لجمع البيانات من الميدان المبحوث.

ثامناً: وصف مجتمع وعينة البحث: تمثل المشاريع الصغيرة والمتوسطة بمعامل الألمنيوم والاخشاب وورش الاثاث من المشاريع الصغيرة التي كان لها الدور الكبير في رفد السوق المحلية في محافظة نينوى بالمنتجات التي تحتاجها، من خلال تقديمها للمنتجات للزبون وحسب المواصفات والالوان والاحجام، فضلاً عن سعيها الدؤوب في مواكبة التطورات الحاصلة في هذه الصناعة عن طريق ادخال تعديلات في النماذج والموديلات وبما يرضي الزبون، اغلب هذه المعامل تعمل بنظام الانتاج حسب الطلب ونظراً لكون تلك المعامل تمثل نواة المشروع الريادي لهذا تم اختيارها ميداناً للبحث، وتم اختيار عينة عشوائية من اصحاب تلك المشاريع، والبالغ عددهم (28) فرد مجيب، فقد تم توزيع استمارة الاستبيان عليهم وتم استرجاع (22) استمارة، وبلغت نسبة استجابتهم لها (78.5%).

المحور الثاني: الاطار النظري للبحث

اولاً: الابتكار

أ. المفهوم: الابتكار يمثل أحد السمات الرئيسية لسلوك ريادة الأعمال التي تم ربطها بشكل كبير بالمنظمات الصغيرة والمتوسطة، فهو يمثل العامل الأساسي لزيادة الإنتاجية والقدرة التنافسية، فضلاً عن كونه يمثل إحدى الممارسات الرئيسية التي تدعم بقاء الشركات وقدرتها التنافسية في بيئة معولمة تنافسية (Nafula,2017,7).

تاريخياً ظهر مصطلح "الابتكار" من الاسم اللاتيني (innovation) والذي يشير إلى فعل أو عملية إدخال أفكار أو أجهزة أو طرق جديدة أو تطوير الأفكار أو الأجهزة أو الأساليب نفسها (Oriana,et.al,2015,47)، في الواقع ظهر هذا المصطلح في منتصف القرن السابع عشر بوصفه مدخل جديد في مجال معين (Tosheva& Abdullaeva,2022,586)، وغالباً ما يتم استحضار هذا المصطلح في الأعمال والاقتصاد والسياسة كضرورة حتمية لدفع عجلة النمو وخاصة في أوقات الأزمات المالية للشركات والأسواق والمنظمات الاقتصادية وبشكل عام احتل هذا الموضوع جوهر النقاش في العديد من التخصصات، بما في ذلك الاقتصاد ونظرية الإدارة، ومجالتهما الفرعية المعروفة باسم دراسات الابتكار (Oriana,et.al,2015,47)، وفي اوائل القرن العشرين وتحديداً (1934) كان (Schumpeter) الذي يُشار إليه أيضاً باسم الأب الروحي لدراسات الابتكار من أوائل العلماء الذين أحدثوا تأثيراً في مجال الابتكار مع التركيز على رائد الأعمال الفردي الذي يسعى إلى فهم صورة واسعة ودفع الابتكار نحو سوق، استمر هذا الفهم للابتكار كعملية فردية لعقود قبل أن يبدأ الباحثون في إجراء دراسات الابتكار في المنظمات (Van de Ven & Rogers 1988)، ولتوسيع مجال الابتكار بدأ الباحثون في استكشاف كيف يمكن للمرء هيكلية عملية تطوير المنتج من خلال فحص تطوير المنتج بعمق وتقديم مناهج خطية وأكثر صرامة استخدمتها العديد من الشركات (Pedersen,2013,40).

ان تعريف كلمة "ابتكار" يشبه تعريف كلمة "اختراع"، فالابتكار هو تقديم شيء جديد أو شيء تم تقديمه حديثاً قد تكون هذه فكرة أو طريقة أو جهازاً جديداً (تماماً)، ولكنها قد تكون أيضاً تجديداً أو تحسناً لشيء موجود بالفعل، الا ان هناك فرق مهم بين الكلمتين، وفقاً لروبرتس (1988) يتكون الابتكار من جزأين: (Ahlstedt & Linde,2011,4)

- الجزء الأول: الفكرة الجديدة الفعلية أو الاختراع.

• الجزء الثاني: تحويل الاختراع الجديد إلى عمل تجاري وهو الشيء الذي يضيف قيمة للمستخدم.

عموماً يمكن ان نقدم مفهوماً مبسطاً للابتكار من خلال استعراض مجموعة من آراء الباحثين في هذا المجال وكما موضحة في الجدول (1)

الجدول (1) مفهوم الابتكار في ضوء وجهات نظر مجموعة من الباحثين

ت	الباحث والسنة	التعريف
1	Damanpo, 1989	تبني فكرة السلوك - سواء كانت تتعلق بجهاز أو نظام أو عملية أو سياسة أو برنامج أو منتج أو خدمة - وهذا أمر جديد على المنظمة المعتمدة.
2	Baregheh, et,al,2009	عملية متعددة المراحل لتحويل الأفكار التنظيمية إلى (منتجات ، عمليات ، خدمات جديدة، محسنة) أو المنافسة أو التميز بنجاح في السوق.
3	Kotsemir, et.al,2013	جميع الخطوات العلمية والتقنية والتجارية والمالية اللازمة للتطوير والتسويق الناجح للمنتجات المصنعة الجديدة أو المحسنة ، أو الاستخدام التجاري للعمليات أو المعدات الجديدة أو المحسنة أو إدخال عنصر جديد.
4	Demircioglu,2016	عملية أو تقنية أو استراتيجية جديدة تعتمد على المنظمة من أجل تقديم شيء جديد.
5	(Fadih et al., 2016)	العملية المكونة من ثلاث خطوات تتمثل بالتفكير والاختراع والنشر.
6	Kogabayev& Maziliauskas, 2017	يمثل معرفة جديدة مدمجة في المنتجات والخدمات، فهو يصنف الابتكارات وفقاً للخصائص التكنولوجية والسوقية والإدارية / التنظيمية.
7	Keresztes& Endresz,2020	عملية ضرورية للشركة لتحسين منتجاتها أو عملياتها أو خدماتها الحالية أو تقديم منتجات جديدة إلى السوق.
8	Wolf, et.al, 2021	يمثل حدثاً (فكرة) لمنتج أو خدمة (اختراع) لم يكن موجوداً من قبل، ينتج عنه قبول سوق عالي (الانتشار).

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على المصادر اعلاه

استناداً إلى ما تقدم يعرف الباحثان الابتكار بأنه المدخل القائم على استخدام المعرفة وتوظيفها في طرق وافكار تتعلق بتقديم (منتج، خدمة ، عملية، أنشطة) جديدة أو تحسين وتطوير الأنشطة الحالية، فضلاً عن تطوير أو ابتكار أسلوب عمل أو طريقة تسويق جديدة للمنتج، بمعنى آخر استبدال كل الأفكار والطرق والاجراءات القديمة بأخرى جديدة تلائم التطورات الحاصلة في العالم.

انواع الابتكار: لا يرتبط الابتكار كمصطلح فقط بالمنتجات والعمليات، ولكنه يرتبط أيضاً بالتسويق والتنظيم، إذ وصف (Schumpeter,1934) أنواعاً مختلفة من الابتكار منها ما يرتبط بتقديم منتجات جديدة وأساليب إنتاج جديدة ومصادر جديدة للإمداد واستغلال أسواق جديدة وطرق جديدة لتنظيم الأعمال (Gunday, et.al,2011, 663)، فقد اجتهد الباحثين والمتخصصين بإعطاء تباين مناسب يضم أنواع محددة من الابتكار ولكن نجد أيضاً التباين الواضح في إعطاء التباين المناسب لهذه الأنواع، فبعض الباحثين قد حدد أنواعاً معينة للابتكار، في حين أن بعض الآخر توسع من خلال إضافة أنواع أخرى إلى التباين السابق كالابتكار التسويقي والتنظيمي وغير ذلك، إلا أن هناك اتفاق لأغلب الباحثين حول أنواع معينة من الابتكار، بناءً على مراجعات الأدبيات يمكن أن ملاحظة أن هناك استخدام واسع لأنواع من الابتكارات تنقسم بدورها إلى (ابتكار المنتج، ابتكار العملية، الابتكار التسويقي)، والاتي توضيح موجز لكل نوع: (Hassan,et.al, 2013,245-247) (Tavassoli&Karlsson,2015,1889-1891) (Ottesen& Hasle,2019,26-28) (Anna,2020,12-16) (حامد، 2021، 49-57)

أ. ابتكار المنتج: يعد ابتكار المنتج جزءاً مهماً من نجاح الأعمال والذي يمكن أن يساعد الشركات في توفير المنتجات المبتكرة للوصول إلى رضا الزبائن بدرجة عالية، وذلك لأن المنتجات المبتكرة يمكن أن تلبي احتياجات الزبائن ورغباتهم، فعملية ابتكار المنتجات لها العديد من مصادر الأفكار والعديد من المراحل، فهي تمثل عاملاً رئيسياً في المنافسة في السوق في الآونة الأخيرة (Alwattar& Yurdakul,2021,101)، إذ يوضح (Anna,2020,12-13) بأن ابتكار المنتج يشير إلى إطلاق منتجات أو خدمات جديدة في السوق، أو تعديل المنتجات الحالية لإضافة قيمة من أجل تلبية احتياجات السوق الجديدة، إذ أن هذا النوع من الابتكار يعتمد على استخدام المعرفة والتكنولوجيا الجديدة، مع مراعاة احتياجات الزبائن المتغيرة فضلاً عن المنافسة الشديدة التي تؤدي إلى تقصير دورات حياة المنتج، الأمر الذي يتطلب تفاعلاً واسعاً بين الشركة وأصحاب المصلحة.

واستناداً لما تقدم يرى الباحثان أن ابتكار المنتج يمثل في جوهره تقديم افكار حول ابتكار منتجات جديدة لم تكن موجودة مسبقاً لغرض تحقيق افضل مركز تنافسي في السوق، فضلاً عن تحسين وتطوير المنتجات القائمة بما يمكنها من تلبية متطلبات الزبون.

ب. ابتكار العملية: النوع الثاني من الابتكار هو ابتكار العملية وعادة ما يوصف بأنه ابتكار تكنولوجي وثيق الصلة بابتكار المنتج (Anna,2020,14)، ويعني تحسين أساليب الإنتاج واللوجستيات على نحو كبير أو إدخال تحسينات كبيرة في الأنشطة الداعمة مثل الشراء والمحاسبة والصيانة والحوسبة (Hassan,et.al, 2013,245)، وهذا ما حددته (حامد، 2021، 53) عندما اقترحت تعريف ابتكار العملية يتمحور حول ادخال آليات جديدة في عمليات الإنتاج وتطوير الآليات والأساليب الحالية بهدف تقليل الكلف وتحسين جودة المنتجات التي تحقق قيمة الزبون، اذ يمكن ان يؤدي الى (تقليل تكاليف الإنتاج أو التسليم لكل وحدة أو تحسين جودة منتج موجود ، أو تنفيذ منتجات جديدة أو محسنة)، حيث تشمل طرق الإنتاج الإجراءات الروتينية والمعدات والحلول البرمجية، بينما تتضمن طرق التسليم الخدمات اللوجستية للشركة وتتضمن المعدات وحلول البرامج والإجراءات الروتينية المستخدمة في سلسلة التوريد ونظام التسليم، وقد تشمل أيضاً إجراءات ومعدات وبرامج جديدة أو محسنة بشكل كبير تتعلق بإنشاء الخدمات وتوفيرها وكذلك في أنشطة الدعم الإضافية ، مثل التدقيق والصيانة والمشتريات (Ottesen& Hasle,2019,26).

يشير الباحثان الى ان ابتكار العملية يستخدم لتنفيذ طريقة الإنتاج أو التسليم الجديدة او تطوير الطريقة المحسنة على نحو ملحوظ، فهو يشمل إدخال تحسينات كبيرة في المعدات والتكنولوجيا والبرامج الخاصة بأسلوب الإنتاج أو التسليم، ويمكن للشركة تطوير عملية جديدة إما بنفسها أو بمساعدة شركة أخرى

ت. الابتكار التسويقي: يمثل الابتكار التسويقي تنفيذ طريقة تسويق جديدة تتطوي على تغييرات رئيسية في التصميم و التعبئة و التغليف و الترويج أو التسعير، فعملية ابتكار المنتج تركز على جودة المنتجات الا ان الابتكار التسويقي يكون موجه نحو الزبائن و السوق ويهدف إلى تحسين المبيعات و الحصة السوقية (صولاج ، 2019، 26)، ويقصد به وضع الأفكار الجديدة أو غير التقليدية موضع التطبيق الفعلي في الممارسات التسويقية، ولا يختلف مفهوم الابتكار التسويقي في جوهره عن الابتكار عموماً، أو الابتكار في مجالات أخرى بخلاف التسويق، حيث يمكن اعتباره الاستغلال الناجح لأفكار جديدة. وقد ينصب على عنصر المنتج، سواء أكان سلعة أم خدمة، أو على أحد عناصر المزيج التسويقي الأخرى أو على جميعها في آن واحد (رايس، 2017، 68).

ان الابتكار التسويقي كما يراه (Polder, et al,2010,3) هو الابتكار غير التكنولوجي، اذ تستخدم الشركات الابتكار في أساليب التسويق الخاصة بها لتحقيق الكفاءة في أعمالها، كما يطور الابتكار التسويقي تقنيات جديدة وطرق التسويق، كما إن تطوير تقنيات وطرق وأدوات التسويق الجديدة لها دور مهم في نجاح المنظمات.

استناداً الى ما تقدم يشير الباحثان ان الابتكار التسويقي هو استخدام طريق واساليب وافكار تسويقية جديدة غرضها الرئيسي تحقيق التفوق التسويقي للشركة، فقد تتضمن تلك الافكار والطرق ما يتعلق بأسلوب الترويج او التوزيع وحتى في عملية التعبئة والتغليف على النحو الذي يجذب الزبون ويحقق في النهاية هدف المنظمة المنشود وهو الربح.

ثانياً: المشاريع الريادية

المفهوم: تعرف المشاريع الريادية بانها تقديم شيء متميز يلبي رغبات الزبائن ويحقق شيئاً إضافياً او قيمة مضافة إلى المنتج أو الخدمة أو الطريقة أو الإجراءات عن طريق مجموعة من الخطوات التي يتخذها فرد أو مجموعة من الأفراد للوصول إلى هذه المشروع (Austin,et.al,2012,372)، بينما يشير (DÉSIAGE,2013,3) ان المشاريع الريادية تمثل عملية خلق شيء جديد ذي قيمة مع تخصيص الوقت والجهد والمال اللازمين لهذا المشروع مع تحمل المخاطر التي قد يواجهها وتحقيق أرباح مالية، بينما يعتبرها (Dilli,et.al,2018,293) انها تنفيذ أنشطة فريدة تلبي متطلبات بيئة الأعمال والمستفيدين منها من خلال اكتشاف الفرص واستثمارها بعقلية استباقية واعتماد المخاطر المحسوبة لتحقيق الأرباح، بينما يعتقد (Džbáňková&Siruček,2016,429) بانها قدرة المنظمة على تقديم خدمات ومنتجات مبتكرة بطريقة غير مسبقة تمكنها من دخول السوق في الأوقات المناسبة والتي تنعكس على زيادة الزبائن والأرباح. بينما يراها (Ul Haq&Iqbal,2022,141) بانها قدرة الفرد أو المنظمة لاستنباط طرق وأساليب جديدة لإدارة عمل تجاري قائم أو إنشاء أعمال جديدة قادرة على إعطاء ميزة تنافسية مع مراعاة القدرة على معالجة وتحمل المخاطر الناشئة عن تنفيذها. ويرى الباحثان انه يمكن تلخيص الافكار في المفاهيم السابقة بمدى القدر التي تمتلكها المنظمة او الفرد في خلق افكار لمنتجات او خدمات جديدة او تطوير القديمة بالشكل الذي يجعلها ريادية في السوق وعلى النحو الذي يصعب منافستها ولكن يجب تحمل المخاطر التي قد تنجم عنها.

وكلمة "رائد أعمال" مشتقة من الكلمة الفرنسية "Entreprendre" والتي تعني تحمل مخاطر المشروع، علاوة على ذلك تم اطلاقها على منظم الموسيقى أو قائد فرق الترفيه، ثم تم استخدامها في القرن السادس عشر على قادة الجيش، ثم أصبحت تطلق على المتخصصين في أنشطة الهندسة المدنية مثل البناء في القرن السابع عشر، بينما يعد (Richard Cantillon)، هو أول من استخدم مصطلح رائد الأعمال للإشارة إلى الأنشطة الاقتصادية حيث وصفه بأنه الشخص الذي يميل إلى المخاطرة في أعماله عند شراء منتجات غير مؤكداً بيعها وغير قابلة للتأمين وهو عامل ديناميكي للتغيير (Mishra2017,6)، ويرى (Fairlie&Fossen,2018,10) ان الفرد الذي يرغب

في تحمل مثل هذه المخاطر يطلق عليه رائد أعمال، ويعتقد ان ريادة الأعمال مخيفة لأنه لا يوجد ضمان لنجاح العمل او الفكرة التي يتم تبنيها اذ يعتقد ان معظم رواد الأعمال هم من المجازفين والمتحمسون لقضيتهم ويدركون أنه كلما زادت المخاطر زاد العائد. بينما يضيف (Bosma&Kelley,2019,18) ان ريادة الأعمال هي عمل تجاري يعمل فيه الأفراد لأنفسهم، وهذا يعترض عليه بعض الخبراء لأنهم يعتقدون إن الفرد لا يمكنه العمل بشكل مستقل. بينما يعتقد (Tran,et.al,2017,5) ان ريادة الأعمال هي العملية التي يدرك فيها الفرد فرصة عمل ويخلق عملاً منها او إنها رغبة الفرد وقدرته على تطوير وإدارة مشروع تجاري مع المخاطر لتحقيق ربح على المدى الطويل. ويرى الباحثان ان المشاريع الريادية هي مشاريع مبتكرة من افكار خلاقة تسعى الى توليد منتجات جديدة او مطور من منتجات سابقة على النحو الذي يحقق لها ارباحاً كبيره ويصعب التنافس معها، ويتميز رواد الأعمال بالنظرة الثاقبة والفكر المتفتح لالتقاط الافكار الجديدة مع امكانية تحويلها الى مشاريع تحقق ارباح عالية مع القدرة على تحمل المخاطر الناتجة عن فشل المشروع في بعض الاحيان.

أنواع المشاريع الريادية: قد تختلف المشاريع الريادية على وفق الهدف التي تسعى لتحقيقه ويمكن تصنيفها وفق الاتي: (Austin,et.al,2012,372) و (Dilli,et.al,2018,295-296) و (Džbáňková&Sirůček,2016,433) و (Gall,2022,1)

أ.المشاريع الريادية الصغيرة: وتتمثل بأعمال صغيرة الحجم وتحقق ربحاً يكفي لسد حاجة أسرة ذات نمط حياة متوسط، ولا يسعى لتحقيق أرباح واسعة، وفي الغالب يتم الاستعانة بأفراد العائلة أو عاملين من المحيط القريب للقيام بالأعمال، ومثال على ذلك أصحاب الحرف كأصحاب البقالات الصغيرة والحدادين.

ب.المشاريع الريادية ذات الحجم الكبيرة: وتتمثل بالشركات الريادية المخصصة للمهن والأعمال المتقدمة والتي تعتمد على إدخال عامل الابتكار بأعمالها، ويسعى هذا النوع من الشركات إلى إطلاق منتجات وخدمات جديدة دائماً، ومن الامثلة لهذه الشركات شركة (Google) وشركة (Samsung).

ت.المشاريع الريادية النشيطة: وهم أصحاب العمل الجاد والجهد الكبير والمستمر والذين يبذلون بتشكيل الأعمال من الصفر وينتقلون إلى المقدمة، حيث يمتازون بالنشاط الزائد والذي ينعكس على نجاح أعمالهم التجارية، ومن ثمة يتواصلون مع عدد من أشخاص لبيع مشاريعهم والانتقال الى انشاء مشاريع جديدة.

ث.المشاريع الاجتماعية الريادية: يقصد بهذه المشاريع ذات التأثير المجتمعي والتي تهدف لحل المشكلات البيئية مثلاً من خلال تقديم المنتجات والخدمات المناسبة وهم لا يسعون الى تحقيق مكاسب مادية كبيرة او منظمات غير ربحية تستهدف خدمة المجتمع.

ج. المشاريع الريادية ذات الافكار القابلة للتطوير: عندما يستطيع رائد الأعمال خلق افكار جديدة قابلة على تغيير العالم او المجتمع الذي يستهدفه أي من خلال فكرة قابلة لحل مشكلة في المجتمع، فإن غالباً ما يتلقى تمويلاً من رؤساء الأعمال والمستثمرين، اذ يلجئ اليهم لدعم التمويل الا انهم لا ينفذون هذه المشاريع وإلى الاستعانة بمختصين على قدر عال من الاحترافية، من أمثلتها شركة أوبر لخدمات النقل (Uber) وتحقق في اغلب الاحيان ارباحاً كبيرة.

ح.المشاريع الريادية ذات الطابع المقلدة: وهي شركات ريادية تستلهم أفكارها من شركات اخرى فتبدأ بتقليد منتجاتهم ثم تسعى الى تطويرها وازافة تغييرات ابداعية عليها مما يجعلها أفضل وأكثر نجاعة منها.

و. المشاريع الريادية الاستثمارية: وهذا النوع من الرواد يستخدمون ثرواتهم للاستحواذ على أعمال تجارية ناجحة او لديها فرصة للنجاح، وتتميز بكونها أقل خطورة بسبب ان الشركات موجودة وبإمكانهم الاطلاع على بياناتها ومستوى ارباحها قبل القيام بالاستثمار لكن يكمن قدراتهم بنظرتهم المستقبلية لمستوى نجاح الشركة.

إرشادات عامة لإنجاح المشاريع الريادية: هناك مجموعة من الخطوات تساعد القائمين على المشاريع الريادية على تحقيق اقصى مستوى من النجاح وتتمثل بالاتي: (Mishra2017,17-18)

1.تحديد الأهداف: وتعد الخطوة الاولى وقد تشمل مثلاً (جني الأرباح، خلق قيمة لمنتج، تسليط الضوء على أهميته قضية ما، تغيير طريقة المعيشة، خلق احتياج جديد في المجتمع تجاه سلعة جديدة).

2.قيم نفسك وتحديد مستوى امكانياتك: قبل البدا في أي مشروع يجب على القائمين عليه عمل تقييم لمستوى امكانياتهم وماهية المهارات التي يتميزون فيها وهل تتناسب هذه الامكانيات والمؤهلات في نجاح العمل الجديد؟

3.دراسة الزبائن المستهدفين : يقصد بالزبائن المستهدفين المرجح أن يكون لهم اهتمام بالمنتجات او الخدمات التي سوف تقوم الشركة بإنتاجها ويتم تصنيفهم حسب (العمر، النوع، التعليم، الوضع الاجتماعي، الوضع الاقتصادي) وتقوم الدراسة على تحديد اهم اهتماماتهم ورغباتهم وماذا يفضلون وما هي المنتجات التي يريدوها.

4.دراسات السوق: تساعد في الحصول على معلومات عن السوق المستهدف واهم الشركات المنافسة ومدى قوتها وحجم حصتها السوقية ونقاط القوة والضعف لديها.

5.الدراسات المالية للمشروع: وتتمثل بدارسة التكاليف المالية لتنفيذ المشروع وهي ذات علاقة عكسية مع حجم المشروع فكلما كان المشروع كبيراً زاد تعقيد هذه الدراسات وزاد التركيز عليها من أجل تقليل احتمالية الفشل او الاخطاء، ويفضل تحديد (التكاليف الفعلية، ميزانية الطوارئ، مراقبة الميزانية، طرق الحصول على التمويل، من هم المستثمرين)

6.الاستعدادات الرئيسية لتنفيذ المشروع: وتتمثل في اختيار الشريك المؤسس اذ لزم المشروع ووضع اسم للمشروع وتجهيز واخذ الموافقات الرسمية، وعمليات الترويج والاعلام وانشاء صفحات على منصات التواصل الاجتماعية وغيرها من الوسائل.

7.تنفيذ المشروع: والتي يجب ان تكون حسب خارطة الطريق التي تم وضعها وبالشكل الذي يحقق الاهداف التي يسعى الى تحقيقها وعلى وفق المهل الزمنية المحددة مع وضع حدود للمرونة.

8.متابعة تنفيذ المشروع باستمرار وتقييم مستوى نجاحه: وهي من الخطوات المهمة التي تريدها الادارات او الجهات المانحة للتمويل وتهدف فيها الى التعرف على مدى نجاح المشروع في تحقيق الاهداف التي يسعى الى تحقيقها، وترتكز هذه الخطوة على البيانات التي يتم الحصول عليها ومقارنتها بالخطط والاهداف الموضوعية لتنفيذ المشروع.

المحور الثالث: الاطار العملي للبحث

أولاً: وصف وتشخيص متغيرات البحث

أ. وصف متغيرات انواع الابتكار وتشخيصها: يوضح الجدول (2) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لأنواع الابتكار (المنتج، العملية، التسويقي).

جدول (2) التوزيعات التكرارية لفقرات الابتكار بدلالة انواعه

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	قياس الاستجابة										تسلسل الأسئلة
		لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
ابتكار المنتج												
0.904	4.00	-	-	8.7	2	13.0	3	47.3	11	30.4	7	X1
0.936	3.32	4.3	1	4.3	1	13.0	3	60.9	14	17.4	4	X2
1.099	3.86	4.3	1	13.0	3	-	-	56.5	13	26.1	6	X3
0.877	4.04	-	-	8.7	2	8.7	2	52.2	12	30.4	7	X4
												المؤشر الكلي
ابتكار العملية												
1.294	3.69	8.7	2	8.7	2	21.7	5	26.1	6	34.8	8	X5
0.688	3.73	-	-	-	-	39.1	9	47.8	11	13.0	3	X6

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	قياس الاستجابة										تسلسل الأسئلة
		لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.838	3.60	-	-	8.7	2	43.8	8	43.5	10	13.0	3	X7
1.121	3.56	8.7	2	4.3	1	26.1	6	43.5	10	17.4	4	X8
												المؤشر الكلي
الابتكار التسويقي												
1.053	3.73	4.3	1	8.7	2	17.4	4	47.8	11	21.7	5	X9
1.117	3.60	8.7	2	8.7	2	8.7	2	60.9	14	13.0	3	X10
1.112	3.18	4.3	1	8.7	2	21.7	5	34.8	8	30.4	7	X11
1.217	3.13	8.7	2	26.1	6	21.7	5	30.4	7	13.0	3	X12
												المؤشر الكلي

المصدر : اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برمجية SPSS

تشير معطيات الجدول (2) الى وجود اتفاق بإجابات الافراد المبحوثين حول فقرات بعد ابتكار المنتج، اذ بلغ معدل الانسجام الخاص بإجابات الافراد (80.3) بوسط حسابي قدره (3.80) وانحراف معياري مقداره (0.975)، كما ان الفقرة التي ساهمت في اغناء هذا النوع من الابتكار كانت الفقرة (X3) التي نصت على امتلاك ادارة المشروع الرغبة بتحسين خطوتها الانتاجية على النحو الذي يسهم في تطوير منتجاتها بوسط حسابي (3.86) وانحراف معياري (1.099).

توضح معطيات الجدول (2) فيما يتعلق بالفقرات ذات الصلة بابتكار العملية، اذ يوضح اتفاق في اجابات الافراد المجيبين ازاء فقرات هذا النوع من الابتكار فقد بلغ معدل الانسجام الخاص بالإجابات (59.77) وبوسط حسابي وانحراف معياري مقداره (3.64) و (0.985) على التوالي، كما ان اكثر الفقرات التي كان لها الاسهام الفاعل في اغناء فقرات هذا النوع من الابتكار كانت الفقرة (X5) التي نصت على قيام ادارة المعمل بتطوير عملية الانتاج لديها من خلال احداث تغييرات في التصميم، حيث بلغت بسنة اتفاق هذه الفقرة (60.9) بوسط حسابي (3.69) وانحراف معياري (1.294).

تشير معطيات الجدول (2) فيما يخص الابتكار التسويقي الى وجود اتفاق باجابات الافراد حول فقرات هذا النوع، فقد بلغت نسبة انسجام الاجابات حول هذه النوع (63) وبوسط حسابي (3.41) وانحراف معياري قدره (1.12)، كما ان الفقرة التي ساهمت في اغناء هذا النوع هي الفقرة (X10) والتي تضمنت سعي ادارة المعمل على استخدام افكار جديدة فيما يتعلق بتسويق منتجاته، فقد بلغت نسبة اتفاق هذه الفقرة (73.9) وبوسط حسابي مقداره (3.60) وانحراف معياري (1.11).

ب. وصف متغيرات المشاريع الريادية وتشخيصها: يوضح الجدول (3) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والاوراط الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير المشاريع الريادية.

جدول (3) التوزيعات التكرارية لفقرات المشاريع الريادية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	قياس الاستجابة										تسلسل الأسئلة
		لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.886	3.82	-	-	13.0	3	8.7	2	60.9	14	17.4	4	X13
1.26	3.21	4.3	1	26.1	6	26.1	6	30.4	7	13.0	3	X14
1.033	3.39	4.3	1	13.0	3	13.0	3	34.8	8	34.8	8	X15
0.949	4.08	4.3	1	-	-	34.8	8	47.8	11	13.0	3	X16
0.99604	2.9130	4.3	1	34.8	8	30.4	7	26.1	6	4.3	1	X17
1.05388	3.2609	4.3	1	21.7	5	26.1	6	39.1	9	8.7	2	X18
												المؤشر الكلي

المصدر : اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برمجية SPSS

تشير معطيات الجدول (3) وجود نسبة اتفاق اجابات الافراد المبحوثين حول فقرات تنمية المشاريع الريادية، اذ بلغ معدل انسجام اجابات الافراد (55.05) وبوسط حسابي مقداره (3.44) وانحراف معياري (1.029)، ذا ان ابرز الفقرات التي كان لها الفضل في اغناء هذا المتغير (X13) والتي نصت على سعي ادارة المعمل الى استخدام التقنيات الجديدة لمواكبة التطورات الحاصلة على النحو الذي يسهم

في تلبية متطلبات الزبون، حيث بلغ معدل اتفاق اجابات الافراد حول هذه الفقرة (78.3) بوسط حسابي (3.82) وانحراف معياري (0.886).

ثانياً: اختبار فرضيات الدراسة

أ. اختبار علاقة الارتباط بين متغيرات البحث: يشير الجدول (4) الخاص بتحليل معامل الارتباط الى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين انواع الابتكار مجتمعة و تنمية المشاريع الريادية، إذ بلغ معامل الارتباط بينهما هو (0.760) وهو دليل على قوة العلاقة بين المتغيرين إذ تشير هذه النتيجة إلى علاقة ارتباط قوية موجبة وهي معنوية عند مستوى معنوية (0.05)

الجدول (4) علاقات الارتباط بين انواع الابتكار وتنمية المشاريع الريادية على مستوى المشاريع عينة البحث

المتغير المستقل	المتغير المعتمد
انواع الابتكار	تنمية المشاريع الريادية
0.763	

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية N=22 *P < 0.05

اما عن علاقة الارتباط الجزئية فقد يوضحها الجدول (5) والذي يسير الى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين كل نوع من انواع الابتكار وتنمية المشاريع الريادية، وقد حصل نوع ابتكار المنتج على اعلى قيمة ارتباط بلغت (0.669)، في حين جاء نوع الابتكار التسويقي بالمرتبة الثانية بمعدل ارتباط بلغ (0.598)، واخيراً حصل ابتكار العملية على اقل معدل ارتباط قياساً بالنوعين الاخرين كان قدره (0.570) عند مستوى معنوية (0.05)، بناءً على ما تقدم تم قبول الفرضية الاولى على مستوى المشاريع عينة البحث.

الجدول (5) علاقات الارتباط بين انواع الابتكار بشكل منفرد وتنمية المشاريع الريادية على مستوى المشاريع عينة البحث

انواع الابتكار			المتغير المستقل	المتغير المعتمد
التسويقي	العملية	المنتج		
*0.598	*0.570	*0.669		
			تنمية المشاريع الريادية	

الجدول من إعداد الباحثان بالاستفادة من نتائج الحاسبة الالكترونية N=22 P<0.05

ب. اختبار تحليل التأثير بين متغيرات البحث: يشير الجدول (6) الخاص بتحليل التأثير الى وجود تأثير ذو دلالة معنوية للابتكار بدلالة انواعه في تنمية المشاريع الريادية على مستوى المشاريع المبحوثة

الجدول (6) تحليل تأثير الابتكار بدلالة انواعه في تنمية المشاريع الريادية على مستوى المشاريع المبحوثة

F		R2	انواع الابتكار		المتغير المستقل
الجدولية	المحسوبة		B ₁	B ₀	المتغير المعتمد
4.351	112.5	0.691	0.831 (7.172)	0.845	تنمية المشاريع الريادية

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية N= 22 *P < 0.05
() يشير إلى قيمة t المحسوبة df (1 , 20)

تشير معطيات الجدول (6) الى وجود تأثير انواع الابتكار بوصفه متغيراً مستقلاً في تنمية المشاريع الريادية كمتغير معتمد بدليل قيمة (F) المحسوبة والبالغة (112.5) وهي اكبر من قيمتها الجدولية (4.351)، وتبين من خلال معامل التحديد ان قيمة (R²)

(0.691) وهذا يعني ان (69.1%) من الاختلافات المفسرة في تنمية المشاريع الريادية تعود الى الابتكار بدلالة انواعه والباقي يعود الى متغيرات عشوائية غير داخلية في نموذج الانحدار، اما فيما يخص التأثير الجزئي فقد يوضحه الجدول (7).
الجدول (7) نتائج تحليل التأثير للابتكار بدلالة انواعه في تنمية المشاريع الريادية على مستوى المشاريع عينة البحث

F		R2	انواع الابتكار			B0	متغيرات مستقلة المتغير المعتمد
الجولية	المسوبة		التسويقي	العملية	المنتج		
			B3	B2	B1		
3.127	112.5	0.691	0.644 (7.550)	0.508 (4.012)	0.711 (8.210)	0.645	تنمية المشاريع الريادية

الجدول من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية.

N = 22 () يشير إلى قيمة المحسوبة P ≤ 0.05 df (3. 19)

يشير الجدول (7) إلى وجود تأثير معنوي لكل نوع من انواع الابتكار المختارة بوصفها متغيرات مستقلة في تنمية المشاريع بعدها متغيراً معتمداً إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (112.5) وهي أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (3.127) عند درجتي حرية (3.13)، وبلغ معامل التحديد (R²) (0.691) لها ومن خلال متابعة معاملات (B) واختبار (T) لها تبين ان نوع من انواع الابتكار في تنمية المشاريع الريادية كان ابتكار المنتج، وهذا ما عكسته قيمة (T) التي بلغت (8.210) وهي أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (1.1.717) عند درجتي حرية (3.19).

في حين جاء الابتكار التسويقي بالدرجة الثانية من حيث التأثير في تنمية المشاريع الريادية إذ بلغت قيمة (T) المحسوبة (7.550) وهي أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (1.717) عند درجتي حرية (3.19)، وجاء ابتكار العملية اخيراً من حيث التأثير في تنمية المشاريع الريادية ، إذ بلغت قيمة (T) المحسوبة (4.012) وهي أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (1.717) عند درجتي حرية (3.19)، وبناء على ما تقدم تقبل الفرضية الثانية على مستوى المشاريع عينة البحث.

المحور الرابع: الاستنتاجات والمقترحات

أولاً: الاستنتاجات

1. قدمت الطروحات النظرية المتعلقة بموضوع الابتكار الاسس التي تسير عليها المنظمات لتطوير عملها على النحو الذي يوهلها لان تكون منظمات ريادية بغض النظر عن حجمها وطبيعتها عملها.
2. اختلفت وتباينت الادبيات التي طرحت انواع الابتكار، فبعضها قسمها الى قسمين (منتج، عملية) في حين ان البعض الاخر قد ذهب الى ابعد من ذلك ليقدم انواع عديدة تشمل (ابتكار المنتج والعملية والاداري والمنظمي والتسويقي...الخ) ولكن تأثر لدى الباحثان اتفاق لدى الكثير من الباحثين حول الانواع التي تم اعتمادها في هذا البحث كونها من اكثر الانواع التي تلائم المشاريع الريادية الصغيرة.
3. ان المشروع الريادي هو المشروع الذي يقدم شيء جديد وفريد لم يسبق لاحد ان طرحه مسبقاً مع الاخذ بنظر الاعتبار تحمل المخاطر الناتجة عن تبني تلك الفكرة.
4. تحقق وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الابتكار بدلالة انواعه و تنمية المشاريع الريادية، اذ كشفت نتائج التحليل ان ابتكار المنتج هو الاعلى ارتباطاً مع تنمية المشاريع وهذا يعكس مدى اسهام تقديم افكار لمنتجات جديدة او تطوير المنتجات الحالية في تنمية تلك المشاريع.
5. تحقق وجود تأثير ذو دلالة معنوية للابتكار بدلالة انواعه في تنمية المشاريع الريادية، اذ افضت نتائج التحليل ان ابتكار المنتج كان الاعلى تأثيراً من بين بقية الانواع.

ثانياً: المقترحات

1. ضرورة ايلاء اهتمام ادارة المشاريع بالابتكار على نحو عام وابتكار العملية على وجه الخصوص، بسبب تأثيره الواضح على تحسين جودة المنتجات على النحو الذي ينعكس على تدعيم المركز التنافسي لتلك المشاريع في السوق المحلية، الامر الذي قد يرفع من مستوى تلك المشاريع وصولاً الى تحقيقها للريادة في السوق.
2. لكي تبقى المشاريع تحتفظ بطابعها الريادي لابد من تكثيف عملية تبني الافكار المتعلقة بالمنتج من خلال تطبيق طرق جديدة ومتطورة لإنتاج المنتجات على النحو الذي يواكب التطورات الحاصلة في مجايل الصناعة على مستوى العالم.
3. لابد من ادارة تلك المشاريع التركيز على الابتكار التسويقي من خلال تبني اساليب تسويقية افكار جديدة لتسويق المنتجات، فضلاً عن ادامة التواصل مع الزبون على النحو الذي يسهل من تفهم متطلباته والعمل على اسعاده.
4. حث اصحاب المشاريع عينة الدراسة الى تشجيع الافراد العاملين لديهم على تقديم افكارهم فيما يخص عملية الإنتاج او التسويق وحتى التصميم ومحاولة الاستفادة من تلك الافكار على النحو الذي يسهم في تطوير المنتجات .
5. ضرورة قيام هيئة استثمار نينوى بإعداد دورات تعريفية حول الابتكار واستعرض انواعه من اجل رفع مستوى ادراكهم حول هذا الموضوع، فضلاً عن عقد جلسات حوارية لاستعراض اهم الافكار التي تدرج تحت مظلة الابتكار بأنواعه لغرض الاستفادة منها مستقبلاً.

المصادر

اولاً: المصادر العربية:

1. حامد، رشا محسن شيت، 2021، "انواع الابتكار مدخلاً لتأمين متطلبات الإنتاج الرشيق/ دراسة تحليلية لآراء عينة من القيادات الادارية في معمل سمنت بادوش"، رسالة ماجستير غير منشورة، تقنيات ادارة الاعمال، الكلية التقنية الادارية الموصل، الجامعة التقنية الشمالية، نينوى، العراق.
2. رايس، عبدالرحمن، 2017، " الابتكار التسويقي وأثره على تنافسية المؤسسة دراسة ميدانية"، اطروحة دكتوراه، التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم الادارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، الجزائر.
3. صولاج، ايمان، 2019، " دور رأس المال المخاطر في تمويل الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة ميدانية لمؤسسة صوفينانس-sofinance"، رسالة ماجستير، ادارة مالية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم الادارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر.

ثانياً: المصادر الاجنبية

1. Ahlstedt and Linde, 2011, "Open innovation as a strategy for small high-tech companies A study of two small high-tech companies in Sweden", Master thesis, Business Administration, School of Management at Blekinge Institute of Technology.
2. Alwattar .Osamah Sohaib Mohammad Sabri , And Yurdakul. Melek, 2021, "The Mediating Role Of Product Innovation On The Relationship Between Marketing Information System And Customer Orientation", Journal Of Economics And Administrative Sciences Vol.27 (No. 130), University Of Baghdad, Iraq.
3. Anna .Papadopoulou, 2020, "Innovation And Firm Performance : The Case Of The Greek Aluminium Industry", Master Thesis, Management, International Hellinc University.
4. Austin, James ,Stevenson, Howard ,Skillern, Jane Wei-, 2012, Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?, conference in Denver, Colorado. , R. Adm., São Paulo, v.47, n.3, p.370-384, jul./ago/set. ISSN 0080-2107
5. Baregheh. A., J. Rowley, and S. Sambrook, 2009, "Towards a Multidisciplinary Definition of Innovation.", Management Decision 47 (8): 1323-1339 .
6. Bosma, Niels ,Kelley, Donna , 2019, Global Entrepreneurship Monitor, Babson College Is A Founding Institution And Sponsor Of The Global Entrepreneurship Monitor (Gem). <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileid=50213>
7. Carland, James W. , Frank Hoy William R. Boulton, Jo Ann C. Carland, 1984, Differentiating Entrepreneurs From Small Business Owners, ?Academy Of Management Review, 1984, Vol. 9, No. 2, 354-359, Academy Of Management Is Collaborating With Jstor To Digitize, Preserve And Extend Access To The Academy Of Management Review.
8. Damanpour, F., Szabat, K.A., Evan, W.M., 1989. The relationship between types of innovation and organisational performance. Journal of Management Studies 26 (6), 587-601.
9. Demircioglu, M. A., Audretsch, D. B., & Slaper, T. F., 2019, Sources of innovation and innovation type: firm-level evidence from the United States. Industrial and Corporate Change, Vol. (28), No., (6), pp. 1365-1379.

10. DÉSIAGE, LIONEL, 2013, What are Entrepreneurs' Objectives When Starting a New Business? TEPP - Institute for Labor Studies and Public Policies, HAL Id: halshs-00809716 <https://shs.hal.science/halshs-00809716> Preprint submitted on 9 Apr 2013
11. Dilli, Selin, Elert, Niklas, Herrmann, Andrea M. 2018, Varieties Of Entrepreneurship: Exploring The Institutional Foundations Of Different Entrepreneurship Types Through 'Varieties-Of-Capitalism' Arguments, Small Bus Econ (2018) 51:293–320 <https://doi.org/10.1007/S11187-018-0002-Z>
12. Džbáňková, Zuzana, Sirůček, Pavel, 2016, The 10th International Days Of Statistics And Economics, Prague, September 8-10, 2016
13. Entrepreneurship: An Occupational Choice Approach, Previous Version Of This Paper Have Been Presented At The 8th Annual Conference For The Academy Of Innovation And Entrepreneurship (Toronto, Ryerson University,) And At Seminars Held At University Of Saarland, University Of Luxembourg, University Of Trento And Bucerius Law School.
14. Fadiah N. et al., 2016. Defining the Concept of Innovation and Firm Innovativeness: A Critical Analysis from Resource-Based View Perspective. International Journal of Business and Management 11 (6), 87-94. <http://doi.org/10.5539/ijbm.v11n6p87>.
15. Fairlie, Robert W., Fossen, Frank M., 2018, Opportunity Vs Necessity Entrepreneurship: Two Components Of Business Creation, IZA - Institute Of Labor Economics, Schaumburg-Lippe Straße 5–9 53113 IZA Dp No. 11258, January 2018, Bonn, Germany.
16. Gallo, Nicholas, 2022, 4 Types of Entrepreneurship: Which One is Right for You, U-M Center for Entrepreneurship, Bonisteel Boulevard 3350 Duderstadt Centre Ann Arbor MI
17. Gunday. Gurhan, Ulusoy. Gunduz, Kilic. Kemal, And Alpan. Lutfihak, 2011, "Effects Of Innovation Types On Firm Performance".
18. Keresztes. Gabor, And Endresz. Marcell György, 2020, "Innovation And Models Of Innovation: A Brief Insight Into The Definition And Different Models Of Innovation", International Scientific Journal "Innovations".
19. Kogabayev. Timur, And Maziliauskas. Antanas, 2017, "The Definition And Classification Of Innovation", Holistica Vol 8, Issue 1.
20. Kotsemir. Maxim, Abroskin. Alexander, Dirk. Meissner, 2013, "Innovation Concepts And Typology – An Evolutionary Discussion", National Research University Higher School Of Economics (Hse).
21. Mishra, Biswo Ranjan 2017, Entrepreneurship development And business Ethics, Utkal University Directorate Of Distance & Continuing Education Bhubaneswar, https://ddce.utkal.ac.in/downloads/ug_slm/commerce/sec_2.pdf
22. Nafula. Kiveu Mary, 2017, "Effect Of Innovation On Firm Competitiveness: A Study Of Small And Medium Enterprises In The Manufacturing Sector In Nairobi City County, Kenya", Doctorate Thesis, School Of Business, Entrepreneurship Development, Kenyatta University.
23. Okyere, Francis, 2017, Relationship Between Entrepreneurship And Small, Medium And Micro Enterprises (Smmes): A Literature Review, The International Journal Of Business & Management (Issn 2321–8916) Vol 5 Issue 9 September, 2017
24. Orianaa. Ciani, Patrizioa. Armeni, Robertaa. Boscolo Paola, Mariannaa. Cavazza, Claudioa. Jommi, and Rosannaa. Tarricone, 2016, "De innovatione: The concept of innovation for medical technologies and its implications for healthcare policy-making", health and policy technology, Vol 5, www.elsevier.com/locate/hlpt.
25. Ottesen. Håkon, and Hasle. Martine Holt, 2019, "Innovation and firm performance A longitudinal study of the Innovation Survey in Denmark", Master Thesis, Applied Economics and Finance, Copenhagen business school.
26. Pedersen. Julie Ugleholdt, 2013, "Creativity In Innovation Processes A Study Of The Influence Of Creativity In The Context Of 'Innovation Inspired By Nature'", Master's Thesis, Organizational Innovation & Entrepreneurship, Copenhagen Business School.
27. Polder. Micheal, leeuwen. George Van, mohnen. Pierre, and Raymond. Wladimir, 2010, "product process and organizational innovation drivers complementarity and productivity effects".
28. Product, process and organizational innovation: drivers, complementarity and productivity effects, 2010, "Product, process and organizational innovation: drivers, complementarity and productivity effects".
29. Tavassoli. Sam, and Karlsson. Charlie, 2015, "Persistence of various types of innovation analyzed and explained", Research Policy, Vol 44, www.elsevier.com/locate/respol.
30. Tosheva. Nigora, And Abdullaeva. Gulchekhra, 2022, "The Concept Of 'Innovation' And Types Of Innovative Technologies", Scientific Progress, Volume 3, Issue 3.
31. Tran, Hien Thu, Carbonara, Emanuela, Santarelli, Enrico, 2017, Determinants Of Novice, Portfolio And Serial
32. Ul Haq, Ehtasham, Iqbal, Shahid, 2022, Moderating Role of Project Manager's Competency on The Relationship of Project Success and Entrepreneurial Orientation: A Study of Information Technology Based, International Journal of Business and Management Sciences Volume 03(01) 2022

33. ul Hassan. Masood, Shaukat. Sadia, Nawaz. Muhammad Saqib, Naz. Saman, 2013, “Effects of Innovation Types on Firm Performance: an Empirical Study on Pakistan’s Manufacturing Sector”, Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences, Vol. 7 (2, <http://hdl.handle.net/10419/188088>).
34. Wolf. Victoria, Dobrucka. Renata, Przekop. Robert, And Haubold. Stephan, 2021, “Innovation Strategies In The Context Of The Paradigm Of The Five Dimensions Of Innovation Strategy”, Scientific Journal Of Logistics, 17 (2), 205-211, <http://www.logforum.net>.