

جامعة الحاج لخضر، باتنة 1

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

امتحان مقياس منهجية البحث العلمي لطلبة السنة الثانية ماستر 2022-2023

التخصص:

رقم التسجيل:

الاسم واللقب: رقم الفوج:

ملحوظة: - يسمح باستعمال كل المراجع التي لها علاقة بالمقياس
- لا يسمح باستعمال الحاسوب والهاتف النقال لأي سبب كان
- الإجابة تكون في الإطار المخصص لها



Contents lists available at ScienceDirect

Innovation and Green Development

journal homepage: www.journals.elsevier.com/innovation-and-green-development



Full Length Article

Financial innovation and digitalization promote business growth: The interplay of green technology innovation, product market competition and firm performance



Jaffar Abbas^{a,*}, Daniel Balsalobre-Lorente^b, Muhammad Asif Amjid^c, Khalid Al-Sulaiti^d, Ibrahim Al-Sulaiti^e, Osama Aldereai^f

^a School of Media and Communication (SMC), Shanghai Jiao Tong University (SJTU), 200240 Shanghai, China

^b Department of Applied Economics, University of Castilla-La Mancha, Spain

^c Department of Economics and Statistics, School of Business and Economics, University of Management and Technology, Lahore, Pakistan

^d Al Kaysun International University College in Partnership with University of Derby UK- Doha, Qatar

^e Newcastle Business School, Northumbria University, Newcastle upon Tyne, United Kingdom

^f Research Department of Bati Al Mashura Finance Consultants, P.O. Box 23471, Doha, Qatar

- Financial innovation and digitalization promote business growth: The interplay of green technology innovation, product market competition
- 1. Introduction
- 2. Literature review
- 3. Methodology
 - 3.1. Variable definition
 - 3.1.1. Product market competition
 - 3.1.2. Firm performance
 - 3.1.3. Mediating variable - digital financial innovation
 - 3.2. Firm performance
 - 3.3. Mediating variable - digital financial innovation
- 4. Results and discussion
- 5. Conclusion and policy recommendations
 - 5.1. Study limitations
 - 5.2. Social implications
 - 5.3. Practical implications
 - 5.4. Study recommendations
- Acknowledgments
- Declaration of competing interest
- References

J. Abbas et al.

Innovation and Green Development 3 (2024) 100111

sustainability (Gbaka et al., 2021; Goshit and Iorember 2020; Iorember et al., 2021). This study focused on learning and exploring more about how businesses might improve sustainable performance (Amjad, Tabbasam, & Habib, 2023), foster ecological responsibility (Guo et al., 2023), and aid in the continuous transformation of the global economy by examining the relationship of these phenomena (Iorember et al., 2021; Jelilov et al., 2020; Usman et al., 2019).

Global competitiveness motivates firms to make different strategies to increase their profits by increasing market shares, consolidating comparative advantage, and improving product efficiency (Goel et al., 2022). When the firm's products face competition with similar firms in terms of price, quality, and features, it attracts more consumers (Meng et al., 2023; Shah et al., 2023; Al-Sulaiti et al., 2023, pp. 1-21). The present study explores the relationship between Product Market Competitiveness (PMC) and firm performance (Abbas et al., 2023a, 2023b; Wang, Cai, & Dong, 2023). Accordingly, PMC shows the ability of a product to compete with other similar products in the market. The Firms that focus on PMC experience higher revenues and profits. Customers are willing to pay more when they perceive better and more value in any firm products than competitors. It increases the demand for the products, which boosts revenue and profitability. Competitive products

of digital financial innovation. There are not many studies available in the literature that examine this kind of relationship. This study tries to achieve three objectives: to explore the role of PMC on firm performance, to investigate the association between PMC and firms' digital innovation, and to explore the mediating role of firms' DFI in determining firm performance.

The following sections are set according to the categories used in the study. The first section of the study provides an introduction, and section 2 discusses the previous literature review. Section 3 details the techniques used to collect the data and conduct the research. It explains comparable econometric methods. In Section 4, this research article summarizes the study's findings, and last section investigates the conclusion and policy recommendations.

2. Literature review

Several literature examined the role of PMC on firm performance (FP). The FP is measured through customer relationships, efficient finance, employee management, and production improvement (Eptein et al., 2004). Peng and Lin (2019) measured FP by ensuring market position, operational results, and profitability. Usually, we use the financial

الإشكالية: في دراسة بعنوان "الابتكار المالي والرقمة لتعزيز نمو الأعمال: التفاعل بين ابتكار التكنولوجيا الخضراء والمنافسة في سوق المنتجات وأداء الشركة" بالاعتماد على إحصائيات من هيئة معتمدة، هذه الدراسة تحاول تحقيق ثلاثة أهداف وهي التعرف على دور القدرة التنافسية لسوق المنتجات على أداء الشركة، والتحقيق في العلاقة بين القدرة التنافسية لسوق المنتجات والابتكار الرقمي للشركات، ومعرفة الدور الوسيط للابتكار المالي الرقمي للشركات في تحديد أداء الشركة. السؤال: إختار المنهجية المناسبة لمعالجة الموضوع في ضوء ما درسته في المحاضرة

- 1- نوع الدراسة تأكيدية (2ن) (يمكن أيضا ان تعتبر دراسة استكشافية ولاكن مع تبرير موافق)
التبرير: الباحثين يوضحون من خلال النص انهم يبدؤون معالجة الاشكالية بالدراسات السابقة في تسليط الضوء على الظاهرة محل الدراسة. ويمكن تبرير الدراسة التأكيدية أيضا من خلال اهداف البحث والتي هي عبارة عن تحقيق في علاقة واختبار الدور الوسيط للمتغير.
2. المنهج استنباطي: (4ن) (يمكن أيضا ان يعتبر منهج استقرائي ولاكن مع تبرير موافق)
التبرير: لان الدراسة تأكيدية فيها يستنبط الباحث فرضيات للإشكالية بغرض اختبارها ميدانيا. وهو انتقال من العام (نظرية السلوك) الى الخاص
3. المقارنة كمية: (4ن)
التبرير: من أهداف الدراسة أولا ومن نوع المعطيات المعتمد عليها، (معطيات إحصائية)
4. الإستراتيجية (لا توجد) (2ن)
التبرير: لأن المعطيات تم الحصول عليها مباشرة من قاعدة بيانات
5. منهج التحليل احصائي او كمي (وصفي، علاقة وانحدار) (4ن)
التبرير من الأهداف ولدراسة الدور والتحقق من المتغير الوسيط يستلزم القيام بهذه التحاليل ويمكن القول أيضا بحكم انها إحصائيات فيلزم التحليل الاحصائي عليها.
6. وحدة التحليل. الشركة: (2ن)
التبرير: القدرة التنافسية للشركة، أداء الشركة والابتكار الرقمي للشركة الخ.....، ومنه فالمعطيات متعلقة بالشركة.
7. نوع المعطيات (أولية او ثانوية) ثانوية: (2ن)
التبرير: لأن الباحثين تحصلوا عليها من قاعدة بيانات مباشرة

بالتوفيق... د. كاهية أحمد شكيب