جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

الموضوع:

الابتكار المالي ودوره في دعم الميزة التنافسية

– دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية– 853–

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص: إدارة أعمال

من إعداد الطالبتين:

- فاطمة حميدية
- كنزة وزاع

تحت اشراف الاستاذ:

أ . د . عبد الرزاق سلام

أعضاء لجنة المناقشة

الإسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د.حيولة إيمان	استاذ محاضرة أ	جامعة المدية	رئيسا
أ.د عبد الرزاق سلام	استاذة محاضرة أ	جامعة المدية	مشرفا ومقررا
د. موساوي وردة	أستاذ التعليم العالي	جامعة المدية	ممتحنا

السنة الجامعية: 2023/2022


بسم الله الرحمن الرحيم



شُكر و عرفان

إن الاعترافه بالجميل لأهلي الفضل واجبه أكيد بسم الله وهبنا العقل لتفكير وحسن التوكل عليه وسبحان الله الذي أنعم علينا الصحة والعافية اللهم نحمدك حمدا طيبا مباركا يليق بجلال وجهك وعظيم سلطانك، أن يسرت لنا القيام بهذا العمل المتواضع والذي من خلاله نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من قدم لنا يد المساعدة من قريب أو بعيد أخص بالذكر أستاذنا الكريم الأستاذ الدكتور عبد الرزاق سلام لإشرافه على هذا البحث وما قدمه من توجيهات قيمة فشكرا على طيبي خاطرك وسعة قلبك وطول صبرك ولايفوتنا أن نشكر كل عمال بنك الفلاحة والتنمية الريفية بوكالة البرواقية الذين لم يبخلوا علينا بتقديم كافة المعلومات والمعطيات

إلى كل أعضاء لجنة المناقشة سننال شرف مناقشتهم لبحثنا فلهم كل الشكر والعرفان على مجمل نصائحهم وتوجيهاتهم وإنتقاداتهم التي ستنير مسارنا العلمي

إهـداء

إذا كان أول الطريق ألم فإن آخره تحقيق حلم، وإذا كانت أول الانطلاقة دمعة فإن نهايتها بسمة، وكل بداية لابد لها من نهاية وهاهي السنوات قد مرت والحلم يتحقق فاللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا لأنك وفقتني لإتمام هذا العمل.

أهدي هذا إلى :

من جعلت الجنة تحت أقدامها . . . . . أمي . . . . . قرة عيني وأعز ما أملك . . . . غاليتي . . . التي سهرت وكانت معي في أسوء حالاتي وظروفي وضغوطاتي يكفي أن تعرفي أن لكي ابنة تنتظر فرصة واحدة لتقدم لك الروح والقلب والعين هدية رخيصة لك لما قدمتيه . . . . . وها اليوم صفقي ، فإبنتك كبرت وأصبحت خريجة . . . . شكرا لك لأنك أنت من صنعتي هذا الاسم حماك الله وأدامك نورا يضيئ حياتي

إلى من فاق حنانه غزارة الأمطار وتحدى صبره مرارة الأقدار، وبنى لي بعطفه قصرا من الأحلام والإسرار أبي الغالي

إلى أمي التي لم تلدني لكن قدمت لي الحب والحنان ولم تفرق يوما بيني وبين بناتها ربي يحفظك ليا ويطول في عمرك

إلى من شملوني بالعطف وأمدوني باعون ، وحفزوني للتقدم إخوتي وأخواتي كل بإسمه(سليمان ، رابح ، رمضان ، علي ، نجيب)

إلى أختي وحبيبة قلبي وأعز ماأملك ياسمين وزوجها حمزة

إلى أختي فاطمة وزوجها وأولادها (محمد ، منى ، ندى ، خالد)

إلى أختي جميلة وزوجها وأولادها (بثينة ، حمزة ، رحيم ، فاتح)

إلى أختي كريمة وزوجها وأولادها (طارق ، تسنيم ، إسراء)

إلى القلب الطيب والحنون أختي الزهرة وزوجها وأولادها (ملاك ، مريم ، غافر ، والتوأم عن قريب أن شاء الله)

إلى عمي وزوجته أطال الله في عمرهما

إلى أعز ما أملك (نادية ، كريمة ، زولة) وحبيبتي فاطمة حميدية .

إلى الكتكوتين: عبد المالك- نور اليقين

إهـداء

ربي لايطيب الليل إلا بذكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب الآخرة ألا بعفوك، ولا تطيب الجنة ألا برؤيتك إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا وحبيبنا محمد ﷺ

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار إلى من علمني العطاء دون إنتضار إلى من أحمل إسمه دون إنتضار أرجو من الله أن يمد عمره ليرى ثمارا قد حان وقت قطافها بعد طول إنتظار، إلى من ينتظر وستبنى كلماتك نجوم أهتدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد والدي العزيز .

إلى ملاكي الجميل في الدنيا إلى من أرضعتني الحب والحنان إلى بسمة الحياة وسر الوجود إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى من بوجودها أكتسب قوة ومحبة لاحدود لها صاحبة القلب الناصع البياض أمي الحبيبة

إل سكر الحياة إلى الأيادي الصغيرة التي أنس بها من وحشة العالم إلى النفوس الطاهرة إلى البراءة التي تزين عالمي إبني أحمد، جواد، ثراء، إلين، رفيف

إلى أراء التفاءل بأعينهم والسعادة ضحكتهم إلى الأوجه المفعمة إلى السند أخي وأخواتي إلى من تحلو بالإخاء وتميزو بالوفاء إلى من كانو معي على طريق النجاح والخير وفي المسار الدراسي زملائي قسم إدارة الأعمال إلى حبيبتي كنزة

فاطمة

المستخلص :

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور الابتكار المالي في دعم الميزة التنافسية وكيفية التأثير عليها، من خلال التعرف على مختلف المفاهيم النظرية للابتكار المالي والميزة التنافسية ومعرفة الخدمات المالية ودورها في الرفع من قدرة الميزة التنافسية ، ولتحقيق أهداف الدراسة تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي ، حيث قامت الطالبتين بتصميم الاستبيان وتم توزيعه على عينة عشوائية مكونة من 37 فردا

وتوصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن الابتكار المالي في البنوك يعد من أهم العوامل المؤثرة على الميزة التنافسية والتعزيز من قدرتها، حيث هذه الأخيرة تشير إلى أن عنصر الاختلاف والتميز الذي تمتلكه المؤسسة مقارنة بمنافسيها والذي يعد مقوما لتنافسيتها .

الكلمات المفتاحية : الابتكار المالي، الميزة التنافسية، بنك الفلاحة والتنمية الريفية

Abstract:

This study aimed to know the role of financial innovation in supporting the competitive advantage and how to influence it, by identifying the various theoretical concepts of financial innovation and competitive advantage and knowing financial services and their role in raising the competitive advantage to achieve the objectives of the study we followed the descriptive analytical approach the female student designed the questionnaire and distributed it to a random sample of 37 individuals .

Through this study, we concluded that financial innovation in banks is one of the most important factors influencing the competitive advantage and enhancing its ability, as the latter indicates that the element of difference and distinction that the institution possesses compared to its competitors, which is a component of its competitiveness .

Keywords: financial innovation, competitive advantage, Bank of Agriculture and Rural Development

فهرس المحتويات

الفهرس

العنوان	الصفحة
شكر وعرفان	–
الإهداء	–
المستخلص	–
فهرس المحتويات	I
قائمة الأشكال	III
قائمة الجداول	IV
قائمة الملاحق	V
مقدمة	أ–ز
الفصل الأول: الإطار النظري لابتكار المالي	
تمهيد	02
المبحث الأول: ماهية الابتكار المالي	**09-03**
المطلب الأول: نشأة وتطور الابتكار المالي	03
المطلب الثاني: تعريف الابتكار وأنواعه	05
المطلب الثالث: تعريف الابتكار المالي	08
المبحث الثاني: أساسيات حول الابتكار المالي	**17-10**
المطلب الأول: أهمية وعوامل ظهور الابتكار المالي	10
المطلب الثاني: أسباب اللجوء إلى الابتكار المالي	12
المطلب الثالث: نظريات الابتكار المالي	13
المبحث الثالث: نتائج وتقييم الابتكار المالي	**24-18**
المطلب الأول: تقسيمات الابتكار المالي	18
المطلب الثاني: نتائج الابتكار المالي	20
المطلب الثالث: تقييم الابتكار المالي	22
خلاصة الفصل الأول	25

الفصل الثاني: الاطار النظري للميزة التنافسية	
تمهيد	27
المبحث الأول: ماهية الميزة التنافسية	**38-28**
المطلب الأول: تعريف الميزة التنافسية وأهميتها	28
المطلب الثاني: أنواع ومصادر الميزة التنافسية	31
المطلب الثالث: خصائص الميزة التنافسية	37
المبحث الثاني: أهداف ومحددات الميزة التنافسية	**44-39**
المطلب الأول: أسباب الميزة التنافسية	39
المطلب الثاني: أهداف الميزة التنافسية	40
المطلب الثالث: محددات الميزة التنافسية	41
المبحث الثالث: أبعاد ومؤشرات الميزة التنافسية	**50-45**
المطلب الأول: أبعاد الميزة التنافسية	45
المطلب الثاني: معايير التحكم في الميزة التنافسية	46
المطلب الثالث: مؤشرات الميزة التنافسية	47
خلاصة الفصل	51
الفصل الثالث: **دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفيةBADR**	
تمهيد	53
المبحث الأول: البطاقة الفنية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية	**62-54**
المطلب الأول: تقديم عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية	54
المطلب الثاني: تقديم عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية –البرواقية – 853	59
المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية	60
المبحث الثاني: عرض وتحليل الدراسة التطبيقية	**71-63**
المطلب الأول: منهجية، ومجتمع عينة الدراسة	63
المطلب الثاني: أدوات الدراسة	63
المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة	66

المبحث الثالث: تحليل ومناقشة النتائج	**85-72**
المطلب الأول: التحليل الوصفي لنتائج الدراسة	72
المطلب الثاني: التحليل الوصفي لمحاور الدراسة	77
المطلب الثالث: اختيار فرضيات الدراسة	79
خلاصة الفصل	86
الخاتمة	88
قائمة المصادر والمراجع	91
الملاحق	101

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1-1	تصنيف الابتكارات المالية حسب perez عام 2002	19
1-3	الخيارات المكونة لمقياس ليكرت الرباعي	64
2-3	قيمة الوسط المرجح ودرجات الموافقة لعينة الدراسة	65
3-3	اختبار الاتساق الداخلي للعبارات ومحور الابتكار المالي	66
4-3	اختبار الاتساق الداخلي للعبارات وبعد التكلفة	68
5-3	اختبار الاتساق الداخلي للعبارات وبعد الجودة	68
6-3	اختبار الاتساق الداخلي للعبارات وبعد المرونة	69
7-3	اختبار الاتساق الداخلي للعبارات وبعد الابتكار	70
8-3	اختبار الثبات لأداة الدراسة	70
9-3	اختبار التوزيع الطبيعي .	71
10-3	تمثيل أفراد العينة حسب متغير الصنف	72
11-3	تمثيل أفراد العينة حسب متغير العمر	73
12-3	تمثيل أفراد العينة حسب المستوى العلمي	74
13-3	تمثيل أفراد العينة حسب المستوى الوظيفي	75

14-3	تمثيل أفراد العينة حسب مستوى سنوات الخبرة	76
15-3	المؤشرات الإحصائية لوصف محور الابتكار المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .	77
16-3	المؤشرات الإحصائية لوصف أبعاد محور الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية	78
17-3	اختبار الانحدار البسيط للابتكار المالي على تخفيض التكلفة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية	79
18-3	اختبار الانحدار البسيط للابتكار المالي على تحقيق الجودة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية	81
19-3	اختبار الانحدار البسيط للابتكار المالي على زيادة المرونة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية	82
20-3	اختبار الانحدار البسيط للابتكار المالي على تحقيق الابتكار لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية	83
21-3	اختبار الانحدار البسيط للابتكار المالي على دعم الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية	84

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
1-2	مصادر الميزة التنافسية	37
2-2	دورة حياة الميزة التنافسية	42
3-2	مؤشرات الميزة التنافسية	50
1-3	الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية	62
2-3	تمثيل أفراد العينة حسب متغير الصنف	72
3-3	تمثيل أفراد العينة حسب متغير العمر	73
4-3	تمثيل أفراد العينة حسب متغير المستوى العلمي	74

5-3	تمثيل أفراد العينة حسب متغير المستوى الوظيفي	75
6-3	تمثيل أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة	76

قائمة الملاحق:

رقم الملحق	العنوان	الصفحة
(01)	استمارة البحث	101
(02)	قائمة الأساتذة المحكمين	105

مع انفتاح الأسواق وتزايد المنافسة العالمية زادت أهمية الابتكار الذي يلعب دورا مهما في التنمية الاقتصادية ، علاوة على دوره في دعم مستويات الإنتاجية والتنافسية وخدمات استدامة النمو الاقتصادي .

فقد شهد القطاع المالي والمصرفي على المستوى العالمي منافسة شديدة ، بحيث أصبح التميز فيها لمن يمتلك الإمكانات التي تسمح له بتقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية وبأسعار تنافسية، تميزها عن المنافسين وتلبي حاجات المتعاملين ورغباتهم قصد مواكبة العصر الراهن الذي تميز بسرعة إيقاع الابتكارات وعلى وجه الخصوص الابتكار المالي ، فكل مؤسسة مالية تسعى لأجل الريادة والنمو والوصول إلى أعلى قمة يمكن الوصول لها أو بلوغها على غرار البيئة الناشطة فيها وما يسودها من منافسة، و لذالك في هذه الأيام تتوجه المؤسسات إلى أيّة إجراءات معيارية لتحقيق ميزتها التنافسية لأنه إذا ماتم تحقيق ميزتها فإنها تحقق مكاسب عدة وهذا مادعى لإهتمام الشركات بها، لدورها في زيادة قيمتها السوقية وتعظيم ثروة مالكيها إضافة إلى الإستمرار في العمل والمحافظة على الأداء المالي .

وحتى تستطيع البنوك التجارية المنافسة فهي بحاجة إلى وجود ابتكارات مالية تنسجم مع خصوصيتها في جانب العمل البنكي ، حيث أصبح أمر حتمي وأحد مقاييس الأداء والميزة التنافسية للمؤسسات المالية ، يستوجب على البنوك إعتمادها من أجل البقاء والنمو والإستمرار فالسوق على المستوى المحلي أو الدولي ، بإعتبار البنوك التجارية المحرك الرئيسي للنشاط الإقتصادي .

وتأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على أهمية الابتكار المالي وعلاقتة بالميزة التنافسية ودوره الفعال عليها .

1- إشكالية الدراسة:

من خلال ما تقدم تبلور الإشكالية التي سنحاول الإجابة عليها من خلال الدراسة والتي يمكن صياغتها على النحو التالي:

ما مدى مساهمة الابتكار المالي في دعم الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية؟

وللإحاطة بالموضوع أكثر تمت تجزئة الإشكالية الرئيسة إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية كما يلي :

- ماهي الأهمية النسبية لأبعاد الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية ؟
- هل هناك علاقة بين الابتكار المالي والميزة التنافسية ؟
- هل للابتكار المالي دور في اكتساب الميزة التنافسية واستدامتها في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ؟
- هل يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على دعم الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية ؟

2- **الفرضيات:**

-توافر أبعاد الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وهذا مايشير إلى إمتلاك البنك لميزة تنافسية جيدة .

- نعم توجد علاقة طردية بين الابتكار المالي والميزة التنافسية .

- نعم للابتكار المالي دور كبير في اكتساب المؤسسة للميزة التنافسية المستدامة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية .

- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على دعم الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

3- أهمية الدراسة :

تكمن أهمية البحث خصوصا في

- أهمية موضوع الابتكار المالي ودوره في دعم تنافسية البنوك الفلاحية
- ارتباط الموضوع بالمؤسسات المالية والمصرفية التي تعد أحد الركائز الأساسية لأي نظام مالي في اقتصاد أي دولة، والتي تسعى الدولة جاهدة لتطوير وتعزيز نشاطه .
- تناوله لأحد المواضيع التي تلقى اهتمام كبير جدا في البنوك على اختلاف أنواعها والذي يتمثل في الابتكار المالي .
- لفت الانتباه إلى أهمية الابتكار المالي .

4- أهداف الدراسة :

- معرفة مستوى الاهتمام بالابتكار المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية .
- محاولة إبراز دور الابتكار كخيار استراتيجي فعال لدعم المزايا التنافسية بالنسبة للمؤسسات المالية ونشر ثقافة الابتكار بينهما .
- دعم المكتبات بمرجع إضافي في هذا الموضوع .

5- دوافع اختيار الموضوع :

إن اختيار موضوع دور الابتكار المالي في دعم الميزة التنافسية ناتج عن عدة عوامل منها :

- تخصص في إدارة الأعمال .
- محاولة توضيح بعض المفاهيم المختلفة التي عادة يتم الخلط بينهما كالابتكار الإبداع، الاختراع .
- حداثة الموضوع وأهميته لدى المؤسسات المالية .
- الرغبة في البحث في مجال المؤسسات المالية .

6- الدراسات السابقة :

لقد تم الاعتماد على العديد من الدراسات الجامعية في هذا البحث نذكر التالي :

بوعبة عبد الوهاب دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة اتصالات الجزائر الهاتف النقال موبيليس)،مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل درجة الماجستير في علوم التسيير ، جامعة منتوري قسنطينة ،2011- 2012، هدفت هذه الدراسة على دراسة الابتكار في المؤسسات الاقتصادية وابراز دوره في دعم الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية بصفة عامة وكذا ابتكار منتجات جديدة وأهميتها في تحسين أداء المؤسسة، ومدى الحاجة إليه باعتباره أحد عوامل التميز، وتوصلت الدراسة إثبات ضرورة ابتكار المنتجات الجديدة كالستراتجية لكل مؤسسة تسعى إلى النجاح والبقاء في السوق ومن خلال إتصالات الجزائر الهاتف النقال موبيليس كنموذج تعمل على إبتكار منتجات جديدة كوسيلة تمكنها من البقاء في الزخم التنافسي الذي أصبح يميز بيئتها لحماية الوضعية السوقية التي تحتلها .

- بوعقال إيمان، أثر الابتكار التسويقي على الميزة التنافسية للبنوك التجارية (دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية)، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، 2016-2017، هدفت هذه الدراسة إلى تحليل علاقة الابتكار التسويقي للبنوك التجارية على المزايا التنافسية، حيث تطرقت إلى عرض أهم المفاهيم المتعلقة بالابتكار التسويقي والميزة التنافسية، ولمعالجة الموضوع من الناحية التطبيقية تم دراسة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عين البيضاء " BADR325 ووكالة أم البواقيBADR 324 وتوصلت الدراسة أن الابتكار التسويقي المتمثل في ابتكار المزيج التسويقي له أثرا موجبا على الميزة التنافسية للبنك.

- الطالب داود أيوب، أثر الابتكار المالي على تطوير المنتجات المالية بالمصارف

الإسلامية (دراسة ميدانية على منتجات مصرف السلام في وكالة مسيلة)،مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية ،جامعة محمد بوضياف ،2019-2020، هدفت هذه الدراسة إلى توضيح معرفة أثر الابتكار المالي على تطوير المنتجات المالية في مصرف السلام ، اعتمد الباحث عبر سبر الأراء عينة عشوائية مكونة من موظفين وزبائن المصرف وكذا أساتذة وباحثين و وتوصلت هذه الدراسة إلى أنه يوجد إثر ذو دلالة إحصائية للابتكار المالي على تطوير منتجات مصرف السلام، يتمثل في استحداث منتجات تلبي احتياجات العملاء والمتعاملين كبديل للمنتجات التقليدية.

-شرفي آسية الابتكار المالي كمدخل لاكتساب الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية العاملة، دراسة ميدانية للبنوك الإسلامية العاملة في الجزائر، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في العلوم الاقتصادية ،جامعة المدية 2020-2021، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أهمية الابتكار المالي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية العاملة في الجزائر ومستوى الاهتمام به والوقوف على مستوى الاهتمام به، حيث تطرقت للوقوف على أهمية الابتكار المالي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية، التي كانت محل الدراسة الميدانية التي قمنا بها من أجل إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي وتوصلت إلى وجود أثر للابتكار المالي بأبعاده في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية.

- سهام أحمد محمد علوان، إدارة الذكاء التنافسي كآلية إستراتجية لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة بالجامعات المصرية، ومواجهة تحديات فيرويس كورونا "COVID 19 " عدد مارس ج 2، 2021، هدفت هذه الدراسة إلة كيفية الاستفادة من إدارة الذكاء التنافسي لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة للجامعات المصرية بإعتبارها آلية لمواجهة مختلف التحديات، حيث تطرقت إلى جمع وتحليل المعلومات والبيانات التربوية المتعلقة بالذكاء التنافسي وإدارته وعملياته، وكذا تطرق للميزة التنافسية المستدامة بأبعادها بالجامعة، وفي النهاية توصلت الدراسة إلى تصور لإنشاء وحدة لادارة عمليات الذكاء التنافسي بالجامعة مع تقديم مجموعة

من الاجراءات المقترحة لنجاح تنفيذ هذه الوحدة في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة للجامعة في مواجهة مختلف الأزمات والتحديات .

– وأهم ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة أنها تعد من الدراسات القلائل التي تطرقو إليها .

– معظم الدراسات السابقة مست البنوك الإسلامية أما دراستنا فقد خصت بالذكر البنوك التجارية (بنك BADR)،

– معظم الدراسات السابقة أجريت في الفترة مابين 2012 م إلى 2022م بينما الدراسة الحالية فهي حديثة أجريت لهذا العام 2023 .

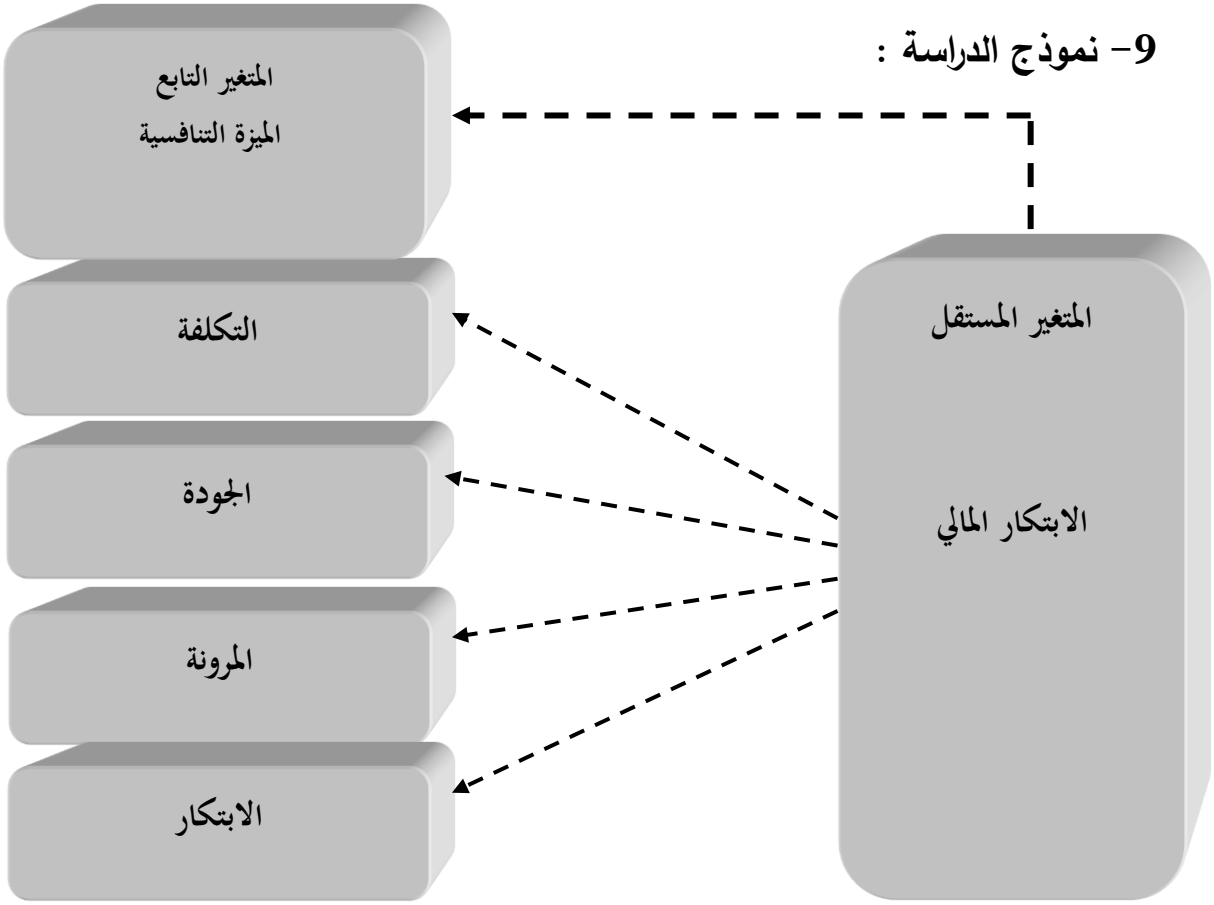
7– حدود الدراسة: يتمثل في الإطار المكاني والزماني للدراسة فيما يلي :

- **الحدود المكانية:** تم إجراء الدراسة الميدانية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .
- **الحدود الزمانية:** امتدت الدراسة الميدانية من20 أفريل إلى 5ماي 2023.

8– منهج الدراسة والأساليب المراد اعتمادها في جمع البيانات :

تماشيا مع متطلبات الدراسة تم الاعتماد في الجزء النظري على المنهج الوصفي الذي يقوم على جمع البيانات والمعلومات، بهدف سرد الأفكار والمفاهيم المتعلقة بالموضوع . أما في الجانب التطبيقي تم الاعتماد على المنهج الاستقرائى " في دراسة ميدانية لإسقاط ماتم الوصول إليه نظريا من خلال استخدام بعض الأساليب الإحصائية المعتمدة في برنامج SPSS .

9- نموذج الدراسة :



10- هيكل البحث:

للإحاطة بهذه الدراسة و الإجابة على الإشكالية المطروحة ومعالجتها تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول:

الفصل الأول الذي كان بعنوان الإطار النظري للابتكار المالي وتضمن ثلاث مباحث الأول خاص بماهية الابتكار المالي حيث تشمل نشأة وتطور الابتكار المالي وتطرقنا إلى تعريف الابتكار مع ذكر أنواعه لخلق الفرق بين المفاهيم (الابتكار، الابتكار المالي) . أما المبحث الثاني فقد حاولنا الإحاطة بأساسيات حول الابتكار المالي من أهمية وعوامل وكذا أسباب اللجوء إليه، ذاكرين لأهم النظريات المتعلقة بالابتكار المالي في حيث تناول المبحث الثالث أهم التقسيمات للابتكار المالي للخروج بنتائجه التي تمكننا من تقييم الابتكار المالي .

كما سنتناول قي الفصل الثاني الحديث عن الميزة التنافسية وذالك من خلال دراسة أهم الجوانب المحيطة بها من تعريف، أهمية، أنواع، مصادرها وخصائصها ثم الانتقال إلى الأهداف ومحدداتها كما تطرقنا في المبحث الثاني إلى دوافع وأسباب إكتساب الميزة التنافسية مع معايير التحكم بها ومؤشراتها

الفصل الثالث: تم تخصيصه للدراسة الميدانية حول الابتكار المالي ودوره في دعم الميزة التنافسية حيث تم في المبحث الأول تقديم بطاقة فنية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، كما تناولنا في المبحث الثاني عرض الدراسة التطبيقية من حيث منهجية الدراسة والتعريف بميدان الدراسة وفي الأخير تم تحليل النتائج واختيار الفرضيات .

تمهيد

يعمل الابتكار المالي على جعل المؤسسات المالية متواجدة بشكل فعال في السوق المالي، لما فيه من تجديد لمنتجاته المالية التي تلبي الاحتياجات التمويلية المعاصرة، كالأدوات المالية المستقبلية وصناديق الاستثمار .

لقد تنامى الابتكار المالي بشكل كبير كونه يحقق عملية التفكير الخلاق في المؤسسات المالية والذي يقود إلى تحقيق أرباح عالية . كما يعد أحد القوى المؤثرة المهمة في البيئة المالية وفي الأسواق المالية (البورصات) من حيث تأثيره على طبيعة الأدوات المتاحة والتنظيم والأنشطة والخدمات المقدمة إلى الجمهور فضلا عن نوعية الكفاءات البشرية المطلوبة .

حيث يستعرض هذا الفصل:

- ماهية الابتكار المالي .
- أساسيات حول الابتكار المالي.
- تقسيمات ونتائج الابتكار المالي

المبحث الأول: ماهية الابتكار المالي

إن من الأمور المهمة التي تحتاج إلى الكثير من العناية من قبل المؤسسات بشكل خاص والحكومات بشكل عام الابتكار، ونظرا للمشاكل التي تمس أنشطة ومجالات كثيرة ومنها المجال المالي الذي يمثل عصب الاقتصاديات الحديثة فقد عرف الابتكار المالي نموا ملحوظا وقفزات نوعية خاصة في الدول الغربية معلنة ميلاد صناعة جديدة في عالم الاقتصاد.

المطلب الأول : نشأة وتطور الابتكار المالي

الفرع الأول : نشأة الابتكار المالي

عمليات الابتكار المالي ترجع إلى العصور القديمة، فأول أشكال الابتكار المالي في العصور القديمة هو عملية القروض الأحادية من شخص لآخر، وهناك أدلة على أن القروض استخدمت في الحضارات القديمة وأنها تطور طبيعي لأقسام المخاطر وفي روما القديمة تطورت الأعمال المصرفية إلى مدى بعيد فقد عرفت قبول الودائع وإقراض النقود وظهور الصيارفة لم تكن من المسائل التي تحتاج إلى إقامة الدليل على صحتها، فمن الثابت من الوثائق التاريخية للعصور الوسطى أن الكنائس كانت تدخر مكتنزات من النقود المعدنية والحلي والذهب والفضة، وكان يجري إقراضها للأمراء والحكام الذين كانوا في حاجة إلى النقود إما للقيام بالحروب أو التحقيق من أثار المجاعات .

ومن وجهة نظر **ميرتون نيلر** أن الفترة من منتصف الستينيات إلى غاية منتصف الثمانينات كانت فترة فريدة من نوعها، فقد شهدت العديد من الابتكارات المالية أكثر من أي فترة فقد طورت الأسواق المالية، العديد من المنتجات المالية الجديدة لنقل المخاطر والتجارة وتبادل الأموال ويرى بأن الابتكار المالي هي الفترة الدافعة للنظام المالي العالمي لرفع مستوى الكفاءة الاقتصادية من خلال اقتسام المخاطر وتحقيق تكاليف الخدمات أما الأداتان

الماليتان المهمتان وهما الأسهم والسندات فكلاهما إقترن ظهورها بظهور شركات المساهمة وتقدم الفن الإنتاجي وتم تطويرها في القرن السادس عشر، وبذالك توسع سوق الطرح الأولى بعد الحرب العالمية الثانية إلى القدرة على تمويل التصنيع على نطاق واسع فظهرت أسواق جديدة في العديد من المجالات كالطيران والسيارات والترفيه مما جعل الولايات المتحدة تدفع بنموها الاقتصادي نحو الاستثمارات الرأسمالية الضخمة.[1]

الفرع الثاني : تطور الابتكار المالي

ظهرت الابتكارات المالية الجديدة في تطوير التجارة العالمية في القرن السابع عشر بعد توقيع معاهدة ويستفاليا(Westphalia 1648) التي انتهت بموجبها حرب الثلاثين عاما، وانقسمت على إثرها الإمبراطورية الرومانية المقدسة إلى حوالي ثلاثمائة كيان سياسي ذات سيادات مستقلة، فظهرت الحاجة لتمويل هذه الأمم والولايات والأقاليم، جنبا إلى جنب مع المؤسسات الاقتصادية .

خلال حرب الثلاثين عاما نجح الهولنديون في إقامة أسطول تجاري مزدهر، وتمويل تجارة مزدهرة من خلال التجارة بعيدة المدى عن طريق بحر البلطيق . هؤلاء التجار الأثرياء قللوا من الحاجة إلى السيولة عن طريق إصدار إيصالات التجارة السائلة المدعومة بنظام موحد للدفع في هولندا . وكان هذا فجر المالية العامة الحديثة، كما تم استحداث أدوات الدين المدعومة من الضرائب المخصصة لغرض معين، فأدى الطلب على رأس المال إلى ظهور شركات المساهمة وأسواق الأوراق المالية المنظمة الأولى في العالم . [2]

---

[1] فايزة مخالفة، مريامة رويبح، الابتكارات المالية وأثرها على الاستقرار المالي العالمي، دراسة حالة الاقتصاد الأمريكي، مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل ، 2018-2019، ص03

[2] نوال بوعكاز، حدود الهندسة المالية في تفعيل استراتجيات التغطية من المخاطر المالية في ظل الأزمة المالية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص دراسات مالية ومحاسبية معمقة، جامعة فرحات عباس، سطيف ، 2010-2011، ص07

وهناك العديد من النظريات حول أسباب وجود ونشوء الابتكار المالي، لكن يمكن تلخيصها في أنها استجابة لقيود معينة تعوق عن تحقيق الأهداف الاقتصادية، كالربح والسيولة وتقليل المخاطرة ، هذه القيود قد تكون قانونية، مثل منع عقود أو تعاملات معينة قانونيا، أو قيود تقنية مثل صعوبة نقل منتجات معينة، أو تحويل مواد إلى أخرى، أو قيود اجتماعية، مثل تفضيل نوع معين من المنتجات المالية على أخرى ، ويعد السبب الرئيسي لظهور الابتكارات المالية منطلق الحاجة أم الاختراع ، فالحاجة لتجاوز هذه القيود لتحقيق الأهداف الاقتصادية هي التي تدفع المتعاملين للابتكار والاختراع، كما هو شأن النشاط البشري في سائر أوجه الحياة الإنسانية . [1]

المطلب الثاني :مفهوم الابتكار وأنواعه

الفرع الأول: مفهوم الابتكار

لغة : يشير إلى أن الابتكار فعل يدلّ على الوقت ويستدلّ مما سبق أن ابتكر و ابتكارا إنما هما كلمتان متعلّقتان بالفعل أو النشاط من حيث وقت إتيان الفرد له . [2]

واصطلاحا :يعرف الابتكار حسب المفهوم الشائع والأكثر تداولا إلى أنه التوصل إلى ما هو جديد وأيضا أنه فكرة جديدة أوتغيير جديد بالنسبة للفرد الذي يتبناها [3]

الابتكار :هو التوصل إلى ما هو جديد بصيغة التطور المنظم، والتطبيق العملي لفكرة جديدة وهو لا يتوقف عند الفكرة لان ذالك اختراعا ولا عند تعديلها وتحسينها لأن ذالك إبداعا، وإنما

[1] سهام عيساوي، دور تداول المشتقات المالية في تمويل أسواق رأس المال الفرنسي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاديات النقود البنوك والأسواق المالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، 2014-2015'ص41'42

[2] ايهاب طلعت عبد الخالق، الهندسة المالية المعاصرة، المركز العربي لنشر والتوزيع ، ص 73

[3] سناءفرحات، الابتكارات اللغوية في ظل أزمة كوفيد 19، دراسة معجمية دلالية، مذكرة ماستر لغة وأدب عربي دراسات لغوية لسانيات تطبيقية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020-2021، ص10

تعدى إلى التطبيق العملي لتحقيق هدفه وطرحه في السوق وذالك بعد تحسينه وإضافة كل ما هو جديد ليصبح بذالك تحسينا . [1]

الفرع الثاني :أنواع الابتكار

اختلف الاقتصاديون في تحديد أنواع الابتكار في المؤسسة لأن عددها في تزايد مستمر الذي يمكن تقسيم أنواع الابتكار حسب ما يلي .

أولا :حسب طبيعة الابتكار

1. **الابتكار في المنتوج:**يتعلق بتطوير منتجات أو خدمات جديدة لأول مرة أو تحسين وتطوير منتجات وخدمات قديمة [2] . من خلال إحداث تغييرات في العناصر المكونة له لأنه لا يمكن لأي منتوج أن يستمر في السوق لمدة طويلة أو تحسين نتيجة تغيير حاجات ورغبات الزبائن لأن كل مؤسسة لا تطور أو تحسن منتجاتها ستواجه خطر الفشل والانهيار مقارنة بالمؤسسات الموجودة في السوق . [3]
2. **الابتكار التسويقي** :هو تنفيذ طريقة جديدة للاستغلال التجاري، الذي ينطوي على تغييرات كبيرة في التصميم والتغليف أو الترويج أو التسعير وهو موجه نحو العميل والسوق ويهدف إلى تحسين المبيعات وحصة السوق وقد يكون هذا تغييرا في التصميم والتعبئة والتغليف والترويج ووضع منتج أو في طرق تسعير السلع والخدمات ومثال على ذالك : تحسين صورة المنتجات، أو تطوير طريقة جديدة لجعلهم معروفين بشكل أفضل [4] .

---

[1] حامد وردين ، دور الابتكار التكنولوجي في تحقيق التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، الجزائر، ص78

[2] مريم نوال، أهمية الإبداع والابتكار في تعزيز جودة الخدمات البنكية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق، جامعة الجيلالي ليابس، سيدي بلعباس، 2015-20160ص106

[3] نجاة كحموص، مروة قرص، دور الإبداع والابتكار في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة اتصالات الجزائر، ميلة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص، إدارة أعمال، جامعة عبد الحميد بوالصوف، ميلة، 2020-2021، ص 8

3. **ابتكار العملية** : تعرف العملية بأنها سلسلة من المهام أو النشاطات التي تنجز من قبل مجموعة متكاملة من الأفراد والمعدات والأدوات، أي تعمل على تحويل المدخلات إلى مخرجات من خلال تلك السلسلة من الإجراءات والنشاطات المنجزة في المؤسسة، بحيث أن هذه النشاطات تولد قيمة الزبون، إذ يبدأ ابتكار العملية بالإدراك الجيد إلى من هم زبائن العملية وما الذي يتوقعونه منها وتكون الابتكارات المالية فيما يلي :

- **تحسن عملية إنتاجية قائمة** :وتعني تحسين الإجراءات، والنشاطات، والأساليب والطرائق وأداء العملية الإنتاجية (الموارد، الآلات، الطرائق، الأساليب والأفراد)فقد يكون الهدف تقليل تكاليف العمليات أو تحسين جودة المخرجات أو زيادة الطاقة الإنتاجية .
- **تصميم عملية إنتاجية جديدة** :لقد تباينت أراء الباحثين في تحديد مفهوم تصميم العملية فقد ربط كل من vonderembers و white تصميم العملية بكيفية صنع المنتج، ولقرار تصميم العملية مكونات :مكون تقني أو هندسي، مكون اقتصادي من ناحية الحجم .

4 . **الابتكار التنظيمي:**

يشير الابتكار التنظيمي إلى تطبيق طرق تنظيمية جديدة في الممارسات الأعمال، أو تنظيم مكان العمل او العلاقات الخارجية . يمكن أن تهدف الابتكارات التنظيمية إلى زيادة أداء المؤسسة عن طريق خفض التكاليف الإدارية وتكاليف المعاملات، وتحسين الرضا في مكان العمل (وبالتالي رفع إنتاجية العمالة)، والحصول على الأصول غير القابلة للتداول (مثل المعرفة الخارجية غير المقننة)أو خفض تكاليف التوريد . [1]

ثانيا حسب درجة الابتكار:للتمييز بين الابتكارات وفقا لدرجة الحداثة في المنتج الجديد أو العملية الجديدة قسمت الدراسات البحثية الابتكار إلى ابتكار تدريجي وجذري

---

[1]حامدي أحلام، دور الابتكار في تحسين الميزة التنافسية في ظل مبادئ المسؤولية المجتمعية، دراسة حالة بعض المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ، تخصص، علوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف 1، 2019-2020 ص6

- ✓ الابتكارات التدريجية :هي المنتجات أو العمليات التي يتم تعديلها من خلال تعزيز التكنلوجيا القائمة ولكنها تستهدف العملاء .
- ✓ الابتكار الجدري :هو سلعة جديدة تماما تحل محل سلعة قائمة ؛وتكاد تنفرد المؤسسات الكبيرة، لارتكازه على الاختراع والتقنية العالية وهو أكثر ندرة وقلما يكون في متناول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلا من خلال العمل الجماعي، بالاشتراك في تحمل التكاليف وبعد سنوات من الجهود . [1]

المطلب الثالث :تعريف الابتكار المالي

تعددت المفاهيم واختلفت حول مصطلح الابتكار المالي، نظرا لما يتخلله من معاني تابعة بالأساس من المجال الذي تدور حوله فقد حظي الابتكار المالي اهتمام العديد من الباحثين .

حيث نجد التعريفات المالية للابتكار المالي مشتقة بشكل أساسي من رأي "جوزيف ألويس شوميز "في كتابه نظرية التنمية الاقتصادية عرفه بأنه يشير إلى إنشاء وظيفة إنتاج جديدة، أي مزيج جديد من عناصر الأعمال [2]

ويعرف كذالك بأنه "عملية تكرارية لتطوير وإنتاج وتقديم منتوج جديد إلى السوق"[3]

ويعرف كل من(FRAME &WHITE):الابتكار المالي على انه منتج وابتكار تنظيمي يسمح بتخفيض التكلفة أو الخطر بالنسبة للبنك أو تحسين الخدمات بالنسبة للنظام المالي ككل[1] .

---

[1] أحمد كعرار، دور إدارة الابتكار في المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة سامسونغ أنجنيرينغ، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجيستير، تخصص إدارة أعمال الإستراتجية والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس سطيف، 2011-2012، ص59

[2] Boli and Zeshui ,Xu Aconprehensive bibliometric analysis of finnancia, l innovation Econonic research-Ekanomska Istrazivanga, /17 MARS ,2021, P :582

TO LINK TO THIS ARTICL : http://doi . org/10-1080/133677x . 2021 . 1893203

[3] Mohammed G, . Negad Researsh on financial innovation : Interdisciplinary review Gabelli school of busness fordham univercity Ney York U . S . A International Gournal of Bank Marketing, Vol 40 . N3 . 2022 . PP:578-612

كما عرف الابتكار المالي : هو قدرة البنك على التوصل إلى ماهو جديد غير مألوف وغير متداول أو إعادة التطوير ما هو مطبق، بحيث يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق والميل نحو تقديم منتجات وخدمات تقنية مالية مصممة خصيصا لتلبية حاجيات العملاء [2] .

وعرف أيضا بأنه تصميم وتطوير أدوات وآليات تمويلية متميزة عن تلك الأدوات والآليات السائدة من حيث المصداقية والكفاءة الاقتصادية والمثالية والميزة التنافسية، وصياغة حلول إبداعية معقولة للمشاكل والتحديات واستغلال الفرص التمويلية، كل ذالك في إطار المعايير والضوابط الشرعية[3] .

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف الابتكار المالي:

هو عملية فكرية مبتكرة لإنشاء وتطبيق النظرية وتطوير الأدوات المالية، لإيجاد الحلول للمشاكل المعقدة والمساهمة في إحداث تغيير نوعي في المجالات المالية الشاملة (المستوى الكلي والجزئي) بغية تحقيق الثروة المرجوة .

---

[1] جميلة بختي، إدارة الإبداع والابتكار، ملزمة دروس في مقياس إدارة الإبداع والابتكار، مقدمة لطلبة ماستر إدارة أعمال، تخص علوم التسيير، جامعة مصطفى أسطمبولي بمعسكر ، 2021-2022، ص72

[2] بن براهيم الغالي، تشخيص واقع الابتكار المالي في ظل الصناعة المصرفية الإسلامية، مجلة العلوم النسانية، العدد 40، جوان 2015، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص54

[3] علي محمد أحمد أبو العز، الابتكار في صيغ التمويل الأسلامي، مشروع كتاب الاقتصاد الإلكتروني المجاني، منشورات مركز أبحاث فقه المعاملات الاسلامية، 2016، ص 141

المبحث الثاني: أساسيات حول الابتكار المالي

أصبح ينظر للابتكار المالي منذ عقود قليلة ماضية أنه هو الذي ينشأ الثروة ويعطي المؤسسة المالية القائمة على الابتكار إلى تطوير وتبني أفكار ومفاهيم جديدة بغرض تحسين الخدمات وتعزيز الكفاءة بل أكثر من ذالك فهو عامل محدد لاستمرارية وبقاء المؤسسات المالية.

المطلب الأول: أهمية وعوامل الابتكار المالي

الفرع الأول: أهمية الابتكار المالي

إن الابتكار المالي يتضمن التغيير والتغيير يتضمن عدم الاستقرار غير المرغوب فيه بطبيعة الحال، هذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن الابتكار لايطلب بذاته وليس هدفا في نفسه بل هو وسيلة لتوليد قيمة مضافة وهذه القيمة تعادل سلبيات عدم الاستقرار ويكون هذا الابتكار محمودا، عندما تكون أثاره المالية و الاقتصادية إيجابية، وعلى هذا الأساس كانت الابتكارات المالية محل انتقادات بسبب أثاره السلبية على الاقتصاد .

كما أن قيمة الابتكار المالي وأهميته تكمن وحدة لإكمال أسواق، هي بطبيعتها غير مكتملة وهو وسيلة لمعالجة إهتمامات الاطراف ذات المصلحة ومشكل عدم تماثل المعلومات، فهو وسيلة تستطيع من خلالها الأطراف تقليل تكاليف المعاملات والبحث والتسويق[1] .

ويعتقد العديد من علماء المالية أن الابتكار المالي يمثل محرك النمو الاقتصادي، وتعتبر وجهة النظر تلك منطقية جدا فالابتكارات المالية تعتبر أقرب ما يكون إلى مفهوم تقنية الغرض العام، ويستخدم هذا المصطلح للإشارة إلى تلك الابتكارات المالية التي ينتج

[1] سامية سرحان، حياة نجار، أثر محددات الابتكار المالي على الكفاءات المصرفية، مجلة الباحث، العدد 20 جانفي، 2020 ص688

عنها سلسلة كبيرة من الابتكارات، ومن أمثلتها الأكثر شيوعا الكهرباء أو الأنترنت إذ أدى ظهور كل منهما إلى ظهور ابتكارات أخرى لا يمكن حصرها [1] .

الفرع الثاني: عوامل الابتكار المالي

إن السبب الرئيسي وراء ظهور الابتكارات المالية، هو تقديم حلول مبتكرة ومبدعة لمنشآت الأعمال وذالك لتجاوز القيود والعراقيل، التي تحول دون تحقيق الأهداف الاقتصادية، كالربح والسيولة وتقليل المخاطر ويمكن تلخيصها في الظواهر التالية:

- اتساع وتعدد أدوات الاستثمار المتاحة في أسواق المال، وقد أدى ذالك إلى زيادة سيولة السوق، وإتاحة مزيد من التحويل عن طريق جذب المستثمرين، الجدد وتقديم فرص جديدة للباحثين عن التمويل.
- إيجاد أدوات إدارة المخاطر، والتي مكنت من إعادة توزيع المخاطر المالية طبقا لتفضيلات المستثمرين للمخاطر.
- تطوير أدوات المراجحة بين الأسواق (arbitrage) مما مكن من تحسين تكاليف وزيادة العائد والانفتاح على الأسواق العالمية [2]؛

وهناك العديد من العوامل التي أدت إلى ظهور الابتكار المالي يمكن تقسيمها إلى عوامل مباشرة وعوامل غير مباشرة

❖ **العوامل المباشرة:** وتتمثل في

✓ إنهيار اتفاقية بريتونوودز وهو الأمر الذي يترتب عليه حدوث تقلبات عنيفة في أسعار الصرف فكانت مدعاة لتطوير عقود الصرف الأجل والبحث عن آلية لتحوط ضد مخاطر تقلبات أسعار الصرف؛

[1] عبد الكريم قندوز، مراجعة علمية لنظريات الابتكار المالي، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 10، العدد2، 2019، ص238

[2] مروى بالمباركي، نور الهدى بالعقون، تحليل العلاقة بين الابتكار المالي والنمو الاقتصادي خلال فترة 2000-2017، دراسة مقارنة بين دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ودول أوربا وأسيا الوسطى، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص إقتصاد كمي، جامعة يحي فارس يالمدية، 2020-2021 ، ص126

- ✓ زيادة حدة التضخم في بداية الثمانينات وما صاحبها من زيادة سريعة في معدلات أسعار الفائدة قصيرة الأجل.
- ✓ انهيارا أسواق الأوراق المالية المتتالية دفعت المستثمرين للبحث عن حماية أصولهم المالية من خلال أسواق المشتقات المالية .
- ✓ المنافسة الشرسة فيما بين المؤسسات المالية والمصرفية إذ دفعت بهذه المؤسسات إلى استنفار دوائر البحث والابتكار لخلق أدوات مالية جديدة لإدارة المخاطر، وتقديم حلول لمشاكل التمويل والقفز فوق القيود التي تفرضها السياسات النقدية .

❖ **العوامل غير المباشرة :**

وهي عوامل أخرى ساهمت في ظهور الابتكار المالي وتتمثل في الآتي .

- ✓ الحاجة أم الاختراع .
- ✓ تزايد الاحتياجات للمستثمرين وطالبي التمويل
- ✓ محاولة الاستفادة من النظام المالي
- ✓ زيادة المخاطر والحاجة إلى إدارتها [1]

المطلب الثاني :أسباب اللجوء إلى الابتكار المالي

برزت الابتكارات المالية استجابة لقيود معينة تعوق تحقيق أهداف اقتصادية كالربح والسيولة وتقليل المخاطر هذه القيود قد تكون قانونية، مثل منح إنشاء العقود أو معاملات معينة بمقتضى القانون أو قيود فنية مثل صعوبة نقل منتجات أو قيود اجتماعية مثل تفضيل نوع معين من المنتجات على أخرى ولذالك فإن الرغبة في تجاوز هذه القيود لتحقيق الأهداف التي تدفع المتعاملين للابتكار . [2]

[1] زواويد لزهاري، حجاج نفيسة، التنافسية وبيئة الأعمال الجديد كعامل لتنمية الابتكار المالي في المؤسسات المالية، مجلة آفاق الدراسات والبحوث، العدد الأول، جانفي، 2018 ، ص126

[2]– حكيم برضاية ، جعفر هني محمد ، دور التصكيك الإسلامي في إدارة السيولة في البنوك الإسلامية ، دار النشر ، اليازوري، ص118

وأهم الأسباب الداعية إلى الابتكار المالي

- ✓ زيادة التقلبات في أسعار الفائدة، أسعار الأسهم، أسعار الصرف، ارتفاع معدلات التضخم .
- ✓ التقدم في مجالي المعلوماتية وتكنولوجيا الاتصالات.
- ✓ الانتقال من الاقتصاديات التي تعتمد على كثافة الحجم إلى اقتصاديات ذات كثافة معلوماتية.
- ✓ تطور التعليم والتدريب المهني للمشاركين في السوق ورفع كفئتهم .
- ✓ شراسة المنافسة في مجال الوساطة المالية .
- ✓ نمو حوافز الإنفاق على الأنظمة القائمة والقوانين الضريبية . [1]

المطلب الثالث :نظريات الابتكار المالي

هناك العديد من الباحثين الاقتصاديين الذين تطرقو إلى تفسير ظاهرة الابتكارات المالية نذكر في مايلي بعضها:

-1- **نظرية القيود الحادثة كدافع للابتكار المالي:** واحدة من المساهمات المبكرة في مدخل القيود الحاثة ما قدمه Silber 1975، حيث ينظر إلى الابتكار المالي من وجهة نظر الاقتصاد الجزئي أي وجهة نظر المنشأة المالية . الفرضية الأساسية لهذا المدخل هي أن ابتكار الأدوات والعمليات المالية الجديدة يكون لغرض تقليل القيود المالية المقروضة على المنشآت . عادة ما تسعى المنشآت لتعظيم منفعتها تحت مجموعة من قيود الميزانية العمومية، هذه القيود قد تكون مفروضة داخليا أو خارجيا . التنظيمات واللوائح تعتبر أهم القيود الخارجية يضع السوق قيودا على المشاكل الأمثلية للشركة من خلال تحديد عوامل العرض والطلب على الأدوات المالية، وفي نفس الوقت يعرف أدوات السياسية المتاحة للمنشأة .

[1] سميرة حسيبة، دور الابتكار في تطوير الصيرفة الاسلامية ، الصكوك الاسلامية –نموذجا – مجلة الشريعة والإقتصاد ، العدد 10 ، ص314

يأخذ سيلبر بعين الاعتبار القيود الداخلية التي تتعرض لها المنشأة . الشركات يمكن أن تفرض قيودا على ميزانيتها مثل معدلات النمو وقيود السيولة، وهذه كلها تؤثر عل المشكلة الأمثلية في الظروف العادية، انطلاقا من هذا الإطار العام، يشرح سيلبر عملية الابتكار المالي على أنها: "يتم ابتكار أدوات وممارسات جديدة عندما يكون هناك تغيير خارجي على قيود الامثلية للمنشأة يحفز البحث عن أدوات جديدة .

في المرحلة التالية، استخدام سيلبر 1983طريقة أحرى لتقييم فرضية دافع القيود للابتكار من تفسير أسباب ظهور 37 ابتكارا ماليا (مابين أداة و ممراسة) خلال الفترة 1970-1982.

اقترح سيلبر خمسة عوامل خارجية أثرت على القيود المالية خلال تلك الفترة، واختبر عدد المنتجات المالية الجديدة التي كان دافعها واحدا من تلك العوامل، وتوصل إلى أن 19من الابتكارات كانت بفعل عوامل مرتبطة بالتضخم، 13بسبب ارتفاع أسعار الفائدة، 15 بسبب تقلبات أسعار الفائدة، 10 سببها التكنولوجيا، 11 سببها التشريعات، 12 سببها العولمة (العدد تجاوز 37 ابتكارا لأن بعض الابتكارات كان لها أكثر من دافع) .

إن النتيجة الأساسية التي وصل إليها سيلبر 1983 هي أن فرضية القيود الحادثة على الابتكار تفسر على الأقل نصف الابتكارات في المنتجات والعمليات خلال الفترة 1970 – 1982 .

يجادل سيلبر أنه كما تؤدي الابتكارات التكنولوجية في القطاع الحقيقي إلى تحسين الرفاه الاقتصادي من خلال التوسع في المخرجات المادية، فإن الابتكارات المالية تحسن من النظام المالي من خلال :

- ✓ تحسين القدرة على تحمل الأخطار (مثل أسواق المستقبليات).
- ✓ تخفيض تكاليف المعاملات (مثل الصرافات الآلية).

✓ التحايل على التنظيمات المتقادمة[1].

2- نظرية جدلية التنظيمات

ربما تكون التنظيمات هي العنصر الأكثر اشتراكا بين كل مداخل الابتكار المالي والذي جرى اعتباره كأحد القوى الدافعة للابتكار، لم توجد نظرية جدلية التنظيمات في الأصل لتبرير الابتكارات المالية لكنها مع ذالك شكلت أساسا متينا يمكن الاعتماد عليه لتبرير الكثير من الابتكارات المالية .

تقوم فكرة نظرية جدلية التنظيمات والتي وضعها إدوارد كين عام 1977 م على أن هناك صراعا بين السياسي (المشرع) والاقتصادي، ويمثل تنظيم المؤسسات المالية سلسلة من التدخلات الدورية بين القوى السياسية والاقتصادية المتصارعة (كين 1981) .

عادة ما تهدف التنظيمات لضمان صحة وسلامة النظام المالي (بشكل خاص آليات الدفع) وحماية المستهلكين ومنع التحايل والتغرير، وزيادة فعالية الأسواق والمؤسسات، وتحقيق بيئة تنافسية عادلة لجميع مقدمي الخدمات المالية وأخيرا المحافظة على قدر معتبر من السياسات الاجتماعية، لكنها رغم كل ذالك تعتبر من وجهة نظر المنشأة عائقا أمام هدف الرئيس وهو تعظيم الثروة . [2]

3- نظرية الفك والتركيب في الأسواق غير الكاملة

من أهم الخصائص التي تميز الابتكار المالي عن الابتكار في القطاع الحقيقي أن الابتكارات المالية في معظم الحالات لا تقدم منتجا جديدا بالكامل، بل فقط تغير أو تضيف أو تزيل بعض الخصائص التي كانت موجودة، فأي أداة مالية يمكن النظر إليها على أنها

---

[1] عبلة بريكي ، دور الابتكار المالي الإسلامي في تحسين ربحية المصارف الإسلامية، دراسة حالة عينة من المصارف الإسلامية، أطروحة دكتوراه مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة الدكتوراه، طور ثالث، تخصص نقود وبنوك، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2019-2020 ، ص36، 38

[2] رميساء حمويي ، بوالطواطو آمنة، دور الابتكار المالي في تحسين الأداء المالي في البنوك الإسلامية، دراسة حالة بنك قطر الإسلامي 2016-2020، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة عبد الحفيظ بوالصوف، 2021-2022، ص19

تركيبة من الخصائص، ومن ثم يمكن النظر إلى الابتكار المالي على أنه عملية فك وإعادة تركيب تلك الخصائص للحصول على أدوات مالية جديدة BISI1986 .

حسب نظرية الفك والتركيب، فإن المنتجات المالية يمكن تعريفها من خلال مجموعة من الخصائص المحددة كالعائد والاستحقاق والسيولة والتعرض للمخاطر (مخاطر السعر، مخاطر الائتمان)، وكل منتج مالي يتشكل من تشكيلة من بعض تلك الخصائص أو كلها بدرجات مختلفة . حاول بعض الباحثين تحديد خصائص المنتج المالي، ولعل أهم المحاولات تحسب ل Lelwellyn1992 والذي يحميها من: التسعير، الاستحقاق، السيولة، مخاطر الأسعار، مخاطر الأرباح، مخاطر الائتمان، مخاطر الصرف، المخاطر السيادية، صيغة التسعير، الحجم، حرية التصرف، إمكانية التحوط، و تبعا لذالك يمكن النظر للابتكار المالي على أنه عملية فك وتركيب لتلك الخصائص المنفصلة وإعادة تجميعها أو تركيبها في أشكال جديدة، وبشكل أدق فإن الابتكار المالي على أساسا على تطوير طرق جديدة لفك وتجميع تركيب الميزات الأساسية للمنتج المالي 1981 Giddy and Duffey .

وبالرغم من أن الترتيبات أو الأشكال المالية الجديدة التي تنتج عن عمليات الفك والتركيب قد تكون كثيرة ومتنوعة ألا أنها تخرج في النهاية عن تركيبات أو حزم الأنماط الثلاثة للخدمات والمنتجات التي يقدمها النظام المالي وهي : مبادلة نقد حاضر بنقد مستقبلي، الجمع بين المقرضين والمقترضين، تنفيذ وتسهيل المدفوعات كما تتيح عملية الابتكار المالي أو عمليات الفك والتركيب إمكانية تفكيك الأخطار عن بعضها بحيث يمكن تسعير كل نوع منها على حدة ومن ثم تخصيصه وتحويله للجهة الأقدر على التعامل معه، ومن أمثلة ذالك مبادلة عجز السداد وهي عقود مشتقة مبتكرة تتيح إمكانية فصل خطر الائتمان دون غيره من الأخطار وتحويله إلى جهات لديها الاستعداد للتعامل مع هذا النوع من الخطر مثال :صناديق التحوط، شركات التأمين .

4- نظرية العرض المعدوم

نظرية العرض المعدوم (إمداد نظرية الصفر) ومن أهم الاختلافات الجوهرية بين الابتكارات الحقيقية والابتكارات المالية أن الأولى ينتج عنها غالبا منتج جديد بالكامل، بينما ينتج عن الابتكار المالي تغيير أو إضافة أو إلغاء كل الخصائص لمنتج مالي قائم أصلا، ولأن الأداة المالية تم تعريفها ليست في حقيقتها إلا عقدا مكتوبا أو مفرغا في أوراق، والعقود عادة يمكن كتابتها دونما أية قيود تكنولوجية (ديسايو قليل 1987) وعلى ذالك فالابتكار المالي ليس سلعة جديدة، بل هي موجودة دوما، لكن عند مستوى عرض معدوم(صفري) .

-5- نظرية الابتكار المالي لإكمال السوق غير الكامل

يتخذ (سيارة قلهرون 1985) نظرة أكثر جرأة لعملية الابتكار المالي مقارنة بميلر وسيلبر، حيث يرى أن الأداة أو العملية المالية الجديدة لكي تكون فعلا ابتكارا ماليا هي أن تجعل الأسواق المالية تعمل بكفاءة أعلى أو جعلها أكثر كمالا .

الأسواق المالية بطبيعتها غير كاملة، ولو وصل السوق لدرجة الكمال فلن يكون هناك أي مجال للابتكار المالي يوجد كلما كانت فجوة في المنتجات والخدمات المالية الموجودة حاليا وبالتالي فإن الابتكار هو سد تلك الفجوة .

الابتكار المالي يمكنه جعل الأسواق أكثر كفاءة من خلال جمع تكاليف المعاملات وتكاليف الوساطة المالية لمستخدمي الخدمات المالية حاول (ديسايوقليل 1987) دعم هذه النظرية بشكل رياضي من خلال استخدام نموذج اقتصادي جزئي للابتكار المالي معتمد على نظرية الموقع التي تنظر إليه السلعة.

المبحث الثالث : تصنيفات ونتائج الابتكار المالي

تسعى المنظمات إلى التطور والتقدم وعبر مسيرة هذا الهدف فإنها تواجه الكثير من المشكلات التي فعلا تحتاج إلى الابتكار في كل المجلات ، ومن أهم المجالات النشاط المالي .

يبرز هذا المبحث بعض التصنيفات ، والنتائج ، والنقد الموجه للابتكار المالي .

المطلب الأول :تصنيفات الابتكار المالي

من بين تصنيفات الابتكار المالي

- **التصنيف الأول** :لقد وضع بنك التسويات الدولية (Bank for international Settlelments) في 1986 نظاما لتصنيف الابتكارات المالية يفصل بينهما إلى :

أ/_**ابتكارات نقل المخاطر:** هي الابتكارات التي تقلل من المخاطر الكامنة في ورقة مالية معينة، أو تمكن حاملها من التحوط ضدّ حظر معين مثل عقود مبادلة التعثر على السداد CDS إذ رغم أنها لا تقلل من احتمال حدوث الخطر إلا أنها توفر الحماية في حالة تجسيد الخطر وهنا يجب التمييز بين مخاطر الأسعار (أسعار الأصول قد تتغير ومخاطر القرض المقترض قد يتعثر عن السداد .

ب/ **ابتكارات تعزيز السيولة** : الابتكارات تعزيز السيولة لديها القدرة على زيادة سيولة الأسواق المالية والأصول مثلا الأصول المورقة تجعل من الممكن بيع القروض في السوق الثانوية، مما يوفر المؤسسات لإقراض القدرة على تغيير هيكل محفظتها [1] .

ج/_**ابتكارات توليد الأسهم** : هي أدوات تمنح خصائص الأسهم للموجودات حيث أن طبيعة خدمة الديون فيها محددة سلفا كما يتم تحديد معدل العائد الأصل مالي بناء على أداء الجهة المصدرة مثل :مبادلة الديون بالأسهم [1] .

[1] بوعكاز نوال، دور الهندسة المالية في تطوير الابتكارات المالية، دراسة وتقييم لصكوك الإدارة الإسلامية في مملكة البحرين، المجلد 4، المجلة الجزائرية للدراسات المالية والمصرفية، العدد، 1 جوان 2018، ص26

د/_**ابتكارات التأمين** :مثل عقود CDS حيث يدفع المشتري للبائع جزء من أقساط التأمين مقابل أن يتعهد البائع بتعويض المشتري في حالة حدوث خلل ما [2] .

ك/_**ابتكارات إدارة الأصول والخصوم** :وذالك من خلال تقديم إدارة المخاطر وتوسيع فرص الإقراض أو تغيير هيكل الحظر في الميزانية العمومية للبنك .

ه/_**الابتكارات التمويلية للمؤسسات المالية** :مثل الرهون العقارية .

ع/_**ابتكارات توليد الائتمان** :مثل توريق البنك لبعض قروضه .

❖ **التصنيف الثاني** :اقترح Perez عام 2002 تصنيفا بديلا للابتكارات المالية كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (1-1)يوضح تصنيف الابتكارات المالية حسب perez عام 2002

نوع الابتكار المالي	أمثلة
أدوات ابتكاريه لمساعدة الأنشطة الحقيقة	قروض البنوك، رأس المال الاستثماري، شركات المساهمة .
أدوات لمساعدة الشركات على النمو أو التوسع	السندات .
تحديث الخدمات المالية	التحويلات البرقية، فحص الحسابات الشخصية، أجهزة الصراف الآلي، الخدمات المصرفية الإلكترونية
أدوات هادفة للربح ونشر الاستثمار والمخاطر	صناديق الاستثمار، السندات والاكتتاب، المشتقات وصناديق التحوط .

[1] ساسية جدي، دور الهندسة المالية في تطوير الصناعة الإسلامية، دراسة حالة ماليزيا السودان، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجيستير، في العلوم الاقتصادية، تخصص أسواق مالية وبورصات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015 ، ص25

[2] عبد الصمد سعودي، بن لخضر مسعودة أهمية الابتكار المالب ومنتجات الهندسة المالية، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، الجزائر، لعدد 2 جوان، 2017، ص 6

المصدر: داود أيوب، أثر الابتكار المالي على تطوير المنتجات المالية بالمصارف الإسلامية، دراسة ميدانية على منتجات مصرف السلام، وكالة مسيلة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص، تسويق مصرفي، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2019-2020، ص06

المطلب الثاني :نتائج الابتكار المالي[1]

في حين أن الأدلة التجريبية القائمة والأطر المفاهمية يمكن أن تخبرنا بالكثير عن الابتكار المالي ، إلا أن هناك أسئلة جوهرية لم تتم الإجابة عليها ، نناقش بعض السبل الواعدة للبحث في المستقبل في النهج الأول: هو فحص الإعدادات التي توجد فيها قيود على الابتكار المالي، بعد استغلال القيود الخارجية لأنه أسلوبا مقبولا جيدا في البحث الاقتصادي التجريبي على وجه الخصوص، فإن المثال الكلاسيكي لمثل هذه القيود، التي قد توفر فرصة لدراسة متأنية هو التمويل الإسلامي، لاسيما كما يمارس في المملكة العربية السعودية والخليج العربي كما يفسر بشكل نتائج تستبعد الهياكل المالية، المتوافقة مع شريعة استخدام الدين وفئات متعددة من حقوق الملكية، قد يوفر مثل هذا الإعداد "تجربة طبيعية "لقياس تأثير الابتكار المالي أو غيابه لسوء الحظ، حيث أن هذه الاقتصاديات قد يكون لديها عدد أقل من الابتكارات المالية التي تتعلق بتلك الأكثر شيوعا في الاقتصاديات الغربية، فقد تمنعها اختلافات أخرى من تقديم نوع التجارب الطبيعية، التي من شأنها تحديد آثار الابتكارات بشكل جاد قد يكون الطريق الثاني هو الاستغلال الأكبر للتقنيات التجريبية، حاول عدد من الجهود قياس عواقب الأوراق المالية الجديدة، مع التركيز بشكل شبه حصري على تلك الموجهة نحو فقراء البلدان النامية، تضمنت الأمثلة على هذه الدراسات التجريبية تقييمات للمنتجات الجديدة، مثل التأمين على الأمطار والقواعد الجديدة للمؤسسات الإقراض بالائتمان الأصغر والمؤسسات الجديدة (على سبيل المثال دراسة بهانا ميشرا سنة 2008 عن بنوك الأمطار) .

[1] Josh Lerner petre Tufano the Consequnces of Financial Lnnovations Aauterfactual Agenda (p) university of chicago press March 2012p :569-570

من السهل فهم التركيز على مثل هذه الابتكارات : يمكن للمرء أن يكتسب نتائج ذات مغزى إحصائيا مقابل استثمار متواضع للغاية، ولكن يمكن تطبيق المنهجية بشكل عام خاصة إذا كان على الباحثين أن يعملوا جنبا إلى جنب مع المؤسسات المالية، ومع ذالك فإن إحدى مشكلات هذه المنهجيات هو أن التجارب الصغيرة يكاد يكون من المؤكد أنها غير قادرة على قياس تكاليف أو الفوائد النظامية، ومن المرجح أن تركز بشكل أساسي على تجربة المتبنين الأوائل .

من المحتمل أن يكون نفس القلق –عدم القدرة على تقييم العوامل الخارجية الأوسع – عائقا، أمام طريقنا الثالث المقترح أيضا :تطبيق أدوات التقدير الهيكلي للتأثير الاجتماعي للمنتجات الجديدة على الابتكارات المالية، بينما قيمة هذه النماذج لعديد من فئات ابتكارات المنتجات تم إهمال الابتكارات المالية إلى حد كبير، لكن الديناميكية المعقدة الموضحة للتو قد تجعل مثل هذه التقنيات التجريبية صعبة .

يمكن للتواريخ التفصيلية أو دراسات الحالة لابتكارات المالي أن تقدم أدلة إضافية للمساعدة للكشف عن الآثار المرتبة على الرعاية الاجتماعية للمنتجات الجديدة المهمة على مستوى النظام :من خلال الاختيار الحكيم لمواقع البحث، يمكننا أن نولي الاهتمام المناسب للابتكارات التي كان لها تأثير كبير على المجتمع . يجبرنا النهج التاريخي أو نهج دراسة الحالة على فحص كل الابتكارات في مجمله سواء، من حيث الفترة الزمنية الكاملة لاعتماده أو من حيث التموجات العديدة في الاقتصاد .

وأخيرا قد يؤدي استخدام الحقائق المضادة، حيث تخترع بياناتها الخاصة التي تؤدي بينا لنكون واضحين بشأن اختراعاتنا ومقاييسنا الضمنية، لقد ساهمت عقود من النقاشات حول الوقائع المضادة في نوعية الحاجة إلى التفكير من حيث التوازن العام، بدلا من التأثيرات الجزئية، والنظر في العناصر التكميلية و تبعيات المسار وقياس النتائج بعناية،

على الرغم من كل هذه المشاكل، نعتقد أن هذه الطريقة الأقل علمية قد تصنف رؤى جديدة لفهم الابتكارات المالية .

المطلب الثالث :تقييم الابتكار المالي

في ظل الجدل حول الابتكار المالي هو شيء إيجابي أم سلبي خاصة بعد التحولات الجذرية التي عرفتها المنظومة المالية الدولية من تحديات وابتكارات مالية وفي هذا السياق سنحاول النظر إلى أهم الإيجابيات وسلبيات الابتكار المالي .

الفرع الأول :إيجابيات الابتكار المالي

إن من أبرز ما دفع به المناصرون للابتكار المالي والمغلّبون لإيجابيته، وجود هذا النظام وإستمراريته إلى غاية اللحظة ذالك لأنه لو كانت سلبيات الابتكار المالي ، طاغية لما استطاع هذا النظام أن يصمد إلى الآن، ومن الأمور الايجابية للابتكار المالي التي تناولها المعاصرون، استحداث أسواق ضخمة للاستثمار وإدارة السيولة وتخفيف مخاطر الاستثمار وتوفير فرص أكثر [1] .

كتب دركر، مقالا حول الابتكار المالي في مجلة إيكو نومست بعنوان "الابتكار أو الموت "، يشير دركر في مقاله أن الصناعة المالية اليوم تعاني من التدهور والتراجع، السبب يراه هو أن المؤسسات المهيمنة على الخدمات المالية لم تقدم أي ابتكار على مدى 30 عام.

فخلال العقدين مابين 1950-1970 عرف بالابتكارات تلوه الأخرى، كما أن فترة الستينيات شهدت ابتكار بطاقة الائتمان التي أصبحت استخداماتها في كل مكان، خاصة في البلدان المتقدمة، فالبطاقة الائتمانية مكنت على حد كبير البنوك التجارية من البقاء على الرغم من خدماتها التقليدية .

كما يرى توفانو أن قيمة الابتكار المالي وأهميته تكمن في أنه وجد لاكتمال الأسواق هي بطبيعتها غير مكتملة، وهو وسيلة لمعالجة اهتمامات الأطراف ذات المصلحة ومشكل

[1] سعيد بوهراوة، الابتكار في الاستثمار وتطوير النتجات المالية الاسلامية، ISRA الاكادمية العالمية للبحوث الشرعية ص 4

عدم تماثل المعلومات، فهو وسيلة تستطيع من خلالها الأطراف تقليل المعاملات والبحث والتسويق وهو رد على الضرائب والقوانين . غير أن ميرتون يرى في الابتكارات المالية، قوة دافعة للنظام العالمي نحو هدفه المتمثل في زيادة الكفاءة الاقتصادية .

وفي نفس السياق يرى التيار المؤيد أن الأدوات المالية الجديدة حصيلة مجهودات كبيرة من الابتكار حيث تساعد على حل المشكلات الاجتماعية وتساهم في النمو الاقتصادي، كما أن دورها في مجال إدارة المخاطر يأخذ ثلاث أشكال، إمكانية تنويع المخاطر مما يسمح بالاستثمار في مشاريع جد خطيرة، إمكانية تحويل الخطر بين الأجيال والسيولة، وعلى هذا الأساس، العديد من الدراسات التجريبية تؤكد على الدور الإيجابي للابتكارات المالية في تعزيز النمو الاقتصادي [1]

الفرع الثاني: سلبيات الابتكار المالي

بعض المهتمين يرون بأن العالم سيكون أفضل لو ظهرت هذه الابتكارات المالية، وأنه يكون أفضل بدون ديون، تأمين سيارات، مشتقات مالية غير متصلة بالاقتصاد الحقيقي، ومضاربات في أسهم وعملات وتلاعب في الأسواق المالية مما كان سببا في نظر المتشائمين من هذا الابتكار في الأزمات المتتالية، مثل الأزمة المالية العالمية لسنة 2008

بعض الابتكارات المالية لا تمنح مزايا اجتماعية، وتتمثل في تلك الابتكارات التي ينتج عنها التهرب من الضرائب أو تأجيلها، مما يؤدي إلى خسارة في عائدات الضرائب وفقدان الثقة في الحكومة والشعور بعدم المساواة . يؤكد نقاد الابتكار المالي انه يؤدي أيضا إلى تعقيدات لا داعي لها وهذا بدوره يؤدي إلى قرارات استثمارية سيئة وتكاليف اجتماعية .

ليس هذا وحسب بل إن كوكبة من الأكاديميين والاقتصاديين في مختلف المجتمعات تناولوا بالنقد عمليات الابتكار المالي تحت عنوان "القيمة الاجتماعية للابتكار المالي "،

[1] آسية شرفي، الابتكار المالي كمدخل لإكتساب الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود وبنوك، جامعة يحي فارس بالمدية، ، 2020-2021، ص 55

ويرى هؤلاء الكتاب أن العديد من الابتكارات المزعومة ليست سوى بدعة أو أكذوبة كبرى مدفوعة من قبل المؤسسات الاستثمارية وكذا المصدرين لأوراق الشركات وأنها اقترنت بتوقعات غير واقعية لعوائد أعظم ومخاطر أقل، وأن مؤسسات الخدمات المالية، والبورصات تدعم الابتكارات لأنها تترقب من وراء هذا النشاط الضخم أرباحا وفيرة[1] .

[1] حنان عبدلي، دور الهندسة المالية في تحقيق كفاءة الأسواق المالية في ظل التوجه العالمي نحو الصناعة المالية الإسلامية، دراسة عينة من الاسواق المالية الناشئة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص تحليل إقتصادي، جامعة الجزائر 2، 2017-2018، ص10

خلاصة الفصل الأول:

لقد قمنا من خلال الفصل الأول بتوضيح جملة من المفاهيم الأساسية المرتبطة بالابتكار المالي : ويعرف على أنه التصميم والتطوير والتنفيذ الأدوات والآليات المبتكرة والصياغة لحلول إبداعية لمشاكل التمويل ولعل مجال النقص واضح في مجال الدراسات العلمية فإن الفجوة العلمية في مجال الابتكار المالي كبيرة جدا سواء من الجانب النظري أو الجانب التطبيقي .

الفصل الثاني:

الميزة التنافسية

تمهيد:

تعد المنافسة جوهر النجاح أو الفشل للمنشآت، كما تحدد مدى ملائمة أنشطة المنشآت ومساهمتها في أداء المنشآت مثل الإبداع أو الترابط الثقافي أو التنفيذ السليم للأداء، ولذالك تبحث المنشآت عن إستراتجيات تنافسية عن طريق البحث والتقصي لمواقع تنافسية معينة لها في مجال العمل الذي تختص به المنشآت وكل ذالك بهدف تحقيق موقع مربح ويحقق الاستدامة في خدمات أو سلع المنشآت في مواجهة حقوق التنافس السوقية .

حيث تسعى المنشآت المعاصرة إلى التفوق على منافسيها ضمن قطاع النشاط بتقديم منتجات أو خدمات متغيرة من الصعب منافستها، وذالك بتخصيص مواردها المالية والبشرية وحتى التنظيمية لتحقيق ميزاتها التنافسية، غير أن الكثير من المحللون الاقتصاديون يرون أن النجاح يعتمد بدرجة كبيرة على التكنولوجيا والموقف الاستراتيجي للمنظمة وقدرتها على المنافسة، ونصيبها في السوق، وقدرتها على حماية منتجاتها من التقليد والتمييز وبذالك أصبح التمييز ضرورة لا خيار ، مما يعكس ظهور مصطلح الميزة التنافسية بين الاقتصاديين ورجال الأعمال خصوصا مع ما نتج عن العولمة من تزايد حدة المنافسة والصراعات التجارية، وأصبحت الحيازة على ميزة تنافسية مستدامة تعتبر هي استراتجيات تسعى أغلب المنظمات الاقتصادية لتحقيقه .

انطلاقا من هذا الموقع ارتأينا لأجل الإلمام بجوانب الموضوع المختلفة وعرض الاطار النظري للميزة التنافسية من خلال المباحث التالية:

- ماهية الميزة التنافسية
- أهداف الميزة التنافسية
- أبعاد ومعايير الحكم على جودة الميزة التنافسية

المبحث الأول: ماهية الميزة التنافسية

سنتطرق في هذا المبحث إلى أهم تعاريف الميزة التنافسية وأهميتها ومصادرها وغيرها من المفاهيم المتعلقة بها .

المطلب الاول: تعريف الميزة التنافسية وأهميتها

❖ **تعريف الميزة التنافسية:**

تعتبر الميزة التنافسية احدي أهم التحديات التي تواجه المؤسسات عموما، وقد شغلت الكثير من الباحثين في مجال الاقتصاد وإدارة الأعمال، خاصة أن التنافس لم يعد يقتصر على حرية الدخول والخروج من السوق، وإنما أمكانية البقاء فأصبحت الميزة التنافسية حاجة ملحة للمنظمات لكي تنمو وتستمر وقدرتها على مواجهة كافة التحديات .

- عرفت الميزة التنافسية من عدة وجهات نظر الباحثين، فالميزة التنافسية هي ميزة تنفرد بها المؤسسة على المنافسين التي تكتسبها مما يوفر للمستهلكين أكبر قيمة إما عن طريق خفض الأسعار أو من خلال توفير المزيد من الفوائد والخدمات، التي تبرر ارتفاع الأسعار والمؤسسة التي لديها ميزة تنافسية تنفذ استراتجياتها عندما يكون، المنافسين غير قادرين على تكرارها أو يجدونها مكلفة جدا في حالة تقليدها يمكن للمؤسسة أن تكون على ثقة من أن استراتجياتها قد باءت بالفشل وسرعة المنافسين لتكرار الإستراتجية يحدد مدى استمرارية المزايا التنافسية للمؤسسة[1] .
- وطبقا لبورتر فإن الميزة التنافسية: هي القدرة الصناعية في دولة معينة على الابتكار والتطور للوصول إلى أعلى مستوى من التقنية والإنتاجية [2]وبذالك نجد هذا التعريف شديد الارتباط بمعدلات زيادة الانتاجية .

[1] نفس المرجع، سبق ذكره، ص 84

[2] عبد الوهاب بوبعة ، دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال –موبيليز – مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل درجة الماجستير في علوم التسيير، تخصص، إدارة الموارد البشرية، جامعة منتوري قسنطينة، 2020– 2021 ص87– 88

- بينما يعرفها نبيل مرسي خليل على أنها ميزة أو عنصر تفوّق للمؤسسة يتم تحقيقه في حالة إتباعها لإستراتجية معينة لتنافس، سواء تعلق الأمر بإستراتجية قيادة التكلفة أو إستراتجية التميز وبالتالي تحقق ميزة الجودة الأعلى[1] .
- وعرف (Heizer and Render) الميزة التنافسية بأنها "إيجاد ميزة متفردة يتفوق بها المصرف على المنافسين، أي أن الميزة التنافسية تجعل المصرف فريدا ومتميزا عن المنافسين الآخرين"[2]
- ويرى (Patrick M Wright) الميزة التنافسية:"هي ميزة تفوق للمؤسسة، يتم تحقيقها في حالة إتباعها لإستراتجية معينة لتنافس [3]
- كما يشير إلى تعريف (Jeffrey Fifer) "تتحقق الميزة التنافسية عند إمتلاك المؤسسة لموارد بشرية يكون العضو فيها غير قابل لأن يحل محله أي بديل وأن يكون نادرا وفريدا وأن يكون لديه القدرة على إضافة قيمة تصعب محاكاتها أو تقليدها[4] "
- وتعرف كذالك بأنها استغلال المنظمة لنقاط قوتها الداخلية والخارجية في أداء نشاط الخاصة بحيث تخلق قيمة لها وتكون لفترة طويلة ولا تزول بسرعة [5]
- ويرى فيلب كوولتر أنها:تلك القدرة عل أداء الأعمال بأسلوب معين أو مجموعة من الأساليب التي تجعل الأخرى عاجزة عن مجاراتها في الأمد القريب أو في المستقبل [6] .

---

[1] الأمين حلموس، دور إدارة المعرفة التسويقية باعتماد إستراتجية العلاقة مع الزبون في تحقيق ميزة تنافسية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، سكيكدة، 2017 ص 186

[2] صلاح الدين محمد أمين، الامام صادق راشد الشمري، الشمول المالي والميزة التنافسية، تجارب محلية ودولية، اليازوري لنشر، ص94

[3] عزة جلال ، مصطفى نصر، عدنان محمد أحمد، إدارة الأصول الفكرية منظور إستراتيجي، المنهل لنشر، ص2014

[4] خالد حسين سعيد العسيري، استراتجية استقطاب الكفاءة الأكادمية لتحقيق الميزة التنافسية، تصدرها المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، ص24

[5] زهرة غاني، غوتية بن سعيد أثر الإبداع الإداري في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة ماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال ، جامعة أحمد درارية، أدرار، الجزائر، 2018-2019 ص 16

[6] سهتال زرزور دور إستراتجية التنافسية في تحقيق الميزة التنافسية مذكرة ماستر في علوم التسيير، تخصص التسيير الاستراتيجي للمنظمات، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012-2013 ص 52

ومما سبق يمكن عن تعريف الميزة التنافسية على أنها

- العنصر الأساسي الذي يضمن للمؤسسة التفوق والوصول أعلى مستوى من التقنية والانتاجية من خلال قدرة المؤسسة على الابتكار وإتباع إستراتجية معينة لتنافس تجعلها أفضل مقارنة بالمنافسين

❖ **أهمية الميزة التنافسية**

تعد الميزة التنافسية ذات أهمية كبيرة خاصة لدى المؤسسات لما لها من دور كبير في تحقيق استراتجيات المنشآت وأهدافها والتي أبرزها الاستدامة في تحقيق الربح، بأن إيجاد الميزة التنافسية بالمقارنة مع ما يقدمه المنافسون يعد جوهر لإستراتجية التسويقية، وذالك لان الميزة التنافسية تساهم في تحقيق ما يأتي:

- تطوير سلع أو خدمات جديدة .
- إيجاد أسواق متخصصة وجديدة .
- إيجاد وتطوير تكنولوجيا جديدة تؤدي إلى تخفيض التكاليف للسلعة أو العلامة التجارية .
- إيجاد مواد خام جديدة .
- تطوير مراكز مالية للمنظمة .

وأن أهمية الميزة التنافسية يمكن تحديدها بما يلي:

1- تعد بمثابة الأساس لمواجهة تحديات السوق والمنافسين ويأتي ذالك من خلال قيام المؤسسات بتنمية معرفتها التنافسية، ومقدرتها على تلبية احتياجات العملاء في المستقبل عن طريق خلق التعيينات والمهارات الانتاجية بصورة مقدرات تمكنها من التكيف مع الفرص المتغيرة بشكل سريع

2- تعد معيارا مهما لتحديد المؤسسات الناجحة من غيرها لأن المؤسسات الناجحة، تتميز بإيجاد نماذج جديدة منفردة يصعب تقليدها ومحاكاتها باستمرار لأن النماذج القديمة قد أصبحت معروفة ومتاحة بشكل واسع، حيث أن المنافسين على علم بها وكنتيجة لذالك فإن

الابتكارات المتلاحقة والمعارف المتسارعة قد تجعل الميزة التنافسية لأية مؤسسة هي الأحسن لها في كافة الأحوال .

3- تعد الميزة التنافسية عاملا مهما وجوهريا لعمل المؤسسات على اختلاف أنواعها وإنتاجها لأنها الأساس الذي تصاغ حوله الإستراتجية التنافسية وتتفاعل سائر العوامل والمتغيرات لدعم الميزة التنافسية وانبثاق الإستراتجية الشاملة للمنظمة[1] .

4- تمثل الميزة التنافسية مؤشرا ايجابيا نحو توجه المؤسسة لاحتلال موقع قوي في السوق، من خلال حصولها على حصة سوقية اكبر من منافسيها، ما يعني أنه سيكون لها زبائن أكثر رضا وولاء قياسا بالمنافسين، الأمر الذي يحقق زيادة في حجم المبيعات و الأرباح[2]

ومما سبق يمكن تلخيص أهمية الميزة التنافسية في مايلي [3]:

- خلق قيمة للعملاء تلبي احتياجاتهم وتضمن ولائهم وتدعم وتحسن سمعة وصورة المؤسسة في أذهانهم .
- تحقيق التميز الاستراتيجي عن المنافس في السلع والخدمات للعملاء مع إمكانية التميز في الموارد والكفاءات والاستراتجيات الممنهجة في ظل بيئة شديدة التنافس .
- تحقيق حصة سوقية للمؤسسة وكذا ربحية عالية للبقاء والاستمرار في السوق .

[1] حمود سعدون، جثير الربيعاوي، حسين وليد حسين عباس، إدارة التسويق أسس ومفاهيم معاصرة، نشر وتوزيع المنهل ،ص561

[2] خليل مرفق خليل صافي، استخدام بطاقة الأداء المتوازن في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة ماجستير في المحاسبة، جامعة الأزهر، غزة، 2017- ص97-98

[3] سالم إلياس، التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد 8ا، لعدد، 1 جوان 2021، الجزائر، ص 239

المطلب الثاني: أنواع ومصادر الميزة التنافسية

الفرع الأول: أنواع الميزة التنافيسية

لقد أشار Porter إلى أن هناك شكلين للميزة التنافسية هما الريادة بالتكلفة والتمايز، ومن ثم فإن المؤسسة تستطيع التفوق على منافسيها من خلال تخفيض تكاليف الانتاج وبالتالي تحقق ميزة السعر المنخفض من خلال تمييز المنتج

1) **التكلفة الأقل:**تعني قدرة الشركة على إنتاج وتسويق منتجاتها، بأقل تكلفة ممكنة بالمقارنة مع المؤسسات المنافسين وبما يؤدي في النهاية إلى تحقيق عوائد أكبر[1] .

بمعنى يمكن لمؤسسة ما أن تحقق ميزة التكلفة الأقل Cost Advantage إذا كان هيكل تكاليفها المتعلقة بالأنشطة المنتجة للقيمة أقل من تلك المحققة عن المنافسين، أي تحقق المؤسسة ميزة التكلفة الأقل في حالة ما إذا كانت تكاليف أنشطتها المنشئة للقيمة أدنى من تلك المحققة عن منافسيها، وحتى يمكن الحيازة على ميزة التكلفة الأقل يتم الاستناد إلى مراقبة عوامل تطور التكاليف، بحيث أن التحكم الجيد في هذه العوامل مقارنة بالمنافسين يكسب المؤسسة ميزة التكلفة الأقل تتمثل هذه العوامل في [2]:

- مراقبة الحجم Controlling Scale:تمثل اقتصاديات الحجم أكبر عائد للدخول أو الحركة في السوق، وللوصول إلى الحجم الملائم يمكن للمؤسسة التوسع في تشكيلة المنتجات أو حيازة وسائل إنتاج جديدة أو التوسع في السوق قصد تخفيض التكاليف .
- مراقبة التعلم Controlling leariningr:إن تخفيض التكاليف إلى أدنى حد ممكن لن يتحقق بصفة عفوية، بل هو نتيجة التسيير الفعال لمعارف وقدرات ومهارات مسيريها وعمالها، وهذا

[1] جميلة عبد الله التوم الدالي، أثر الميزة التنافسية في تحقيق الفرص التسويقية، أطروحة دكتوراه الفلسفة في إدارة الأعمال، جامعة شندي السودان، 2019 ص42

[2] بوازيد وسيلة مقاربة الموارد الداخلية والكفاءات كمدخل للميزة التنافسية مذكرة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة الاستراتجية جامعة سطيف الجزائر 2011-2012 ص12-13

بالاعتماد على مجموعة من العوامل كالتحفيز المادي والمعنوي والتكوين وثقافة المؤسسة . مما يؤدي إلى تدني التكاليف إلى أقصى حد ممكن .

- مراقبة تأثيرات إستعمال القدرات Controlling the Effect of Capaci UTilizations بمعنى المحافظة على مستويات مستقرة من النشاط التي من شأنها أن تضمن الاستخدام الأمثل لقدرات وموارد المؤسسة .
- مراقبة العلاقات Contralling Likages:يقصد بها استغلال المؤسسة لمختلف علاقاتها مع الأطراف المكونة للمحيط بما يسمح لها من استغلال الفرص المتاحة ومنه إمكانية تخفيض تكاليف العناصر المكونة لسلسلة القيمة .
- مراقبة الارتباطات الداخلية Contralling Interrelationships:من خلال ربط النشاطات المهمة فيما بينهما، ونقل أو تحويل المعارف فيما بين الوحدات المكونة للمؤسسة بما يسمح واستغلال الإمكانيات المشتركة أحسن استغلال .
- مراقبة الرزنامةContralling Timing: في بعض القطاعات قد يكون التريث والانتظار أفضل إما لكون التكنولوجيات المستخدمة سريعة التغير فتدخل المؤسسات المنتظرة إلى القطاع بتكنولوجيا جديدة تنافس بها المؤسسات الرائدة وإما بغرض دراسة سلوكيات المنافسين واكتشاف نقاط القوة والضعف لديهم وبعدها الدخول إلى القطاع بمعرفة أكبر للأوضاع التنافسية السائدة ومن جهة أخرى فإنه بإمكان المؤسسة تنظيم رزنامة المشتريات في شكل دورة أعمال .
- مراقبة التكامل Contralling Integration:بمعنى دراسة إمكانية ضم أنشطة جديدة باعتبار أنّها ستنخفض من مستوى التكاليف بشكل كبير .
- مراقبة الإجراءات التقديرية Contralling Discretionary:قد يحدث وأن تقوم المؤسسة بتطبيق إجراءات بصفة طوعية، وسرعان ما يكشف تحليل التكاليف عن ضرورة الإلغاء أو تغيير بعض الإجراءات التي لا تساهم إيجابيا في ميزة التكلفة الأقل بل أكثر من ذالك فهي تكلف أكثر ممّا يجب وبالتالي فإن مراقبة الإجراءات يسمح بفهمها ومن ثمة تخفيض التكاليف .

- مراقبة التموقع Contralling Location:قد تتمكن المؤسسة من تحقيق ميزة التكلفة الأقل إذا ما أحسنت التموقع الجيد لأنشطتها، حيث أن التموقع الخاص بمختلف الأنشطة سواء كان ذالك بالنسبة للأنشطة فيما بينها أو بالنسبة للزبائن والموردين، عادة ما يكون له تأثير على عناصر عدة بينهما:مستوى الأجور، فعالية الإمداد وإمكانية الوصول إلى الموردين .

1. ميزة التميز Diffecentiations:وتعني هذه الميزة قدرة المؤسسات على إنتاج وتقديم خدمات متميزة لها قيمة خاصة لدى العملاء وتتفرد بها وتتميز عن مثيلاتها من المؤسسات، ومن خلال هذه الخدمات المتفردة يمكنها جذب عدد أكبر من المستفيدين، وهذه الميزة يمكن أن تصبح هي الميزة التنافسية التي من خلالها تستطيع المؤسسة أن تحقق عن طريقها الريادة . وحتى يتم الحيازة على هذه الميزة يجب الإستثناء إلى عوامل تدعى عوامل التفرد، بحيث أن التحكم الجيد في هذه العوامل مقارنة بالمنافسين يكسب المؤسسة ميزة التمايز والمتمثلة فيما يلي:

✓ الاجراءات التقديرية Discretionary:من بين الإجراءات التقديرية الأكثر شيوعا:

- خصائص وكفاءة المنتجات المعروضة .
- الخدمات المقدمة . [1]
- كثافة نشاط ما .
- جودة عوامل الانتاج المسخرة لنشاط ما .
- كفاءة وخبرة المستخدمين في النشاط .
- الإجراءات التي تحكم غلى المستخدمين في النشاط .

هذه الإجراءات يمكن أن تعتبر كعوامل تساعد المؤسسة على تحقيق التميز والتفرد .

✓ الروابط Interrerationships: يمكن للمؤسسة تحقيق التفرد من خلال العلاقة الموجودة بين الأنشطة أو من خلال العلاقات من الموردين وقنوات التوزيع المستغلة من قبل المؤسسة .

[1] وسيلة بوازيد ، مرجع سابق ذكره ، ص14-15

- الروابط بين أنشطة المؤسسة تشترط لتلبية إحتياجات الزبائن وتحقيق الرضا تنسيقا جيدا للأنشطة المرتبطة بها .
- الروابط مع المردين .
- الروابط مع قنوات التوزيع .

✓ الرزنامة Timing: قد تحوز المؤسسة ميزة التمايز لكونها السباقة في مجال نشاطها على منافسيها، وخلافا لذالك في بعض الأحيان أو في بعض القطاعات يمكن أن تحقق المؤسسة الريادة بسبب التأخر عن الدخول إلى السوق ممّا يسمح لها باستعمال تكنولوجيا أكثر حداثة .

✓ التموقع Location:قد تحول المؤسسة على ميزة التميز إذ ما أحسن اختيار الموقع الملائم لأنشطتها

✓ الإلحاق Institutional Fatctors: قد تنجم خاصية التفرد لنشاط منتج للقيمة لكون النشاط مشترك لمجموعة من الوحدات المكونة للمؤسسة .

✓ العلم وأثار بثه Learing and Spillobers: قد تنجح خاصية التفرد لنشاط معين، عندما يمارس التعلم بصفة جيدة فالجودة الثابتة مثلا في عملية الإنتاج يمكن تعلمها ومن ثم حيازتها بشكل مستمر ونفس الشيء بالنسبة للتكاليف، ومن ثم فإن التعلم الذي يتم إمتلاكه بشكل شامل كفيل بأن يؤدي إلى تمييز متواصل .

✓ التكامل Integration: يهدف تحقيق التفرد قد تلجأ المؤسسة إلى ضم أنشطة جديدة، منتجة للقيمة كانت تمارس من قبل الموردين أو قنوات التوزيع ممّا يتيح لها القيام، بهذه الأنشطة بشكل أحسن لتصبح الوحيدة التي تقوم بها أو حتى تجعلها غير قابلة للتقليد .

✓ الحجم Scale:يمكن أن يؤدي الحجم الكبير إلى ممارسة نشاط ما بطريقة وحيدة ومنفردة وهو لا يمكن تحقيقه إذا ما كان حجم النشاط صغيرا وفي بعض الأحيان قد يؤثر الحجم الكبير للنشاط سلبا عل التمايز .

وهناك تصنيف آخر لأنواع الميزة التنافسية سمي بنظرية القوى الإستراتجية الدافعة، حيث أضاف إلى الميزتين السابقتين وكنتيجة لهما ميزتين إضافيتين هما [1]:

1/- ميزة النمو: تتحقق نتيجة القيام باستثمار كبير بالقياس إلى السوق مما يسمح بالتوسع في الحجم والعلاقات ومجالات عمل المؤسسة، وهذا ينعكس في زيادة حصتها السوقية ومعدلات نموها والتفوق على المنافسين .

2/- ميزة التحالف: تشير إلى الترتيبات التنظيمية والممارسات العملية التي تنفذها المؤسسة مع المؤسسات الأخرى من اجل تحقيق واحدة أو أكثر من إستراتجياتها الدفاعية أو الهجومية ومعرفة وتجنب القوى التنافسية الموجودة في بيئة الأعمال .

❖ **الفرع الثاني: مصادر الميزة التنافسية**

للميزة التنافسية ستة مصادر وهي[2]:

1- التكلفة: تعد التكلفة المنخفضة المصدر التنافسي الأول الذي تطبقه الكثير من المؤسسات من خلال سعيها إلى تعزيز حصتها السوقية .

2-المعرفة: تمثل المعرفة مصدرا أساسيا لاكتساب ميزة تنافسية، إذ تساعد على تحقيق العلامات التجارية المتميزة، براءات الاختراع .

3-المرونة: ويقصد بها قدرة المؤسسة على التكيف مع متغيرات المحيط حيث تستوجب الإجابة للتغيرات في تصميم المنتوج.

4-الجودة: تتضمن الجودة ثلاثة أبعاد هي المطابقة، والاستجابة، والصلاحية حيث تعتمد المؤسسة على الجودة الشاملة كسلاح إستراتيجي للحيازة على مزايا تنافسية ودخول السوق وكذا ثقة العاملين.

---

[1] سهام أحمد ،محمد علوان، إدارة الذكاء التنافسي كآلية إستراتجية لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، بالجامعات المصرية ومراجعة تحديات فيروس كورونا، المجلة التربوية، جامعة صوهاج، عدد مارس (ج2)، 2021، ص 1120

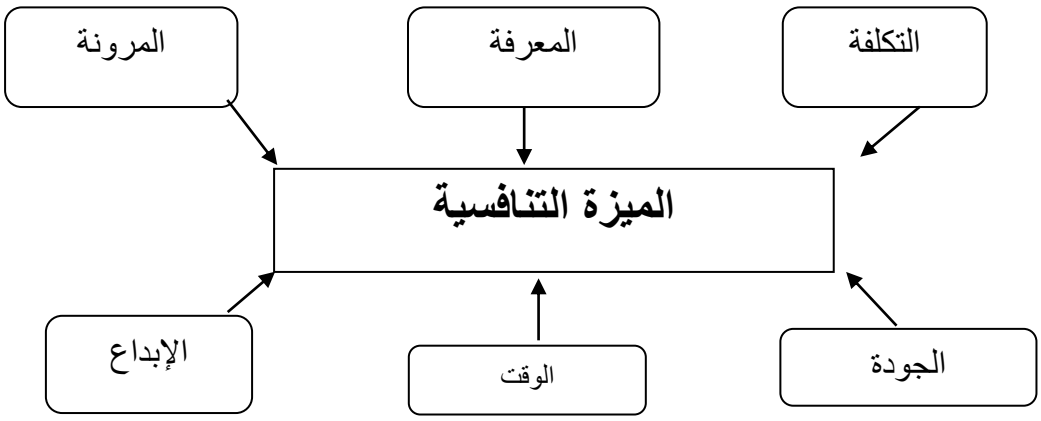
[2] سعيدة دحمانية، أهمية اليقضة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة، مذكرة ماستر، في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة العقيد أكلي محند أو لحاج، بالبويرة، 2017-2018 ص09-10

5-الوقت: حيث يعتبر الوقت سواء في إدارة الإنتاج أو الخدمات ميزة تنافسية كبيرة في الآونة الأخيرة، ويتحقق ذلك من خلال تخفيض زمن دورة تصنيع المنتج /الخدمة، وتخفيض زمن الانتظار الذي يقضيه المستفيد من وقت طلب المنتج أو الخدمة إلى وقت تلبيتها وتقديمها له في شكل نهائي[1] .

6-الإبداع: في ظل شدة المنافسة وسرعة التغيير في رغبات واحتياجات العملاء تسعى المؤسسات إلى التطوير المستمر في منتجاتها واكتساب مزايا تنافسية.

والشكل الموضح يوضح مصادر الميزة التنافسية:

الشكل رقم (2-1): مصادر الميزة التنافسية



المصدر: دحماني سعيدة، أهمية اليقضة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة، مذكرة ماستر، في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة العقيد أكلي محند أو لحاج، بالبويرة، 2017-2018 ص09-10

[1] رجب عبد الحميد حسنين ،المكتبات الأكاديمية ودورها في إدارة رأس المال الفكري ،دار النشر AL Arabi، Publishing and Distributing 2022 ،ص123

المطلب الثالث: خصائص الميزة التنافسية

للميزة التنافسية خصائص عديدة منها[1]

- تقدم الميزة التنافسية دعما مهما يسهم في نجاح الأعمال .
- تتصف الميزة التنافسية بالديمومة والقوة وصعوبة تقليد المنافسين لها وهي تتسم بالنسبة مقارنة بالمنافسين أو مقارنتها في فترات زمنية مختلفة وهذه الصفة تبعد المنشأة الداخلية من جهة أخرى .
- متجددة وفق معطيات البيئة الخارجية من جهة وقدرات وموارد المنشأة الداخلية من جهة أخرى.
- مرنة بمعنى يمكن إجلال ميزات تنافسية أخرى بكل سهولة وفق اعتبارات التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية أو تطوير موارد وقدرات المنشأة .
- استمرارية التطوير والتحسين والتجديد:إذن أن بناء الاستراتجيات المستندة إلى مصادر وقبليات متعددة ومتفاعلة مما يجعل عملية التقليد من قبل المنافسين على درجة عالية من صعوبة الأمر الذي يحملها تكاليف عالية وبما ينعكس في المحافظة عليها .
- عدم إمكانية تقليدها وعلى طول الوقت[2] .
- إيجاد نماذج جديدة وبشكل دائم للميزة التنافسية، طالما أن النماذج القديمة لها قد أصبحت معروفة ومتاحة وشائعة .
- يتناسب استخدام هذه الميزات التنافسية مع الأهداف والنتائج التي تريد المنشأة تحقيقها في المدى القصير والطويل .

وحتى تكون الميزة التنافسية فعالة يتم الاستناد إلى الشروط التالية [3]:

---

[1] خليل مرفق خليل صافي ، مرجع سابق ذكره ، ص99

[2] ريمة طبول ، تأثير الموارد البشرية والميزة التنافسية في البنوك الجزائرية، بنك الفلاحة والتنمية الريفية نموذجا، دار النشر AlphaDoc 2017 ص93

[3] الوليد هلالي ، الأسس العامة لبناء المزايا التنافسية ودورها في خلق القيمة، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص الإستراتجية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة ،2008-2009 ،ص25

حاسمة أي تعطي الأسبقية والتفوق على المنافسين .

- الاستمرارية بمعنى يمكن أن تستمر خلال الزمن .
- إمكانية الدفاع عنها وصعوبة المحاكاة أو الإلغاء من قبل المنافسين .

المبحث الثاني: أهداف ومحددات الميزة التنافسية

بعد بقاء واستمرار المؤسسات في الأسواق اهم الأهداف التي تصبو اليها هذه الأخيرة ، ولتحقيق ذالك تسعى كل مؤسسة إلى بناء وامتلاك مزايا تنافسية متعددة تحقق من خلالها التميز والتفوق على منافسيها .

المطلب الأول: أسباب تطوير الميزة التنافسية

إن تطوير الميزة التنافسية لأي مؤسسة يعد هدفا واستثمارا وتكتيكا في وقت واحد لأن وجود هذه الميزة يضمن للمؤسسة البقاء والاستمرار في السوق وتطويرها يحتاج إلى رؤية بعيدة المدى تتصف بالشمول والديناميكية في حشد جميع الموارد اللازمة لتحقيق الأهداف وفي ظل التحديات الراهنة يمكن تلخيص أهم الأسباب التي تدفع بالمؤسسة إلى تطوير ميزتها التنافسية في النقاط التالية [1] .

أ/- ظهور تكنولوجيات جديدة: يمكن للتغير التكنولوجي أن يخلق فرصا جديدة في مجالات عديدة، كتصميم المنتج باستخدام الحاسوب وطرق التسويق عبر الانترنت، وهذا ما يدفع بالمؤسسة إلى تقديم تكنولوجيا جديدة عند آخر مرحلة من مراحل ميزتها التنافسية، من أجل تخفيض التكلفة أو تدعيم ميزة تميز المنتج وهنا تبدأ في تجديد أو تطوير الميزة الحالية أو تقديم ميزة تنافسية جديدة تحقق قيمة أكبر من تطلعات العميل .

[1] محمد جلد ، دور إدارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية لدى المؤسسات الرياضية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في ميدان علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، تخصص الإدارة والتسيير الرياضي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020، -2021 ص88و89

ب/- ظهور حاجات جديدة للمستهلك أو تغيرها [1]: عندما يرغب العملاء في تلبية حاجات جديدة لديهم أو تغير أو لويتها ، فإن هذا ما يدفع بالمؤسسة إلى إجراء تعديلات على ميزتها التنافسية أو تنمية ميزة تنافسية جديدة، خاصة وأن العلاقة التي أصبحت تربط بين المنتج والمستهلك هي علاقة تأثير وتأثر متبادل، لأنه لم يعد من الممكن تصور وجود رغبة لا يتم إشباعها ولم يعد الأمر يقتصر على الحاجة القائمة ليتم هذا الإشباع بل تعدى هذا الحد إلى درجة صناعة الرغبة وإلى درجة الارتقاء بالحاجة ونظرا لهذا الاتجاه الحديث تظهر حدة المنافسة بين المؤسسات للتسابق على إشباع الحاجات واختراع الرغبات .

ج/- تغيير تكاليف المدخلات: عادة ما تتأثر الميزة التنافسية في حالة حدوث تغيير جوهري في تكاليف المدخلات، عند ارتفاع قيمتها حيث تلجأ المؤسسة هنا إلى البحث عن ميزة تنافسية أخرى تضمن لها تخفيض التكاليف ومن ثم تحقيق التميز مرة أخرى .

د/- التغيير في القيود الحكومية: عندما تحدث تغييرات في طبيعة القيود الحكومية في مجالات مواصفات المنتج، حماية البيئة من التلوث وقيود الدخول إلى الأسواق فإن المؤسسة ملزمة على مواجهة هذه التغيرات للبقاء في السوق ومن ثم الصعود في وجه المنافسين .

المطلب الثاني: أهداف الميزة التنافسية

أصبح الاقتصاد التنافسي قائما على مجموعة أسس مميزة تؤهل المؤسسات الحائزة عليها لانطلاق إلى مستقبل واحد وتمكنها من تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها مايلي[2]:

أ/-الانفتاح الواسع على الآخرين: بمعنى القفز من مرحلة الانغلاق على الذات إلى مرحلة الانفتاح على الآخرين (المستهلكين)الذين يصبحون مكونا رئيسيا من مكونات نشاط

[1] أحريري بوشعور ،صليحة فلاق رأس المال الفكري ودوره في دعم الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الخامس 13-14 ديسمبر 2011 ضمن المحور رقم 10ص09

[2] صالح صالحي، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تدعيم الميزة التنافسية، دراسة حالة مؤسسة نفطال باتنة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص تسيير استراتيجي للمنظمات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015، ص33

المؤسسة والذين يعتبرون كجسر واصل بين واقع حاضر ومستقبل مرغوب، فتحقيق المؤسسة لميزة تنافسية سيزيد عدد مستهلكي منتجاتها ومن ثم توسع تعاملاتها وإطلاعها على مختلف سلوكيات وأذواق المستهلكين واكتسابها لخبرة معينة في التعامل معهم والانفتاح ليس فقط على العملاء، المنافسين، الموردين، المؤسسات المشابهة وغيرها .

ب/- كثافة الربح والسعي لتحقيقه: فالربح هدف رئيسي من أهداف المؤسسات ذات المزايا التنافسية، وهو هدف يرتبط بدافع التملك والحيازة لكافة أشكال الأصول، ويتم ذلك من خلال خطة مبرمجة زمنيا من أجل:

- **زيادة العائد:** أسهم الملكية، سندات التمويل، صكوك الاستثمار .
- **زيادة المردود:** القيمة المضافة، هامش الربح، فارق سعر البيع
- **زيادة الدخل:**الأجور، المرتبات، المكافآت .

من خلال هذه الزيادات تتمكن المؤسسة من رفع احتياطاتها ومن ثم تدعيم الاستثمار والتوسع في نشاطها مما يؤدي إلى زيادة أرباحها وتحقيقيها الموقع المميز في السوق .

ج/- التوغل في السوق العالمية:ويقصد به التحول من تغطية السوق المحلية إلى تغطية أسواق عالمية، وهذا للوصول إلى درجة متقدمة من السيطرة والتحكم في هذه الأسواق .

د/- الاطلاع المباشر على أهم الاكتشافات والبحوث العلمية:حيث تهدف المؤسسات إلى التحول من البث عن حل المشكلات أو الأزمة إلى التفوق بالاكتشاف والبحث والريادة في أفاق غير مسبوقة من العلم والمعرفة، وهي أفاق تتيح مجالات جديدة للتفوق وتتيح إمكانية التميز لمنتجات المؤسسة .

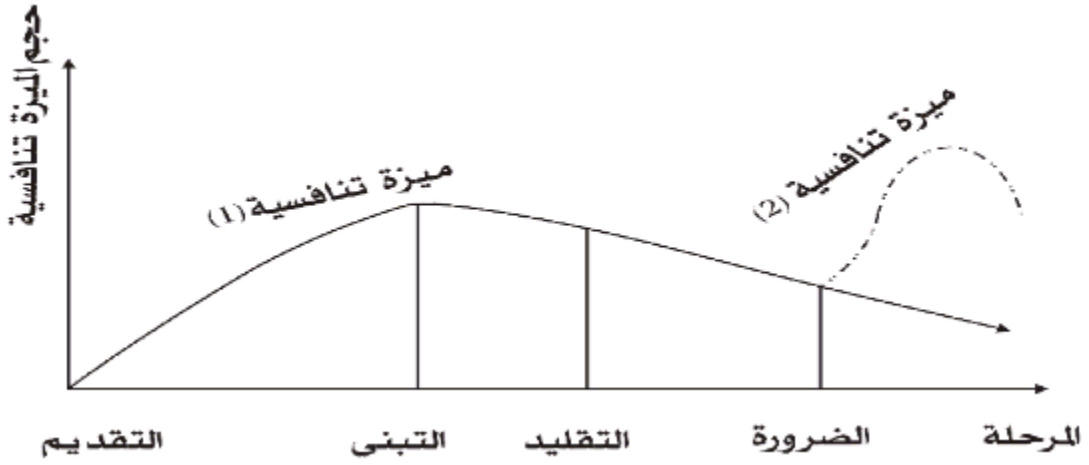
المطلب الثالث: محددات الميزة التنافسية

إن الميزة التنافسية للمؤسسة تتحدد وفقا متغيرين أساسيين حيث من خلالهما تتحدد إمكانية الميزة التنافسية على مواجهة المنافسين أو الصمود أمامهم والبقاء محتكرا لهذه الميزة لأكبر فترة ممكنة ويتمثل المتغيرين في

1/-حجم الميزة التنافسية:

يتوقف ضمان استمرار الميزة التنافسية على قدرة المؤسسة على الحفاظ عليها في وجه المنافسين التي تواجهها وكلما كان حجم هذه الميزة أكثر لاقت الشركات المنافسة صعوبة في محاكاتها[1] ومثلما هو الحال بالنسبة لدورة حياة المنتجات الجديدة فإن للميزة التنافسية دورة حياة أخرى كما هو مبين في الشكل التالي

الشكل رقم (2-2): دورة حياة الميزة التنافسية



المصدر: أم الخير مرداسي، أثر الثقافة التنظيمية في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة: فنادق ثلاث نجوم، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر، في علوم التسيير، تخصص: تسيير الاستراتيجي للمنظمات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016، ص36

- **مرحلة التقدم:** تعد أطول المراحل بالنسبة للمؤسسة المنشئة للميزة التنافسية بكونها تحتاج إلى إستعداد مادي ومالي مع تخطيط استراتيجي قوي ففي هذه المرحلة تكسب

[1] نريمان لامع، تأثير الكفاءة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة الموارد البشرية، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2019-2020، ص36

المؤسسة ميزة تنافسية عن بقية المنافسين وذالك من خلال القبول الذي يحظى به عند زبائنها وعملائها[1]

- **مرحلة التبني:** تعرف ميزة المؤسسة هنا استقرارا نسبيا من حيث الانتشار والتطوير باعتبار أن المنافسين بدؤوا يركزوا عليها وتكتسب المؤسسة أكبر عدد ممكن من وفورات الإنتاج وكذالك المداخيل المالية
- **مرحلة التقليد:** يتراجع حجم الميزة وتتجه شيئا فشيئا إلى الركود لكون المنافسين قاموا بتقليد ميزة المنظمة وبالتالي تراجع أسبقيتها عليهم ومن هنا يحدث انخفاض في الوفرات
- **مرحلة الضرورة:** تأتي هنا ضرورة تحسين الميزة الحالية وتطويرها بشكل سريع أو إنشاء ميزة جديدة، على أسس تختلف تماما على أسس الميزة الحالية وإذ لم تتمكن المنظمة من التحسين أو الحصول على ميزة جديدة فإنها تفقد أسبقيتها تماما وعندما يكون من الصعوبة العودة إلى التنافس من جديد باعتبار أنه لا يمكن أن تحوز المنظمة على ميزة تنافسية إلى الأبد وبالتالي فهي مطالبة بتتبع دورة حياة النشاط فيها [2] .

2/- نطاق التنافس:

يتشكل نطاق التنافس من أربعة أبعاد وهي:

[1] حمزة بن الزين، دور وظيفة البحث والتطوير في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسات البترولية، دراسة حالة مجموعة من المؤسسات البترولية خلال فترة 2006-2014، أطروحة مقدمة لاستكمال منطلبات شهادة دكتوراه الطور الثالث في ميدان علوم اقتصادية والتسسير وعلوم تجارية، تخصص إدارة الشركات البترولية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ، 2017-2018 ص31

[2] عائشة سليمان ة، دور تسيير الموارد في تحقيق الميزة التنافسية، -عامل الكفاءات في المؤسسة – دراسة حالة بالمطاحن الكبرى للظهرة مستغانم، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، في علوم التسيير، تخصص تسيير موارد بشرية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2010-2011، ص12

أ/-القطاع السوقي: يعكس مدى تنوع مخرجات المؤسسة وكذا تنوع الزبائن الذي يتم خدمتهم وهنا يتم الاختيار مابين التركيز على قطاع معين من السوق أو خدمة كل السوق [1] .

ب/- درجة التكامل الأمامي: التكامل الرأسي للأمام هو أن تتحمل المؤسسة مسؤولية التوزيع خلال الحلاقات المختلفة للوصول إلى المستهلك يشير إلى درجة أداء المؤسسة لأنشطتها سواء كانت داخلية أو خارجية فالتكامل الأمامي المرتفع مقارنة بالمنافسين قد يحقق مزايا التكلفة الأقل أو التميز

ج/-البعد الجغرافي: يمثل عدد المناطق الجغرافية أو الدول التي تنافس فيها المؤسسة ويسمح هذا البعد من تحقيق مزايا تنافسية من خلال تقديم نوعية واحدة من الأنشطة والوظائف عبر عدة مناطق جغرافية مختلفة وتبرز أهمية هذه الميزة بالنسبة للمؤسسات التي تعمل على نطاق عالمي حيث تقدم منتجاتها أو خدماتها في كل أنحاء العالم .

د/- قطاع النشاط: يعبر عن مدى الترابط بين الصناعات التي تعمل في ظلها المؤسسة فوجود روابط بين الأنشطة المختلفة عبر عدة صناعات من شأنه خلق فرص لتحقيق مزايا تنافسية عديدة فقد يمكن استخدام نفس التسهيلات أو التكنولوجيات أو الأفراد والخبرات عبر الصناعات المختلفة التي تنتمي إليها المؤسسة[2] .

---

[1] راضية مزور، دور بحوث التسويق في تحقيق الميزة التنافسية، -دراسة حالة مؤسسة موبيليز مديرية قسنطينة ووكالة أم البواقي، للمؤسسة مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، تخصص، تسويق خدمات، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016-2017، ص66

[2] رميساء شلغوم، أثر إدارة الجودة الشاملة على تطوير الميزة التنافسية في المؤسسة، حالة : مؤسسة صافيلي بعين أسمارة، مذكرة مقدمة لاستكمال نيل شهادة الماستر، في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، مؤسسة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013-2014، ص93

تعمل المؤسسة على البحث عن الميزة التنافسية التي تلائم قدرتها وميدان نشاطها ثم تحاول بعد ذالك وضع معايير وضوابط تتسم بالدينامكية لقياس درجة صواب الميزة المعتمدة والتعرف على الإطار والحدود التي تضبطها حتى يتم تحقيق النتائج المرجوة .

المبحث الثالث: أبعاد ومؤشرات الميزة التنافسية

تشير الميزة التنافسية إلى خاصية التي تميز المؤسسة عن غيرها من المؤسسات المنافسة وبالتالي تحقق لها موقفا قويا تجاه منافسيها ومن خلال هذا المبحث سنحاول توضيح ابعاد ومؤشرات الميزة التنافسية .

المطلب الأول: أبعاد الميزة التنافسية

تعتبر المؤسسات الحديثة من أهم اهتماماتها الرئيسية هو التركيز على احتياجات ورغبات الزبائن وتحويل هذه الاحتياجات إلى الأسواق المستهدفة أو ما يسمى بأبعاد التنافسية، وتركز المؤسسات بصفة عامة على هذه الأبعاد وتوليها اهتمام كبير بتوفير هذه الاحتياجات سواء كانت إنتاجية أو خدمية وذالك لتلبية الطل في الأسواق ويمكن أن تساعد هذه الأبعاد في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات التي تحرص على توفير إحتياجات الزبون ورغباته وتتمثل هذه الأبعاد في التكلفة، الجودة، المرونة، الابتكار[1]

- **التكلفة:** يجب على المؤسسات أن تراعي الحل الوسط بين التكلفة وما تقدمه من خصائص للسلع والخدمات، فأغلب المؤسسات تسعى إلى تخفيض التكاليف وتطبيق المراقبة المستمرة على المواد الخام وتحقيق مستويات أعلى من الإنتاجية .
- **الجودة:** يمكن تحقيق الجودة من خلال إضافة سمات فريدة للمنتجات التي تقدمها سواء كانت سلع أو خدمات لتعزيز جاذبيتها التنافسية، وذالك للاستفادة من العملاء من المرحلة النهاية في تقديم المنتجات، وتحقيق الجودة يتم من خلال بعدين هما تصميم

[1] عز الدين على سويسي نعمه عباس الخفاجي، الميزة التنافسية وفق منظور استراتجيات التغيير التنظيمي، ، دار الأيام لنشر والتوزيع، الطبعة العربية 2014، عمان الأردن، ص72

المنتج للتكيف مع وظيفته ونوعيته، وتتوقف على القدرة التنظيمية لتحويل المدخلات إلى مطابقة النواتج .

- **المرونة:** يقصد بالمرونة سرعة الاستجابة لاحتياجات الزبون بمعنى قدرة المنظمة على الإنتاج بكميات كبيرة وإدخال منتجات والتعديل في المنتجات الحالية، وتعني كذالك قدرة المؤسسة على تغيير أداء العمليات، مرونة المنتج، مرونة التسليم وتلعب المرونة دورا أساسيا في تمكين المؤسسة من التكيف مع المستجدات البيئية وضمان البقاء والاستمرار في السوق،
- **الابتكار:** يشير الابتكار إلى اهتمام المنظمة بدعم الأفكار الجديدة والتجربة وخلق العمليات في وقت أسبق من المنافسين، وتصميم وتنفيذ مجموعة من الأفكار الخلاقة وغير التقليدية وتحويلها إلى تطبيقات عملية تساهم في تحسين المنتجات الحالية أو خلق منتجات جديدة ويعد الابتكار احد الضروريات الأساسية في إدارة أعمال المؤسسات، فلم يعد كافيا أو مرضيا إدارة الأعمال بالطرق التقليدية الروتينية إذ أن الاستمرار دون ابتكار أو تطوير يؤدي إلى التراجع على الركب السريع في المضي إلى الأمام ومن ثم التوقف والخروج من المنافسة [1]

المطلب الثاني: معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية

للحكم على جودة الميزة التنافسية هناك عدة معايير نوجزها مايلي [2]:

1- مصدر الميزة: يمكن ترتيب الميزة التنافسية وفق درجتين هما:

- **مزايا تنافسية من مرتبة منخفضة:** مثل التكلفة الأقل لكل من قوة العمل والموارد الخام حيث يسهل نسبيا تقليدها ومحاكاتها من قبل الشركات المنافسة

[1] سارة بن موهوب، مساهمة إدارة المواهب في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الصحية الجزائرية الخاصة أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث، في علوم التسيير، تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2021-2022، ص37 ، 38

[2] عبد الرؤوف حجاج، الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص، اقتصاد وتسيير المؤسسات، جامعة، 20أوت 55، سكيكدة، 2006-2007 ص5-6

- **مزايا تنافسية من مرتبة مرتفعة:** مثل تكنولوجيا العالية، تميز المنتج (التميز من خلال تقديم منتج أو خدمة بجودة عالية)، السمعة الطيبة بشأن العلامة إستنادا إلى مجهودات تسويقية متراكمة، أو علاقات وطيدة مع العملاء محكومة بتكاليف تحويل أو تبديل مرتفعة وتتصف هذه المزايا بعدد من الخصائص من أهمها:

- يتطلب تحقيقها توافر مهارات وقدرات من مستوى مرتفع، مثل الأفراد المدربين تدريبا خاصا، لقدرات الفنية الداخلية والعلاقات الوطيدة من كبار العملاء .
- تعتمد على تاريخ طويل من الاستثمار المستمر والتراكمي في التسهيلات المادية، والتعلم المتخصص، البحوث والتطوير والتسويق .

ويترتب على هذه الأنشطة خلق مجموعة من الأصول الملموسة وغير الملموسة، وذالك في شكل سمعة طيبة أو علاقات وثيقة مع العملاء أو حصيلة من المعرفة المتخصصة، ويمكن القول بأن المزايا المترتبة عن التكلفة الأقل، أقل قابيلة للاستمرار والتواصل عن المزايا المترتبة عن تميز المنتجات أو الخدمات .

2-عدد مصادر الميزة التي تمتلكها المؤسسة: في حالة إعتماد المؤسسة على ميزة واحدة فقط مثل: تصميم المنتج بأقل تكلفة أو القدرة على شراء مواد خام رخيصة الثمن، فإنه يمكن للمنافسين تحديد أو التغلب على أثار تلك الميزة أما في حالة تعدد مصادر الميزة فإنه يصعب على المنافسين تقليدها جميعا .

3- درجة التحسين والتطوير والتجديد المستمر في الميزة:يجب أن تتحرك المؤسسات نحو البحث عم مزايا جديدة وبشكل سريع، وقبل قيام المؤسسات المنافسة بتقليد الميزة القائمة حاليا، لذا يتطلب الأمر قيام المؤسسات بتغيير المزايا القديمة، وخلق مزايا تنافسية جديدة أو من مرتبة مرتفعة .

المطلب الثالث: مؤشرات الميزة التنافسية

هناك العديد من المؤشرات التي تستخدم للدلالة على امتلاك المنظمات للميزة التنافسية مثل الربحي، الحصة السوقية، حجم المبيعات

1/- الربحية: مقياس يستعمل لتقييم أداء المشروعات عن طريق حساب نسبة صافي دخل الأصول أو الاستثمارات، ويمكن تعظيم الربحية عن طريق تحسين استثمارات المشروع . واستخدام التقنيات الحديثة واستخدام الموارد بشكل أفضل[1] ولغرض قياس الربحية هناك أربعة طرق مستخدمة وهي:

- ✓ العائد على الأصول .
- ✓ العائد على حقوق الملكية .
- ✓ العائد على الاستثمارات .
- ✓ هامش الربح .

وتحسب هذه المقاييس كما يلي

أ/- هامش الربح: ويحسب هامش الربح بقسمة صافي الأرباح المتحققة للمنظمة بعد الضرائب على المبيعات وتفسر النسبة الناتجة عن ذالك بأنها نسبة الأرباح المتواجدة والناجمة عن مبيعات المنظمة .

وتعبر المعادلة التالية عن هامش الربح

$$\text{هامش الربح} = \frac{\text{الربح صافي}}{\text{المبيعات}}$$

ب/- العائد على الأصول: يهدف حساب هذا العائد إلى قياس مدى كفاءة التشغيل في المنظمة ويحسب بقسمة صافي الأرباح على متوسط إجمالي الأصول

$$\text{العائد على الأصول} = \frac{\text{صافي الربح}}{\text{إجمالي الأصول}}$$

ج/-العائد على حقوق الملكية: ويحسب هذا العائد بقسمة صافي الأرباح على متوسط حقوق الملكية

[1] رمضانة بن الحبيب، دور أخلاقيات الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية ، دراسة حالة مؤسسة CIVENCO، تقرت، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي الطور الثاني، فرع علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة مرباح، ورقلة الجزائر، 2016-2017 ص9

$$\text{العائد على حقوق الملكية} = \frac{\text{الصافي الربح}}{\text{حقوق الملكية}}$$

د/-العائد على الاستثمار: يعد هذا المقياس من المقاييس المهمة في تقييم كفاءة الأداء حيث أنه يعبر عن مقدار الربحية ويقيس الأداء الاستثماري ويمكن من خلال هذا المقياس معرفة الربح كنسبة من المبيعات وكذالك معرفة دوران رأس المال وتعبر المعادلة التالية عن العائد على الاستثمار[1] .

$$\text{معدل العائد على الاستثمار} = \frac{\text{الربح}}{\text{المبيعات}} \times \frac{\text{المبيعات}}{\text{رأس المال المستثمر}}$$

2/-الحصة السوقية: حيث هذا المقياس يستخدم لحساب نصيب المنظمة من المبيعات في السوق مقارنة مع المنافسين الرئيسيين[2] ويعطي مقياس الحصة السوقية مؤشرا عن وضع المنظمة في السوق وانخفاضه يدل على أن هناك مشكلة ما يتعين على الإدارة حلها ويمكن قياس الحصة السوقية باستخدام ثلاث طرق [3]

- ✓ الحصة السوقية الإجمالية:وتحسب بقسمة مبيعات المؤسسة على إجمالي حجم المبيعات المبيعات الكلية في السوق .
- ✓ الحصة السوقية النسبية:وتحسب بقسمة مبيعات المنظمة الكلية على الإجمالية للسوق المخدوم .
- ✓ مبيعات أكبر المنافسين في السوق .

---

[1] نور الدبن سديرة ، دور التمكين الإداري في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة مؤسسة الاتصالات موبيليس قسنطينة، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر، في المسار علوم التسيير العلوم الاقتصادية، تخصص موارد بشرية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015، ص71

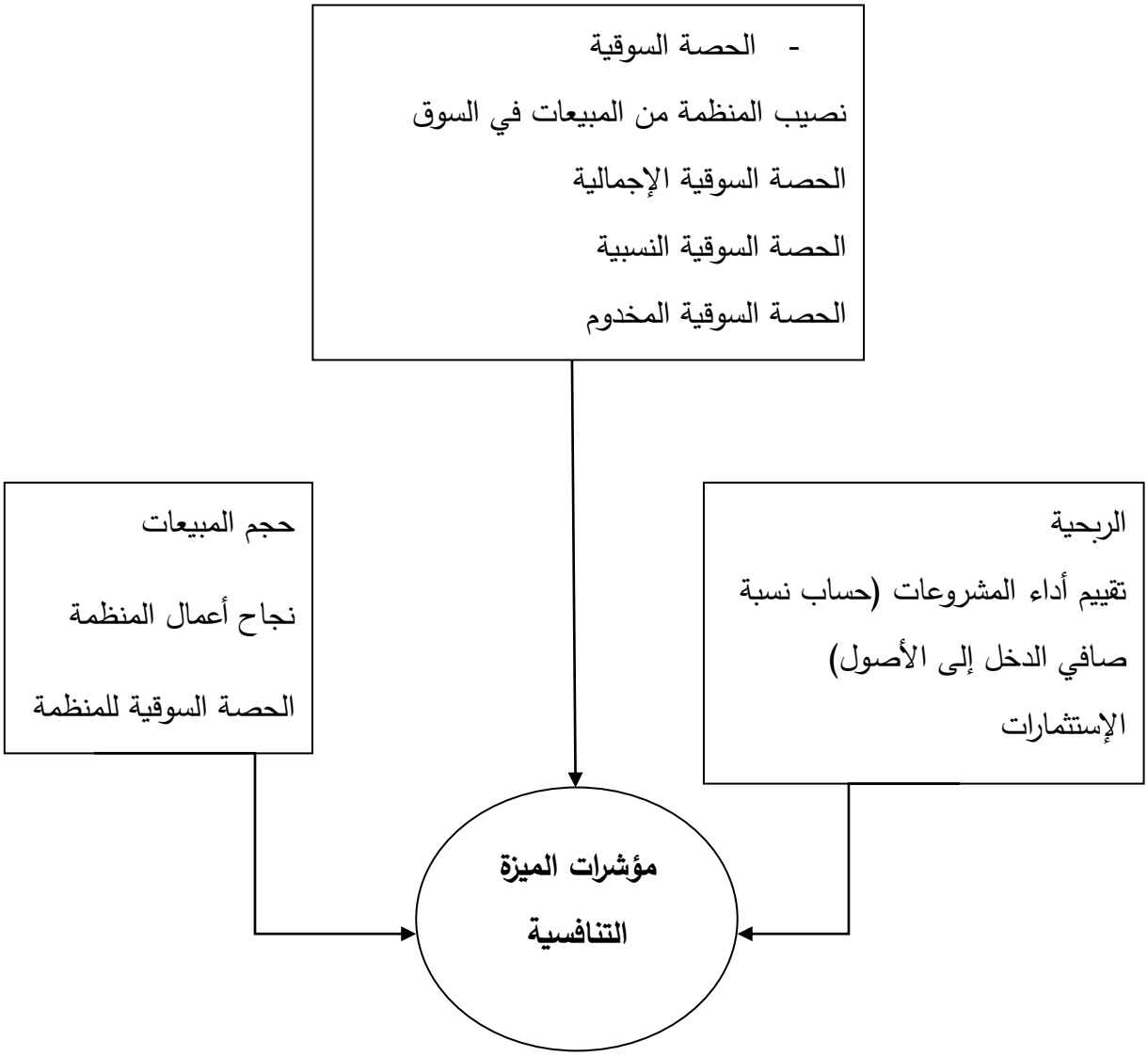
[2] أنس رفعت عبد الحميد أثر، عناصر المزيج التسويقي على الميزة التنافسية، دراسة ميدانية في مصانع البلاستيك الصناعية في عمان، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال/ كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، كانون الثاني، 2018، ص51

[3] محمد فوزي علي العتوم، رسالة منظمة رسالة المنظمة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية على قطاع صناعة الأدوية الأردني، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال /كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، للدراسات العليا، مايو، 2009، ص46-47

✓ حصة السوق المخدوم:وتحسب بقيمة مبيعات المنظمة على المبيعات

3/-حجم المبيعات: يعتبر حجم المبيعات مؤشرا على نجاح أعمال المؤسسة وعلى الحصة السوقية لها وتسعى معظم المؤسسات إلى وضع هدف محدد لها لمقدار حجم المبيعات المراد تحقيقه وذالك لمتابعة أداء المؤسسة ودرجة نجاحها في تحقيق أهدافها[1]

الشكل رقم(2-3): مؤشرات الميزة التنافسية



المصدر: أحلام عبابسة، أمينة العايش، ميمونة مرابط، دور ادارة المعرفة في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة ماستر أكاديمي، ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي ، 2017-2018 ص42

[1] بن جدو صفاء، مرجع سابق ذكره، ص19

خلاصة الفصل:

لقد جاء هذا الفصل من الدراسة كمحاولة لفهم العناصر الأساسية المتعلقة بالميزة التنافسية، وأهمية التميز في ظل تهديدات السوق مما جعله من العوامل التي تحدد قدرة المنظمة على الصمود في وجه المنافسين وضمان الاستمرار والنجاح كما تناولنا مختلف أنواع الميزة التنافسية

حيث تم التطرق بداية إلى ماهية الميزة التنافسية مرورا بتوضيح مفهوم الميزة التنافسية، أنواعها ومصادرها والتي تمثل الحالة التي تصل إليها المنشآت عندما تطور أو تملك مجموعة من الخصائص أو الموارد أو تنفذ مجموعة من الاجراءات التي تسمح لها بالتفوق في أدائها عن منافسيها

وأورد الفصل إضافة إلى ما سبق تفاصيل كثيرة حول عناصر الميزة التنافسية ومؤشراتها ومحددات نجاحها مع بيان معايير الحكم على جودة الميزة التنافسية

ويمكن القول أن المؤسسات المتميزة هي تلك التي تحاول بناء نقاط قوتها ومن ثم تمييزها في أحد أو بعض هذه المجالات: الجودة، الخدمة، القيمة، ولا يمكن للمنشأة تحقيق التميز في الجودة أو في أي مجال آخر تستهدفه إلا إذا نجحت في نقل هذا التميز إلى أذهان العملاء وكافة الأطراف المعنية .

الفصل الثالث:

بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

تمهيد:

من أجل تدعيم الدراسة النظرية وإعطاء قيمة للموضوع لابد من معالجته تطبيقيا، لذالك قمنا بإعداد استمارة (استبيان) تعكس إجابات العاملين لبنك الفلاحة والتنمية الريفية حيث نسعى من خلال هذا الفصل إلى تحقيق الهدف الأساسي من الدارسة هو كشف عن دور الابتكار المالي في دعم الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

سيتم في هذا الفصل وصف أفراد مجتمع الدراسة وعينة الدراسة بالإضافة إلى أدوات الدراسة والتأكد من صدق وثبات الدراسة وتقديم وصفا لخصائص عينة الدراسة والأهمية النسبية لفقرات الإستبانة وفي الأخير اختبار فرضيات الدراسة من أجل الوصول إلى الاستنتاجات والتوصيات التي تخدم الدراسة من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: البطاقة الفنية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

المبحث الثاني: تقديم عام لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية –البرواقية –

المبحث الثالث: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية –البرواقية –

المبحث الأول: البطاقة الفنية لبنك لفلاحة والتنمية الريفية

كان البنك الوطني BNA المسؤول عن تمويل القطاع الفلاحي، ونظرا للحاجات المتزايدة والمستمرة في القطاع الفلاحي اظهر عجزا ونقصا ملموسا في هذه المهمة، أدى ذالك إلى ضرورة إنشاء بنك آخر يكلف كلية بهذه المهمة على إنفراد .

المطلب الأول: تقديم عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

الفرع الأول: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية

ينتمي بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR إلى القطاع العمومي، إذ يعتبر وسيلة من وسائل سياسة الحكومة الرامية إلى المشاركة في تنمية القطاع الفلاحي وترقية العالم الريفي . مؤتم إنشاءه بموجب مرسوم رقم 82-106 الرخ في 13 مارس 1982 تبعا لإعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري، وذالك بهدف المساهمة في تنمية القطاع الفلاحي وترقيته، ودعم نشاطات الصناعات التقليدية والحرفية .

في هذا الإطار قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتمويل المؤسسات الفلاحية التابعة للقطاع الاشتراكي، مزارع الدولة والمجموعات التعاونية، وكذالك المستفيدين الفرديين للثروة الزراعية، مزارع القطاع الخاص، تعاونيات الخدمات، والدواوين الفلاحية والمؤسسات الفلاحية الصناعية إلى جانب قطاع الصيد البحري

وفي إطار الإصلاحات الاقتصادية تحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعد عام 1988 إلى شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 22 مليار دينار جزائري، مقسم إلى 2200 سهم بقيمة 1.000.000 دج للسهم الواحد، ولكن بعد صدور قانون النقد والقرض في 04/14 /1990 الذي منح استقلالية اكبر للبنوك وألغي من خلاله نظام التخصص، أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية والمتمثلة في منح التسهيلات الائتمانية وتشجيع عملية الادخار بنوعيها بالفائدة وبدون فائدة، والمساهمة في التنمية، مع وضع قواعد تحمي البنك وتجعل معاملاته مع زبائنه اقل

مخاطرة، ولتحقيق أهدافه وضع البنك إستراتجية شاملة من خلال التغطية الجغرافية لكامل التراب الوطني بأكثر من 395 وكالة [1] .

الفرع الثاني: تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

بنك الفلاحة والتنمية الريفية مؤسسة مالية ووطنية تتمتع بالشخصية المدنية والاستقلال المالي ويعد تاجر في علاقاته مع الغير حيث أعتبر بنك الفلاحة عند إنشائه وسيلة من وسائل سياسة الحكومة والتي ترمي إلى المشاركة في تنمية القطاع الفلاحي وترقية العالم الريفي، إذن فهو بنك متخصص مهمته تمويل القطاع الفلاحي وال أنشطة المختلفة في الريف وذالك بقص تطوير الإنتاج الغذائي النباتي والحيواني على الصعيد الوطني .

إن بنك الفلاحة يندرج تلقائيا في قائمة البنوك التجارية باعتباره مؤسسة مالية وطنية فهو يتميز في أن واحد بنك الودائع "يقبل الودائع التجارية أو الأجل ويقرض الأموال بآجال مختلفة "، وبنك التنمية "يمنح قروضا متوسطة وطويلة الأجل تستهدف تستهدف تكوين أو تجديد رأس المال الثابت، وهو يعطي امتياز للمهن الحرة الفلاحية والريفية بمنح قروض بشروط أسهل (أي سعر الفائدة أقل وضمانات أقل مما يفعله مع غيرها)[2]

الفرع الثالث: مراحل تطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية

مر بنك الفلاحة والتنمية الريفية عن بنك التنمية المحليةB . N . A سنة 1982، واهتم في هذه المرحلة بتحقيق هدفه الوحيد وهو إثبات وجوده في التخصص المستند إليه ضمن النشاطات الفلاحية، حيث قام بفتح العديد من الوكلات في أشهر المناطق الفلاحية،

[1] غريبي محمد، لوناس حمزة، دور البنوك التجارية في تمويل قطاع المقاولتية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة المدية –، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم المالية والمحاسبة، تخصص مالية وبنوك، جامعة يحي فارس جامعة المدية، 2021-2022، ص70-71

[2] فريد شيطر، أهمية رضا العميل الداخلي في تحقيق رضا العميل الخارجي للبنك، "دراسة حالة بنك الفلاحة التنمية الريفية وكالة عين آزال 699 –سطيف –، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص تسويق مصرفي، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2020-2021، ص35

وخلال فترة زمنية تمكن البنك من اكتساب سمعة عالية في ميدان القطاع الزراعي والصناعي الغذائية والصناعية الميكانيكية الفلاحية

المرحلة الثانية (1989-1999):

استطاع بنك الفلاحة والتنمية الريفية أن يدخل هذه المرحلة من بابها الواسع فقام بإدخال تكنولوجيا معلوماتية خاصة قطاع المؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة، حيث:

- في سنة 1991: قام بتطبيق نظام SWIFT الخاص بالعمليات التجارية الدولية
- في سنة 1992: قام ببرمجيات PROGICIEL SYBU مع فروعه المختلفة من أجل تسهيل العمليات البنكية كتسيير القروض، تسيير عمليات الصندوق والفحص من بعد لحساب العملاء بالإضافة إلى تسيير المودعات كما قام بإدخال المعلوماتية على كل العمليات التجارية (عمليات فتح القروض الوثائقية التي لا تفوق 24 سا حاليا على الأكثر)، كما قام بإدخال مخطط الحسابات الجديدة على مستوى الوكلات،
- في سنة 1993: نجاح عملية إدخال المعلوماتية على جميع أعمال البنك .
- في سنة 1994: ظهور خدمة جديدة تتمثل في بطاقة السحب والتسديد .
- في سنة 1996: قام بعملية الفحص السلكيTELETRAITEMENT ، التي سهلت العمليات البنكية عن بعد وفي الوقت المطلوب .
- في سنة 1998: قام باستعمال بطاقة السحب بين البنوك .

المرحلة الثالثة: (1999-2005):

اعتمد بنك الفلاحة والتنمية الريفية على برنامج خماسي من أجل سير التمويلات الاقتصادية و الاجتماعية، ومن أجل تلبية أكبر قدر من حاجيات ورغبات العملاء خاصة وأنها عرفت تنوعا وتعدادا، بالإضافة إلى ذالك دخول البنك ميدان العالمية حيث أصبح بنكا

شاملا يتدخل في تميل كل القطاعات الاقتصادية وبالأخص مجال الاستثمار المستعمل من طرف رجال الأعمال، وبفضل هذا التطور ثم إنجاز عدة مشاريع أهمها:

- في سنة 2000: القيام بفحص دقيق لنقاط القوة والضعف لأداء البنك، كذالك إنجاز مخطط التسوية للمؤسسة لمطابقة القيم الدولية .
- في سنة 2001: قام بالتطهير المالي والمحاسبي، تقليل الوقت، تخفيف الإجراءات الإدارية والتقنية، إدخال مخطط جديد في الحسابات على مستوى المحاسبة المركزية وتعميم الشبكة عبر الوكالات والمنشأة المركزية بالإضافة إلى تحقيق مشروع البنك المجالس .
- في سنة 2002: تطوير نظام الشبكة المحلية مع إعادة تنظيم البرنامج SYBU كزبون مقدم للخدمة وتعميم مشروع البنك المجالس على المستوى الوطني

المرحلة الرابعة:(2005-2017):

قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية في هذه المرحلة إلى إعادة تخصصه في الميدان الفلاحي أي تمويل النشاطات الفلاحية والمجالات المتعلقة بها .

المرحلة الخامسة: (2017 إلى يومنا هذا) .

حيث قام البنك بقفزة نوعية على مستوى تغيير شامل وكامل للنظام وتبني نظام جديد FLEXCUBE حيث يسمح هذا النظام الرقمي الجديد والمطور بالولوج في نفس الوقت من جميع الوكلات والقيام بالعمليات البنكية للزبائن، كما يمكن للزبون الاطلاع على حسابه عبر كامل الوطن أو تحويلات مالية آنية وبسهولة . كما قام البنك بإطلاق خدمات الكترونية جديدة مثل BADR ON LIGNE وBADR SMS والتي تسمح الخدمة الأولى من تلقي رسالة نصية قصيرة عند أي حركة في الحساب الجاري للزبون، أما الخدمة الثانية

تسمح للزبون بالقيام بعدت عمليات عبر الانترنت من حسابه البنكي وكذا الاطلاع على كشف الحساب الشهري أو السنوي حسب الطلب [1] .

الفرع الثالث: مبادئ بنك الفلاحة والتنمية الريفية

يعتمد البنك على مبادئ عديدة في عمله ومن بينها مايلي: [2]

1- مبدأ حسن المعاملة: حيث يحرص البنك على توفير المعاملة الحسنة القائمة على الإحترام المتبادل بغرض إسعار المتعاملين بالاطمئنان وكذا تبسيط وتسهيل المعاملات كالإيداع، السحب، الإقراض، طلب المعلومات .

2- مبدأ الشفافية: يعمل البنك جاهدا على توفير المعلومات الدقيقة والصحيحة والآتية للعميل حتى يكون على علم بالتغيرات ذات تأثير المباشر على جمال الخدمة المعنية .

3- مبدأ الضمان: يضمن البنك للمتعاملين معه حقوقهم وخاصة المودعين منهم، وذالك لأن البنك يستعمل هذه الودائع ضمن نشاطه الإقراضي مما يوجب حرصه على استعادة ما تم إقراضه وذالك ليتأثر إلا من خلال قبض رهن عيني وآخر كتابي يمكن البنك من استعادة أمواله

4- مبدأ مواجهة خطر السيولة: يحتفظ البنك دائما بسيولة نقدية تمكنه من تخطي كل العواقب التي قد تعترضه ومواجهة طلبيات السحب بكل أنواعها وكذا عدم تفويت الفرص التي تظهر في السوق وكسب زبائن جدد .

---

[1] عزيري فاطمة، الزهراء بلعربي، عتيقة دور نظم الدفع المعاصرة في تحسين تنافسية البنوك التجارية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR–وكالة المدية –، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في المالية والمحاسبة، تخصص، مالية المؤسسة، جامعة الدكتور يحي فارس –المدية –، 2022/2021، ص51-52-53

[2] سليمة رزالي، فطيمة دلوش، دور استخدام تكنولوجيا لمعلومات في تطوير الخدمة المصرفية (دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المدية)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في لعلوم لتجارية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2019-2020 ص 82-83

5- مبدأ الثقة: إن تقديم المقترض للضمانات المطلوبة بخلق نوعا ما من ثقة لدى البنك بأن أمواله سوف تعود إليه كما أن المودعين إذا اطمئنوا على ودائعهم كان ذالك عاملا أساسيا في كسب ثقتهم مما يسهم في إبقاء ودائعهم لدى البنك .

6- مبدأ تسيير الخزينة: حيث يقوم البنك بالسهر على حسن تسيير خزينته، من خلال الإبقاء على نسبة معينة من أهداف تغطيه وحسابات المتعاملين، فما يعمل البنك على إرسال الفائض إلى خزينة البنك المركزي، وذالك من باب الحفاظ على الأموال .

الفرع الرابع: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية [1]

- المساهمة في زيادة الدخل القومي .
- إعادة تنظيم جهاز الإنتاج الفلاحي بتطوير وتعميم استعمال الإعلام الآلي وتجديد الثورة وعصرنتها .
- إشراك الزراعة وتنمية حصتها في مجال الإنتاج الوطني .
- توسيع الأراضي الفلاحية وتحسين الخدمات .
- العمل على احتكار تمويل أغلب المشاريع الفلاحية والمقاولاتية وتدعيم الشباب .
- تطوير الجهود قصد تحقيق نتائج أفضل وأكبر في تحصيل القروض في جدب موارد إضافية .
- إعادة تمركز البنك بهدف التمويل ومن أولوياته تركيز الجهود على تطبيق صيغ مناسبة للتمويل خاصة في القطاع الفلاحي والصيد البحري .

[1] ريمة صويلح ة، كبسة إيمان، أهمية نظام المعلومات المحاسبية في عمليات اتخاذ قرار منح القرض في البنوك، دراسة حالة : بنك الفلاحة والتنمية الريفية –جيجل –، مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي في لعلوم المالية والمحاسبية، تخصص، محاسبة وجباية معمقة، جامعة محمد الصديق بن يحي، – جيجل –، 2020-2021، ص39

المطلب الثاني: تقديم عام لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية – البرواقية –

من خلال دراستنا في وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية قمنا بالتعرف أولا على هذه الوكالة والتي سوف نتطرق إليها فيما يلي:

الفرع الأول: نشأة وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية –البرواقية –

في إطار توسيع نشاطات بنك الفلاحة والتنمية الريفية ونظرا لحجم الحاجات ذات الطابع الفلاحي الاستثماري خاصة فيما يخص ولاية المدية باعتبارها منطقة زراعية جاء قرار تأسيس وإنشاء وكالة البرواقية 853 في 01-07 -1987، حيث تقع في 10 شارع الجمهورية بالبرواقية، تحت إدارة السيد بوتشنت [1]

الفرع الثاني: مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية

يمكن أهم مهام وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية فيما يلي:

-وضع الإمكانيات المالية من قيل الدولة الجزائرية لتدعيم وتنمية القطاع الفلاحي، الري، الصيد، النشاطات الحرفية

- القيام بالمساعدات المالية الضرورية للنشاطات المتعلقة بالمؤسسات الخاصة والتي تساهم في تنمية العالم الريفي

- اعتباره كأداة من أدوات التخطيط المالي للمشاريع الفلاحية المسيطرة في مختلف المستويات التنموية .

- منح قروض طويلة متوسطة ومتوسطة الأجل .

- معالجة جميع العمليات البنكية (قروض، صرف، خزينة) .

- تمويل مختلف العمليات المتعلقة بالتجارية الخارجية

[1] معلومات مقددمة من من طرف وكالة بنك لفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية

المطلب الثالث:الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية –البرواقية –

يتكون الهيكل التنظيمي لوكالة البرواقية من:

1. **مدير الوكالة:** مهمته الإشراف العام على التسيير الحسن للوكالة ومراقبة كل الأنشطة والعمليات المجراة .

– **السكريتاريا:** مهمتها الإشراف على كل المكالمات الواردة والصادرة للوكالة بالإضافة إلى البريد الصادر والوارد والسندات المقدمة للإمضاء

2. **واجهة الوكالة** (Front office) وتتكون من:

– المشرف (Super viseur): يشرف على لوجه المقابل للوكالة حيث يستقبل الزبائن كل حسب انشغاله .

– مكتب الاستقبال(Accueil & orientation): يتكلف باستقبال الزبائن وتوجيههم .

– المكلفون بالزبائن (Charge de clientéle): ينقسم إلى قسمين:

- مكلف بالزبائن خاص بالمؤسسات: وهو الموظف الذي يتكفل بكل الشؤون المنعلقة بالأشخاص المعنويين (شركات، مؤسسات) ذات طابع تجاري .
- مكلف بالزبائن خاص بالأشخاص: وهو الموظف الذي يتكفل يتكفل بكل الشؤون المتعلقة بالأشخاص الطبيعيين (الأفراد)، بالإضافة إلى النوادي الرياضية والجمعيات الخيرية التي هدفها غير تجاري .

3. **قطب الصفقات النقدية**(Pole transaction): ويتكون من:

– رئيس المصلحة(Chef de service): وهو المسؤول عن العمليات النقدية للوكالة .

– الصندوق الرئيسي (Caisse principale): يشرف على أمين الصندوق الذي يقوم بالعمليات النقدية الفعلية اليومية (السحب والإيداع) .

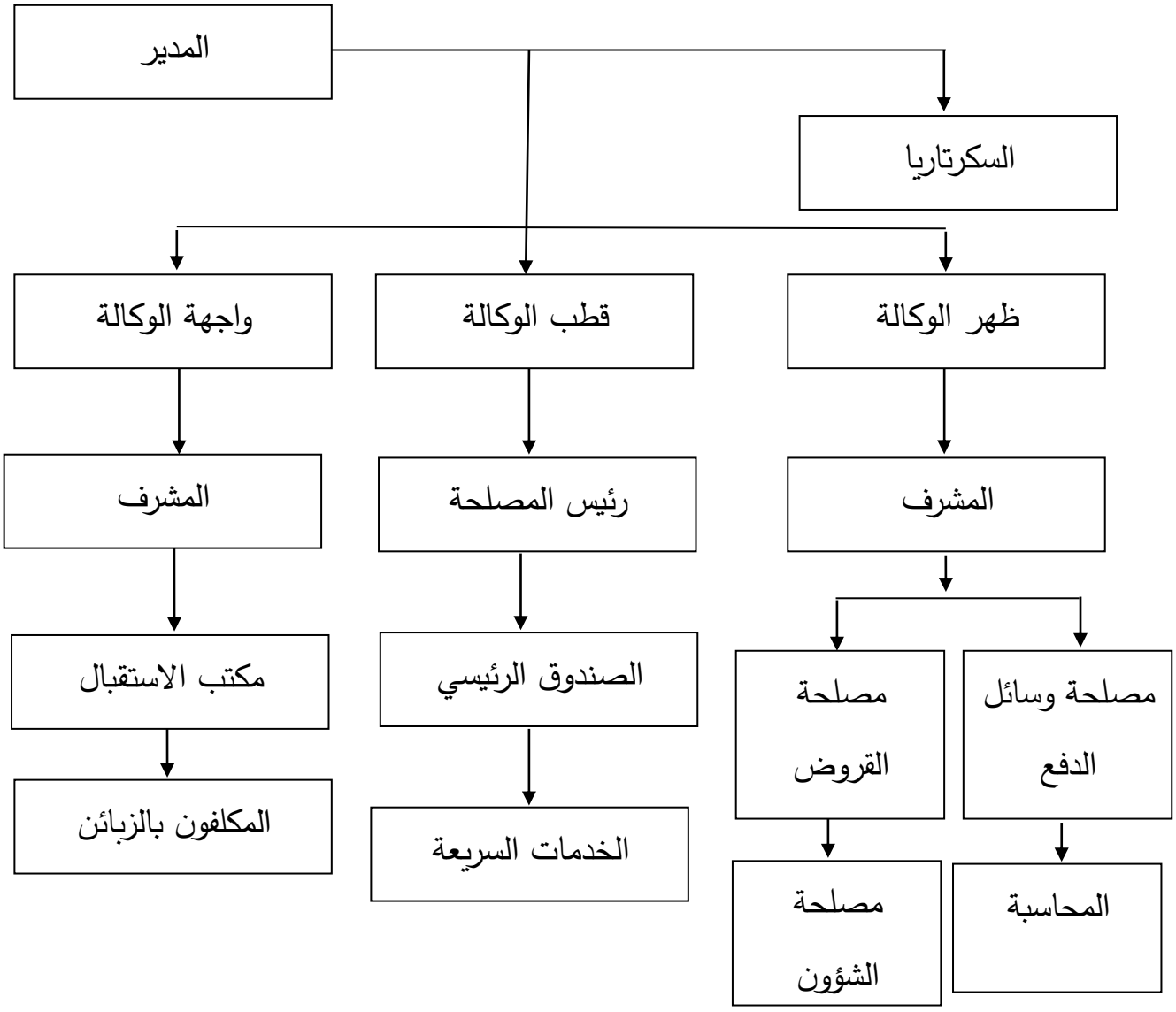
– الخدمات السريعة (Service rapide): تتمثل في معالجة الآلية لعمليات السحب بالعملات الوطنية والأجنبية .

– التسجيل المحاسبي لعمليات الإيداع(Compta versement): بعد إيداع الزبائن للأموال في الصندوق بالعملة الوطنية والأجنبية تقيد العمليات محاسبيا لتثبيت المبلغ في حساب الزبون .

4. **ظهر الوكالة** (Back office): يسمى بالظهر لموقعه في الوكالة بحيث لايمكن ملاحظته أو مشاهدته بعد دخول الوكالة، ويتكون من:

- المشرف(Super viseur): يشرف على الوجه الخلفي للوكالة .
- مصلحة القروض(Crédit): فيها يتم دراسة جميع الملفات المتعلقة بالقروض المستقبلة من طرف المكلفين بالزبائن و إرسالها للمجمع الجهوي للاستغلال، كما يقوم بإجراء الإحصائيات المتعلقة بكل القروض ومتابعتها .
- مصلحة وسائل الدفع(Moyens de paiements): وتتمثل في كل التحويلات المالية بالعملة الوطنية والأجنبية إلى المقاصة الآلية .
- مصلحة المحاسبة (Comptabilit): ويتم فيها التحقق والتأكد من جميع العمليات البنكية المجراة سابقا، بالإضافة إلى دفع تكاليف الوكالة المتمثلة في فواتير الغاز، الكهرباء، الصيانة وشراء المعدات .
- مصلحة الشؤون القانونية والمنازعات(Juridique): يتم فيها متابعة كل العمليات ذات طابع القانوني والنزاعات مع الزبائن .

الشكل رقم (3-1): الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية



مصدر: معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

المبحث الثاني: عرض وتحليل الدراسة التطبيقية

تهدف هذه الدراسة التعرف على آراء أفراد عينة الدراسة حول اثر الابتكار المالي على دعم الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، بداية سنحاول تحديد المنهج المعتمد في الدراسة بعدها نتعرف على مجتمع وعينة الدراسة ثم سنتطرق إلى محتوى الاستبيان والاختبارات المتعلقة به وفي الأخير الاختبارات الإحصائية المستخدمة لتحليله .

المطلب الأول: منهج ومجتمع وعينة الدراسة .

أولا: منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج المناسب لموضوع بحثنا والذي سنحاول من خلاله معرفة اثر الابتكار المالي على دعم الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

ثانيا: مجتمع الدراسة

في دراستنا هذه يمثل مجتمع البحث موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة البرواقية 853.

ثالثا: عينة الدراسة .

نظرا لعدم القدرة على إجراء الدراسة على المجتمع ككل ، قدمنا 40 إستبانة كالتالي:بوكالة البرواقية تم إسترجاع 37عينة تمت دراستها وتحليلها

المطلب الثاني: أدوات الدراسة .

لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة استخدمنا الاستبيان الذي يعد من أكثر أدوات البحث شيوعا في مجال الدراسات والبحوث المسحية، كما قمنا بتصميمه في ضوء الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع .

أولا: مضمون الاستبيان

بناءً على مشكلة الدراسة وأهدافها، وبناءً على أدبيات الدراسة، قمنا بتصميم استبيان طبقا للمحاور الأساسية، وقد قسمنا الاستبيان إلى جزئيين نعرضها كاللاتي:

الجزء الأول يتعلق بالبيانات الشخصية لعينة الدراسة .

كما قاما الطالبتين بتخصيص الجزء الثاني لمحورين:

المحور الأول، الابتكار المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية (المتغير المستقل)، حيث اشتمل على (13) عبارات .

المحور الثاني، الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية (المتغير التابع)، اشتمل على(12) عبارة تتضمن أربعة أبعاد .

واشتملت الاستبيان ككل على (25) عبارة، تم صياغتها بالأسلوب الثابت الايجابي، حتى يمكن معالجتها وفقا الأساليب الإحصائية و السلم المستخدم .

ثانيا: المقياس المستخدم .

تم استخدام مقياس ليكرت الرباعي لقياس استجابة العينة على عبارات الاستبيان، ويعتبر هذا المقياس أكثر المقاييس استخداما، وهو يتكون من أربعة خيارات **أوافق بشدة، أوافق، لا أوافق، لا أوافق بشدة** كما يوضحه الجدول الأتي:

جدول رقم (3-1): الخيارات المكونة لمقياس ليكرت الرباعي .

العبارات	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق	لا أوافق بشدة
الدرجة	4	3	2	1

وحتى يمكن قياس اتجاهات أفراد العينة تم إعطاء نقاط لهذه الاختيارات، وتم تقسيم السلم إلى خمس مجالات لتحديد درجة الموافقة كما يوضحه الجدول الأتي:

جدول رقم(3-2):قيمة الوسط المرجح ودرجات الموافقة لعينة الدراسة.

الاتجاه	الوسط المرجح	درجة الموافقة
الاتجاه الأول	**1 اقل 1.75**	**ضعيفة جدا**
الاتجاه الثاني	**1.75 اقل 2.5**	**ضعيفة**
الاتجاه الثالث	**2.5 اقل 3.25**	**متوسطة**
الاتجاه الرابع	**3.25 إلى 4**	**عالية**

واعتبرا الطالبتين المتوسطات في الجدول رقم (3-2) هي الحد الفاصل بين مستوى الاستجابات في أداة الدراسة وذلك لمتوسط الاستجابة للبعد أو المحور

ثالثا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

اعتمدت الدراسة على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية: S.P.S.S(الإصدار20) للقيام بعملية التحليل الإحصائي للبيانات والتوصل إلى الأهداف الموضوعة في إطار هذه الدراسة، كما تم اعتماد مستوى دلالة (0.05) الذي يقابله مستوى ثقة (0.95) لتفسير نتائج كل الاختبارات التي تم إجراؤها، واعتمدت الدراسة على الاختبارات المعلمية لأنها اختبارات مناسبة في حالة وجود بيانات ترتيبية، حيث أن مقياس ليكرت المستخدم في الدراسة يعتبر مقياسا ترتيبيا، كما اعتمدت على الأدوات الإحصائية التالية:

1- قياس الاتساق الداخلي .

2- قياس معامل الثبات.

3- اختبار التوزيع الطبيعي.

4- التحليل الوصفي للبيانات الشخصية.

5- التحليل الوصفي للمتغيرات المستقلة والتابعة.

6- تحليل معامل الانحدار الخطي البسيط لاختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة.

استعانا الطالبتين لصدق أداة الاستبيان، في عينة الدراسة الاستطلاعية البالغ حجمها 35 مفردة، بحساب معاملات الارتباط و معامل الثبات.

أولا: تحكيم أداة الاستبيان.

اعتمدا الطالبتين في تحكيم الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المختصين الذين لهم دراية بتفاصيل الموضوع للأخذ با أرائهم، حيث تم تثبيت العبارات المتفق عليها اغلب المحكمين وتم تعديل ما تم الاختلاف فيه ثم أعيد عرض الاستبيان مرة أخرى للتحكيم النهائي على الأساتذة،

ثانيا: الاتساق الداخلي لعبارات محور الابتكار المالي

لتحديد مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية بين العبارات ومحور الابتكار المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، اعتمدت الدراسة على معامل سبيرمان (Spearman) لقياس قيمة الارتباط بين العبارات والمحور، حيث تم حذف العبارات (1-2-5) لعدم ارتباطها مع المحور انظر ملحق رقم (02)، وتم الاحتفاظ بباقي العبارات المرتبطة بالمحور، كما يبينه الجدول الأتي:

الجدول رقم (3-3): اختبار الاتساق الداخلي للعبارات ومحور الابتكار المالي.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
	محور الابتكار المالي	**1**	-
3	يتم تشجيع فرق العمل الداخلية قصد تحسين وتطوير المنتجات والخدمات الجديدة	0,409*	0,015
4	يمنح البنك الحرية للعاملين في حل المشكلات الفورية المتعلقة بتقديم الخدمات	0,546**	0,001
6	يعرض البنك منتجات جديدة من قبل المنافسين	0,543**	0,001
7	أدخل البنك تقنيات جديدة للعمل غلى رفع خدماته مقارنة بالمنافسين	0,393*	0,020

8	يسعى البنك إلى ابتكار أنظمة لقياس ومراقبة جميع مخاطر السيولة	0,566**	0,000
9	يأخذ البنك السيولة بصورة مربحة عند الابتكار منتجات وخدمات جديدة	0,576**	0,000
10	يتمهل البنك في تبني أفكار تنطوي على المخاطرة	0,688**	0,000
11	يوفر البنك التمويل الجماعي للمنظمات والهيئات المالية سواء في شكل قروض أو استثمارات	0,598**	0,000
12	تضع الوكالة برامج تدريب مكثفة هدفها استثمار قدرات العاملين	0,414*	0,013
13	يخضع العاملين في الوكالة إلى التدريب كل سنة ولو مرة واحدة	0,422*	0,012

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss).

يشير الجدول رقم(3-3) أن قيمة معامل الارتباط لعبارات المحور محصورة بين (**0,393***) (**0,598****) ذات دلالة إحصائية اقل من (**0.05**) ما يدل على وجود ارتباط بين العبارات ومحور الابتكار المالي.

ثالثا: الاتساق الداخلي لعبارات أبعاد محور الميزة التنافسية.

لتحديد مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية بين العبارات وأبعاد محور الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، اعتمدت الدراسة على معامل سبيرمان (Spearman) لقياس قيمة الارتباط بين العبارات والأبعاد التي تنتمي إليها.

1- الاتساق الداخلي لبعد التكلفة:

اعتمدت الدراسة على معامل الارتباط Spearman تم تحديد مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية بين العبارات و بعد التكلفة، كما يبينه الجدول الأتي:

الجدول رقم (3-4):اختبار الاتساق الداخلي للعبارات و بعد التكلفة.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
	بعد التكلفة	**1**	-
14	يقوم البنك بتحفيز الموظفين الذين يقدمون أفكار جديدة مساهمة في تخفيض التكاليف	0,791**	0,000
15	يعمل البنك على تقديم منتجات وخدمات جديدة بالتكلفة المناسبة لكسب ميزة التنافسية	0,733**	0,000
16	يسعى البنك إلى تخفيض التكاليف لعملياته الداخلية لتوفير منتجات جديدة باسعار منافسة	0,521**	0,001

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss).

يشير الجدول رقم(3-4) أن قيمة معامل الارتباط لعبارات البعد محصورة بين (**0,521**) (**0,791**) ذات دلالة إحصائية اقل من (**0.05**) ما يدل على وجود ارتباط بين العبارات وبعد التكلفة.

2- الاتساق الداخلي لبعد الجودة:

اعتمدت الدراسة على معامل الارتباط Spearman تم تحديد مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية بين العبارات و بعد الجودة، كما يبينه الجدول الأتي:

الجدول رقم (3-5):اختبار الاتساق الداخلي للعبارات و بعد الجودة.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
	بعد الجودة	**1**	-
17	يحرص البنك على تقديم الجودة بإستخدام تقنية متطورة	0,647**	0,000
18	تعد الجودة احدى ركائز عملية المنافسة لدى البنك	0,613**	0,000
19	يخصص البنك وحدة متخصصة لضبط الجودة	0,932**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss).

يشير الجدول رقم(3-5) أن قيمة معامل الارتباط لعبارات البعد محصورة بين (**0,613) (**0,932) ذات دلالة إحصائية (0.000) ما يدل على وجود ارتباط بين العبارات وبعد الجودة.

3- الاتساق الداخلي لبعد المرونة:

اعتمدت الدراسة على معامل الارتباط Spearman تم تحديد مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية بين العبارات و بعد المرونة، كما يبينه الجدول الأتي:

الجدول رقم (3-6):اختبار الاتساق الداخلي للعبارات و بعد المرونة.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
	بعد المرونة	**1**	-
20	يستجيب البنك بسرعة لاحتياجات وتطلعات الزبائن	0,678**	0,000
21	يمتلك البنك أليات تضمن له الإستجابة السريعة لإختيارات الزبائن	0,831**	0,000
22	يمكن للبنك تلبية الطلبات المتزايدة لعملائه كما ونوعا	0,554**	0,001

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss).

يشير الجدول رقم(3-6) أن قيمة معامل الارتباط لعبارات البعد محصورة بين (**0,554) (**0,831) ذات دلالة إحصائية (0.000) ما يدل على وجود ارتباط بين العبارات وبعد المرونة.

4- الاتساق الداخلي لبعد الابتكار:

اعتمدت الدراسة على معامل الارتباط Spearman تم تحديد مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية بين العبارات و بعد الابتكار، كما يبينه الجدول الأتي:

الجدول رقم (3-7):اختبار الاتساق الداخلي للعبارات و بعد الابتكار.

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
	بعد الابتكار	**1**	-
23	يحرص البنك دائما على تقديم خدمات جديدة	0,535**	0,001
24	يسعى البنك إلى تشجيع روح الإبداع والابتكار بين الموظفين	0,959**	0,000
25	يحرص البنك على الإستفادة من أفكار وأراء الموظفين	0,923**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss).

يشير الجدول رقم(3-7) أن قيمة معامل الارتباط لعبارات البعد محصورة بين (**0,535**) (**0,995**) ذات دلالة إحصائية اقل من (**0.05**) ما يدل على وجود ارتباط بين العبارات وبعد الابتكار.

رابعا: ثبات أداة الدراسة.

من أشهر مقاييس الثبات الداخلي مقياس ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha Coefficient) الذي يستخدم في حالة وجود أكثر من بديلين للإجابة، وهذا لمعاجلة عبارات أداة الدراسة للتأكد من ثباتها وبعدها نحصل على معامل الثبات الكلي، كما يوضحه الجدول الأتي:

جدول رقم(3-8) اختبار الثبات لأداة الدراسة.

المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات
الابتكار المالي	10	0,708
الميزة التنافسية	12	0,872
أداة الدراسة	22	0,887

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج البرنامج (Spss).

يتضح من خلال النتائج المعروضة في الجدول رقم (**3-8**) أن معامل ثبات محور الابتكار المالي بلغ قيمة (**0,708**) كما بلغ معامل ثبات محور الميزة التنافسية (**0,872**) وبلغ

معامل ثبات أداة الدراسة ككل **(0,887)** ومنه فان جميع القيم المتحصل عليها في مستوى أكبر من **60 %** ما يشير للثبات وصدق عبارات أداة الدراسة لقياس المقصود من قياسه، وإمكانية تطبيق الأداة في الظروف المماثلة.

خامسا: اختبار التوزيع الطبيعي.

اعتمد الدراسة على اختبار شابيرو في التوزيع الطبيعي لعينة الدراسة كما يبينه الجدول الأتي:

الجدول رقم(3-9):اختبار التوزيع الطبيعي.

متغيرات الدراسة	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية Sig.
بعد التكلفة	0,965	0,423
بعد الجودة	0,951	0,179
بعد المرونة	0,940	0,059
بعد الابتكار	0,949	0,091
الابتكار المالي	0,904	0,058
الميزة التنافسية	0,947	0,351

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss).

يشير الجدول رقم (3-9) أن اختبار التوزيع الطبيعي شابيرو **(Shapiro-Wilk)** لجميع متغيرات الدراسة بلغ قيمة احتمالية اكبر من **0.05** وعلية فعينة الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي من ما يسمح بإجراء باقي الاختبارات.

المبحث الثالث: تحليل ومناقشة النتائج

المطلب الأول: التحليل الوصفي لنتائج الدراسة .

أولا: التحليل الوصفي لمتغيرات البيانات الشخصية .

سنتناول من خلال هذا المطلب التحليل الوصفي للبيانات الشخصية الذي يشكل الجزء الأول من الاستبيان .

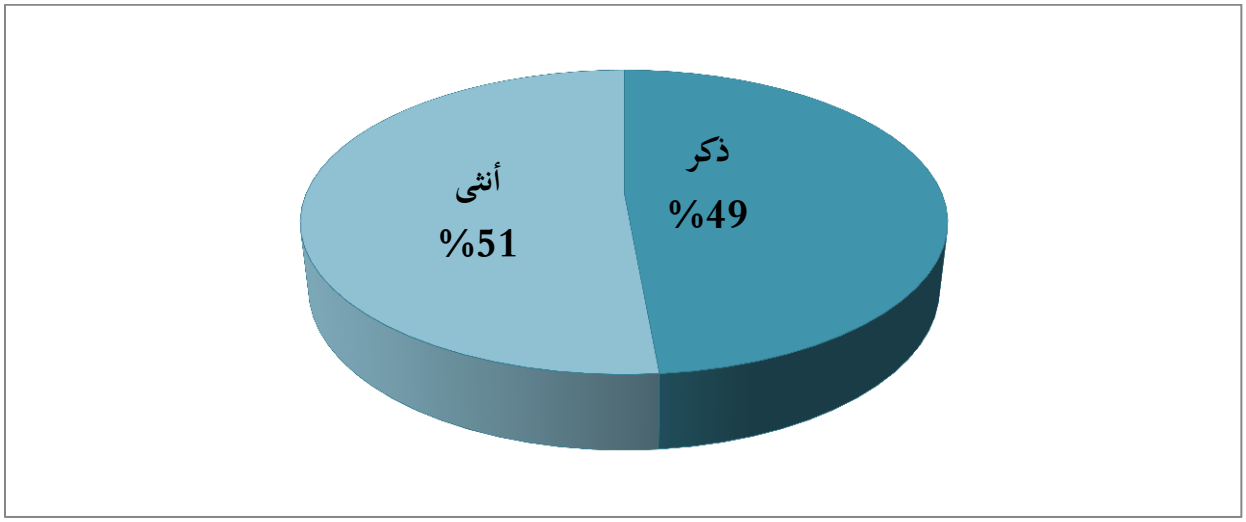
1- متغير الصنف:

الجدول رقم(3-10): توزيع أفراد العينة حسب متغير الصنف .

الصنف	التكرار	النسبة
ذكر	17	48,6%
أنثى	18	51,4%
المجموع	35	**100%**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناءا على نتائج برنامج (spss) .

الشكل رقم(3-2): تمثيل أفراد العينة حسب متغير الصنف .



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

من الجدول والشكل رقم (3-10) (3-2) نلاحظ أن 18 من الموظفين إناث يمثلون ما نسبته **51,4%** من إجمالي أفراد عينة الدراسة وهم الفئة الأغلب، في المقابل يوجد17 منهم يمثلون ما نسبته **48,6%** من الموظفين ذكور .

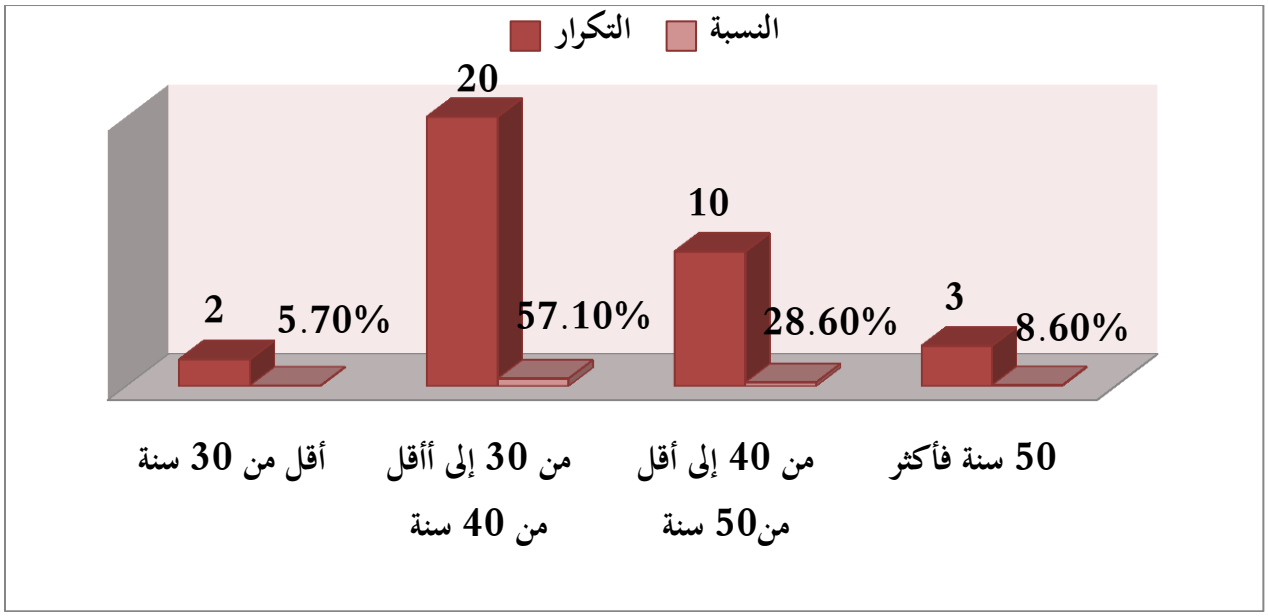
2- متغير العمر:

الجدول رقم(3-11): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر .

العمر	التكرار	النسبة
أقل من 30 سنة	2	5,7%
من 30 إلى أأقل من 40 سنة	20	57,1%
من 40 إلى أقل من50 سنة	10	28,6%
50سنة فأكثر	3	8,6%
المجموع	**35**	**100%**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

الشكل رقم(3-3): تمثيل أفراد العينة حسب متغير العمر .



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

من الجدول والشكل رقم (3-11) (3-3) نلاحظ أن 20 من الموظفين يمثلون ما نسبته 57,1% من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعمارهم من 30 إلى أأقل من 40 سنة وهم الفئة الأغلب، في مقابل يوجد 10 من الموظفين أعمارهم من 40 إلى أقل من50 سنة يمثلون ما نسبته 28,6% يليها 3 من الموظفين أعمارهم 50سنة فأكثر يمثلون ما نسبته 8,6% يليها 2 من الموظفين أقل من 30 سنة يمثلون ما نسبته 5,7% الذين يمثلون اقل نسبة في عينة الدراسة .

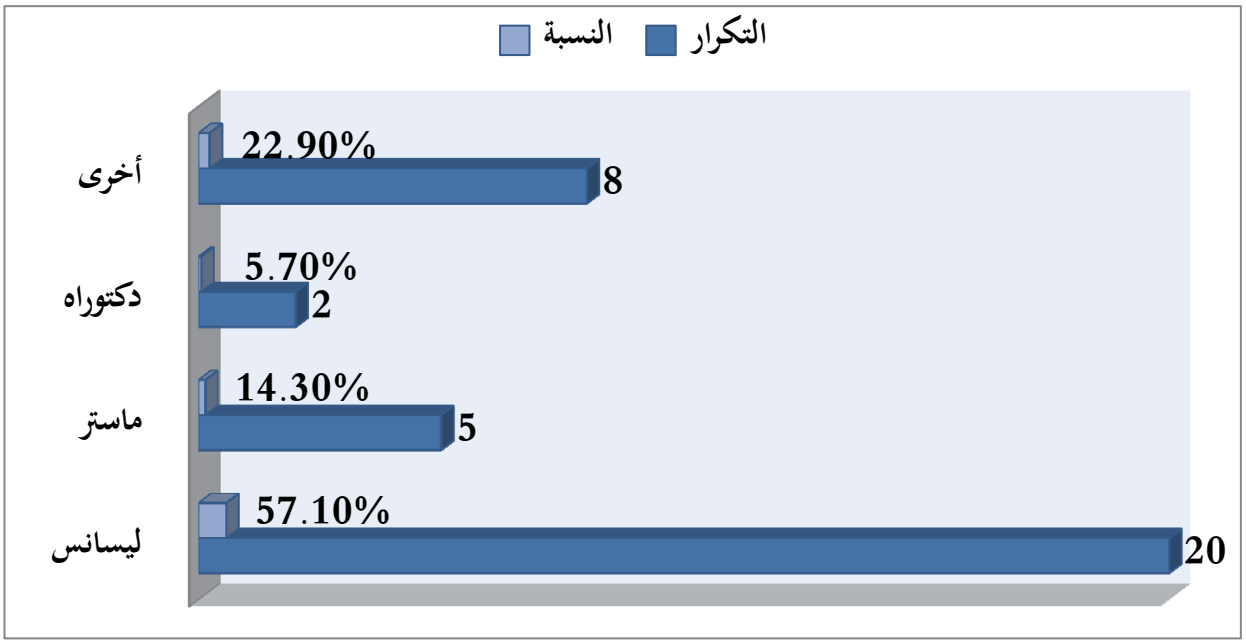
3- متغير المستوى العلمي .

الجدول رقم(3-12): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى العلمي .

المستوى العلمي	التكرار	النسبة
ليسانس	20	57,1%
ماستر	5	14,3%
دكتوراه	2	5,7%
أخرى	8	22,9%
المجموع	**35**	**100%**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

الشكل رقم(3-4): تمثيل أفراد العينة حسب متغير المستوى العلمي .



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

من الجدول والشكل رقم (3-12) (3-4) نلاحظ أن **20** من **الموظفين** مستواهم التعليمي ليسانس يمثلون ما نسبته **57,1%** من إجمالي أفراد عينة الدراسة وهم الفئة الأغلب في المقابل يوجد **8** من **الموظفين** يمثلون ما نسبته **22,9%** مستواهم التعليمي **غير محدد**، يليها **5** من **الموظفين** يمثلون ما نسبته **14,3%** مستواهم التعليمي ماستر يليها **2** من **الموظفين** يمثلون ما نسبته **5,7%** مستواهم التعليمي دكتوراه الذين يمثلون اقل نسبة في عينة الدراسة.

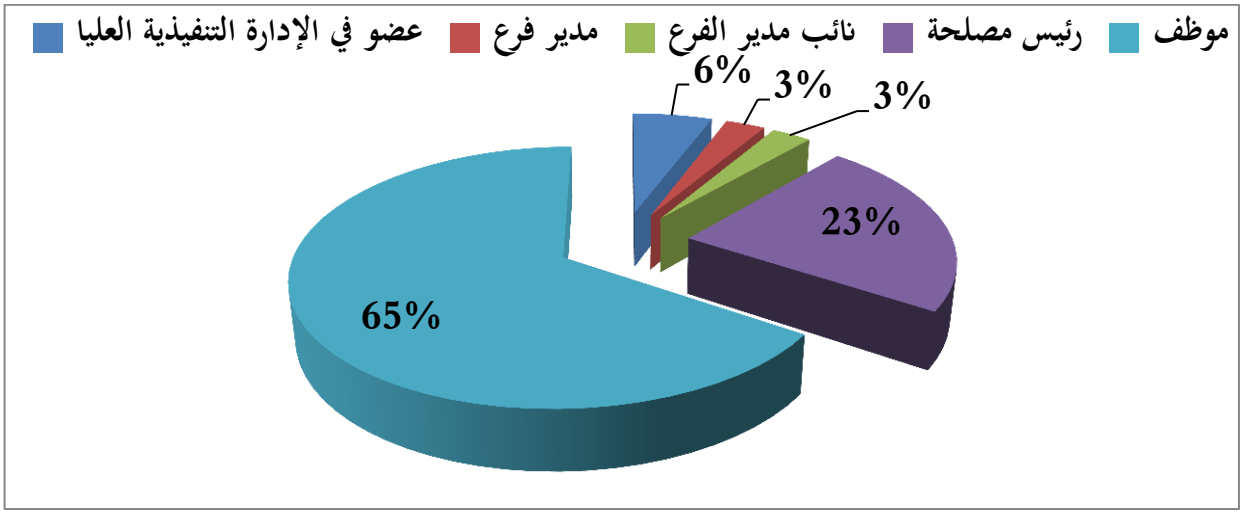
4- متغير المستوى الوظيفي .

الجدول رقم(3-13): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الوظيفي .

المستوى الوظيفي	التكرار	النسبة
عضو في الإدارة التنفيذية العليا	2	5,7%
مدير فرع	1	2,9%
نائب مدير الفرع	1	2,9%
رئيس مصلحة	8	22,9%
موظف	23	65,7%
المجموع	**37**	**100%**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

الشكل رقم(3-5): تمثيل أفراد العينة حسب متغير المستوى الوظيفي .



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

من الجدول والشكل رقم (3-13) (3-5) نلاحظ أن 23 من أفراد العينة يمثلون ما نسبته 65,7% من الموظفين وهي أعلى نسبة من إجمالي أفراد عينة الدراسة، في المقابل يوجد 8 من أفراد العينة يمثلون ما نسبته 13,5% من رؤساء المصالح يليها 2 من أفراد العينة يمثلون ما نسبته 5,7% أعضاء في الإدارة التنفيذية العليا يليها 1 من أفراد العينة يمثل ما نسبته 2,9% مدير فرع و ايضا 1 من أفراد العينة يمثل ما نسبته 2,9% نائب مدير الفرع، الذين يمثلان اقل نسبة من عينة الدراسة .

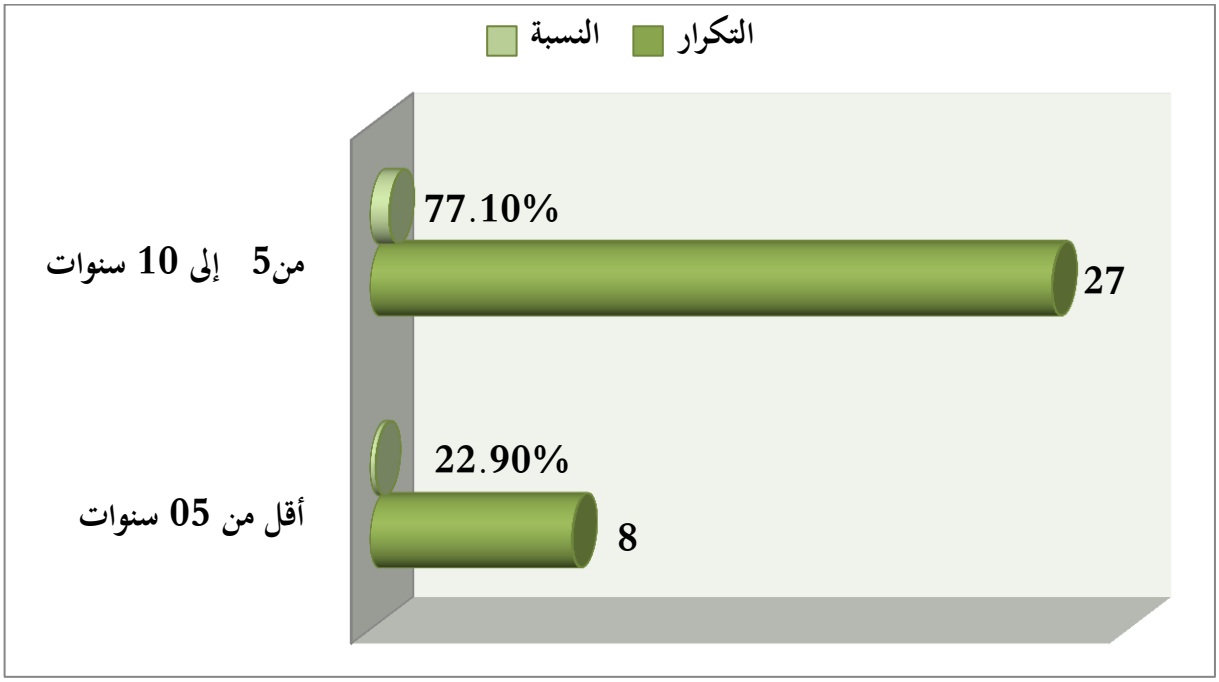
5- متغير سنوات الخبرة .

الجدول رقم(3-14): توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة .

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
أقل من 05 سنوات	8	22,9%
من 5 إلى 10 سنوات	27	77,1%
المجموع	**35**	**100%**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

الشكل رقم(3-6): تمثيل أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة .



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

من الجدول والشكل رقم (3-14) (3-6) نلاحظ أن 27 من الموظفين يمثلون ما نسبته 77,1% لديهم من 5 إلى 10 سنوات خبرة وهي أعلى نسبة من إجمالي أفراد عينة الدراسة، في المقابل يوجد 8 من الموظفين يمثلون ما نسبته 22,9%لديهم أقل من 5 سنوات خبرة .

المطلب الثاني: التحليل الوصفي لمحاور الدراسة .

أولا: التحليل الوصفي للأبعاد محور الابتكار المالي .

اعتمدت الدراسة في وصف محور الابتكار المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة، كما يبينه الجدول الأتي:

جدول رقم(3-15): المؤشرات الإحصائية لوصف محور الابتكار المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافق
الابتكار المالي	**3,60**	**,3650**	**-**	**عالية**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

يشير الجدول رقم (3-15) أن المتوسط الحسابي لمحور الابتكار المالي **60 . 3** بدرجة موافقة عالية، ما يدل على وجود مستوى عالي في الابتكار المالي لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، حيث بلغ الانحراف المعياري **365, 0** ما يشير لعدم تشتت تقديرات الموظفين وقربها من المتوسط الحسابي .

ثالثا: التحليل الوصفي لأبعاد محور الميزة التنافسية .

اعتمدت الدراسة في وصف أبعاد محور الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، الذي اشتمل على أربعة أبعاد، على المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري ودرجة الموافقة، كما يبينه الجدول الأتي:

جدول رقم(3-16): المؤشرات الإحصائية لوصف أبعاد محور الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

الرقم	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافق
1	بعد التكلفة	3,48	0,617	3	**عالية**
2	بعد الجودة	3,59	0,600	2	**عالية**
3	بعد المرونة	3,66	0,442	1	**عالية**
4	بعد الابتكار	3,49	0,638	4	**عالية**
	محور الميزة التنافسية	3,55	0,489	-	**عالية**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (spss)

يشير الجدول رقم (3-16) أن تقديرات الموظفين لمحور الميزة التنافسية، بلغت درجات موافقة عالية، حيث تم ترتيبها وفقا المتوسط الحسابي ودرجات الموافقة المعتمدة كالأتي:

1- بلغ المتوسط الحسابي لبعد المرونة **3,66** بدرجة موافقة عالية، ما يشير إلى وجود مستوى عالي في المرونة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، كما بلغ الانحراف المعياري لهذا البعد **0,442** ما يشير إلى عدم تشتت أراء الموظفين وقربها من المتوسط الحسابي .

2- بلغ المتوسط الحسابي لبعد الجودة **3,59** بدرجة موافقة عالية، ما يشير إلى وجود مستوى عالي في الجودة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، كما بلغ الانحراف المعياري لهذا البعد **0,600** ما يشير إلى عدم تشتت أراء الموظفين وقربها من المتوسط الحسابي .

3- بلغ المتوسط الحسابي لبعد التكلفة **3,48** بدرجة موافقة عالية، ما يشير إلى وجود مستوى عالي في تخفيض التكلفة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، كما بلغ الانحراف المعياري لهذا البعد **0,617** ما يشير إلى عدم تشتت أراء الموظفين وقربها من المتوسط الحسابي .

4- بلغ المتوسط الحسابي لبعد الابتكار **3,49** بدرجة موافقة عالية، ما يشير إلى وجود مستوى عالي في الابتكار لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، كما بلغ الانحراف المعياري لهذا البعد **0,638** ما يشير إلى عدم تشتت أراء الموظفين وقربها من المتوسط الحسابي .

كما بلغ المتوسط الحسابي لمحور الميزة التنافسية **3,55** بدرجة موافقة عالية، ما يدل على وجود مستوى عالي في تحقيق الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، حيث بلغ الانحراف المعياري **0,489** ما يشير لعدم تشتت تقديرات الموظفين وقربها من المتوسط الحسابي .

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة .

أولا: اختبار الفرضيات الفرعية الأولى .

الفرضية الصفرية (H0): لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على تخفيض التكلفة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

الفرضية البديلة (H1): يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على تخفيض التكلفة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

جدول رقم(3-17): اختبار الانحدار البسيط للابتكار المالي على تخفيض التكلفة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

البيان	المتغير المستقل: الابتكار المالي				
المتغير التابع الفرعي: تخفيض التكلفة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	دلالة T
	0,670a	0,448	1,132	5,178	0,000
	F المحسوبة		دلالة F		
	26,814		0,000b		

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss .

يوضح الجدول أعلاه رقم (3-17) اثر الابتكار المالي على تخفيض التكلفة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

- قيمة معامل الارتباط R= **0,670a** بين الابتكار المالي وتخفيض التكلفة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط متوسط .

- وبلغ معامل التحديد ^{2} = **0,448** أي أن ما قيمة 8 . 44 % من التغيرات في تخفيض التكلفة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية ناتجة عن الابتكار المالي .

- كما بلغت قيمة معامل الانحدار B = **1,132** وهذا يعني زيادة بدرجة واحدة في الابتكار المالي يزيد من تخفيض التكلفة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، بقيمة **1,132** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05حيث بلغت قيمة T المحسوبة **5,178** عند مستوى معنوية **0,000**

- كما بلغت قيمة F المحسوبة **26,814** عند مستوى معنوية **0,000b** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه **يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على تخفيض التكلفة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .**

ثانيا: الفرضية الفرعية الثانية .

الفرضية الصفرية (H0): لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على تحقيق الجودة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

الفرضية البديلة (H1): يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على تحقيق الجودة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

جدول رقم(3-18): اختبار الانحدار البسيط للابتكار المالي على تحقيق الجودة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

البيان	المتغير المستقل: الابتكار المالي				
المتغير التابع الفرعي: تحقيق الجودة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	دلالة T
	0,624a	0,389	1,024	4,583	0,000
	F المحسوبة		دلالة F		
	21,003		0,000b		

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss .

يوضح الجدول أعلاه رقم (3-18) اثر الابتكار المالي على تحقيق الجودة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

- قيمة معامل الارتباط R= **0,624a** بين الابتكار المالي وتحقيق الجودة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط متوسط .

- وبلغ معامل التحديد ^{2} = **0,389** أي أن ما قيمة 9 . 38 % من التغيرات في تحقيق الجودة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية ناتجة عن الابتكار المالي .

- كما بلغت قيمة معامل الانحدار B = **1,024** وهذا يعني زيادة بدرجة واحدة في الابتكار المالي يزيد من تحقيق الجودة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية بقيمة **1,024** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05حيث بلغت قيمة T المحسوبة **4,583** عند مستوى معنوية **0,000**

- كما بلغت قيمة F المحسوبة **21,003** عند مستوى معنوية **0,000b** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على

انه **يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على تحقيق الجودة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .**

ثالثا: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة .

الفرضية الصفرية (H0): لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على زيادة المرونة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

الفرضية البديلة (H1): يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على زيادة المرونة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

جدول رقم(3-19): اختبار الانحدار البسيط للابتكار المالي على زيادة المرونة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

البيان	المتغير المستقل: الابتكار المالي				
المتغير التابع الفرعي: زيادة المرونة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	دلالة T
	0,515a	0,265	0,624	3,452	0,002
	F المحسوبة		دلالة F		
	11,916		0,000b		

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss .

يوضح الجدول أعلاه رقم (3-19) اثر الابتكار المالي على زيادة المرونة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

- قيمة معامل الارتباط R= **0,515a** بين الابتكار المالي وزيادة المرونة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط متوسط .

- وبلغ معامل التحديد ^{2} = **0,265** أي أن ما قيمة 5 . 26 % من التغيرات في المرونة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية ناتجة عن الابتكار المالي .

– كما بلغت قيمة معامل الانحدار B = **0,624** وهذا يعني زيادة بدرجة واحدة في الابتكار المالي يزيد من المرونة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية بقيمة **0,624** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05حيث بلغت قيمة T المحسوبة **3,452** عند مستوى معنوية **0,000**

– كما بلغت قيمة F المحسوبة **11,916** عند مستوى معنوية **0,000b** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه **يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على زيادة المرونة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .**

رابعا: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة .

الفرضية الصفرية (H0): لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على تحقيق الابتكار لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

الفرضية البديلة (H1): يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على تحقيق الابتكار لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

جدول رقم(3–20): اختبار الانحدار البسيط للابتكار المالي على تحقيق الابتكار لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

البيان	المتغير المستقل: الابتكار المالي				
المتغير التابع الفرعي: تحقيق الابتكار لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	دلالة T
	0,601a	0,361	1,050	4,321	0,000
	F المحسوبة		دلالة F		
	18,668		0,000b		

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss .

يوضح الجدول أعلاه رقم (3-20) اثر الابتكار المالي على تحقيق الابتكار لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

- قيمة معامل الارتباط R= **0,601a** بين الابتكار المالي وتحقيق الابتكار لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط متوسط .

- وبلغ معامل التحديد ^{2} = **0,361** أي أن ما قيمة 1 . 36 % من التغيرات في تحقيق الابتكار لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية ناتجة عن الابتكار المالي .

- كما بلغت قيمة معامل الانحدار B = **1,050** وهذا يعني زيادة بدرجة واحدة في الابتكار المالي يزيد من تحقيق الابتكار لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية بقيمة **1,050** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05حيث بلغت قيمة T المحسوبة **4,321** عند مستوى معنوية **0,000**

- كما بلغت قيمة F المحسوبة **18,668** عند مستوى معنوية **0,000b** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه **يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على تحقيق الابتكار لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .**

خامسا: اختبار الفرضية الرئيسية .

الفرضية الصفرية (H0): لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على دعم الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

الفرضية البديلة (H1): يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على دعم الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

جدول رقم(3-21): اختبار الانحدار البسيط للابتكار المالي على دعم الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

البيان	المتغير المستقل الرئيسي: الابتكار المالي				
المتغير التابع الرئيسي: دعم الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .	معامل R الارتباط	R^2 التحديد معامل	B معامل الانحدار	المحسوبةT	دلالة T
	,715a0	,5110	,9580	5,871	,0000
	المحسوبةF			دلالةF	
	34,470			,000b0	

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss .

يوضح الجدول أعلاه رقم (3-21) اثر الابتكار المالي على دعم الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

- قيمة معامل الارتباط R= **0,715a** بين الابتكار المالي ودعم الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط قوي .
- وبلغ معامل التحديد ^{2} = **0,511** أي أن ما قيمة 1 . 51 % من التغيرات في الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية ناتجة عن الابتكار المالي .
- كما بلغت قيمة معامل الانحدار B = **0,958** وهذا يعني زيادة بدرجة واحدة في الابتكار المالي يزيد من الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية بقيمة **0,958** وهي دالة عند مستوى معنوية 0 . 05 حيث بلغت قيمة T المحسوبة **5,871** عند مستوى معنوية **0,000**
- كما بلغت قيمة F المحسوبة **34,470** عند مستوى معنوية **0,000b** وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على انه **يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على دعم الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .**

ومن نتائج تحقق الفرضية الرئيسية يمكن استخلاص معادلة الانحدار البسيط الآتية:

$$Y = 0,107 + 0,958\ X$$

X: للابتكار المالي لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية

Y: دعم الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية

خلاصة الفصل:

تم من خلال هذا الفصل إسقاط الجانب النظري على الواقع العلمي من خلال دراسة تطبيقية على بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة الابتكار المالي في دعم الميزة التنافسية من خلال تحليل محاور الاستبيان الخاص بها، كما تم عرض النتائج المتحصل عليها من إجابات أفراد عينة دراسة الاستبيان، والذي وجه لعينة تقدر ب 37 فردا، ليتم بعد ذالك تفريغ بيانات الاستبيان تم الاعتماد في معالجتها على برنامج SPSS20من خلال تأكيد فرضياتها أو نفيها

خاتمة

خاتمة عامة:

تعمل المؤسسات المالية في محيط يتميز بالمنافسة الشديدة والتغيرات المتسارعة في مختلف المجالات، مما دفع للبحث عن مصادر لتحقيق الميزة التنافسية لضمان بقائها واستمراريتها وللابتكارات المالية أهمية حيوية لضمان العمل البنكي ونمو أرباحه فابتكار آليات جديدة وبجودة عالية يزيد من قيمة المنتوج المالي في المؤسسات المالية، وترفع من مستوى الكفاءة الاقتصادية التي تجعل المؤسسات المالية متواجدة بشكل فعال وكفئ في السوق المالي ومن أهم النتائج المتوصل إليها:

أولا: النتائج: توصلنا في هاته الدراسة إلى مجموعة من النتائج

- الابتكارات المالية: هي التصميم والتطوير لأدوات وآليات مبتكرة وصياغة حلول إبداعية لمشاكل التمويل
- تعتبر الميزة التنافسية ثروة حقيقية في مجال الأعمال فهي تعد بمثابة العامل الرئيسي الذي يساعد المؤسسة على تحقيق التميز والتفوق على منافسيها وبالتالي فالبنوك الفلاحية بحاجة إلى تنمية ميزتها التنافسية من أجل النجاح والاستمرار
- يعتبر الابتكار المالي من أهم المجالات التي تهتم بها إدارة المؤسسات المالية الناجحة .
- تحقق الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على تخفيض التكلفة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية
- تحقق الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على تحقيق الجودة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية

- تحقق الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على زيادة المرونة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .
- تحقق الفرضية الفرعية الرابعة التي تنص على انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على تحقيق الابتكار لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .
- تحقق الفرضية الرئيسية التي تنص على انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للابتكار المالي على دعم الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

ثانيا: الاقتراحات

- تخصيص مبالغ جديدة لبحوث الابتكار
- خلق وإيجاد نوع من الاهتمام المشترك لدى العاملين في المؤسسة ذات علاقة بالابتكار المالي .
- إجراء المزيد من المراجعات العلمية والدراسات المسحبة في مجال الابتكار المالي .
- ضرورة تبني البنوك التجارية لإستراتجيات وسياسات لتطوير خدماتها وتحسينها بما يلبي رغبات عملائها الجدد .

ثالثا: أفاق الدراسة:

- أثر الابتكار المالي على الأداء المالي في البنوك التجارية .
- الابتكار المالي كآلية لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة في البنوك التجارية .
- دور الابتكار المالي في تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات الإقتصادية.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

أولا: الكتب:

1. ايهاب طلعت عبد الخالق، الهندسة المالية المعاصرة ، المركز العربي لنشر والتوزيع
2. جلال مصطفى نصر ، عدنان محمد أحمد ، إدارة الأصول الفكرية منظور إستراتيجي ، المنهل لنشر ، 2014
3. حكيم برضاية ، جعفر هني محمد ، دور التصكيك الإسلامي في إدارة السيولة في البنوك الإسلامية ، دار النشر ، اليازوري .
4. خالد حسين سعيد العسيري، استراتجية استقطاب الكفاءة الأكاديمية لتحقيق الميزة التنافسية، تصدرها المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، جامعة الدول العربية
5. رجب عبد الحميد حسنين المكتبات الأكادمية ودورها في إدارة رأس المال الفكري دار النشر AL Arabi Publishing and Distributing 2022
6. سعدون حمود جثير الربيعاوي ، حسين وليد حسين ، عباس إدارة التسويق أسس ومفاهيم معاصرة ، نشر وتوزيع المنهل
7. سعيد بوهراوة ، الابتكار في الاستثمار وتطوير النتجات المالية الاسلامية ISRA الاكادمية العالمية للبحوث الشرعية
8. صلاح الدين محمد أمين ، الامام صادق راشد الشمري ، الشمول المالي والميزة التنافسية، تجارب محلية ودولية ، اليازوري لنشر ، غزة
9. عز الدين على سويسي نعمه عباس الخفاجي ، الميزة التنافسية وفق منظور استراتجيات التغيير التنظيمي ، ، دار الأيام لنشر والتوزيع ، الطبعة العربية 2014 ، عمان الأردن
10. علي محمد أحمد أبو العز، الابتكار في صيغ التمويل الأسلامي ، مشروع كتاب الاقتصاد الإلكتروني المجاني، منشورات مركز أبحاث فقه المعاملات الاسلامية، 2016

ثانيا: المذكرات والرسائل والأطروحات:

1. أم الخير مرداسي ، أثر الثقافة التنظيمية في تحقيق الميزة التنافسية ، دراسة حالة : فنادق ثلاث نجوم ، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر ، في علوم التسيير، تخصص : تسيير الاستراتيجي للمنظمات ، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016
2. الأمين حلموس ، دور إدارة المعرفة التسويقية باعتماد إستراتجية العلاقة مع الزبون في تحقيق ميزة تنافسية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، سكيكدة، 2017
3. أنس رفعت عبد الحميد أثر، عناصر المزيج التسويقي على الميزة التنافسية ، دراسة ميدانية في مصانع البلاستيك الصناعية في عمان ، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال ، قسم إدارة الأعمال/ كلية الأعمال ، جامعة الشرق الأوسط ، كانون الثاني، 2018 ،
4. جميلة بختي ، إدارة الإبداع والابتكار، ملزمة دروس في مقياس إدارة الإبداع والابتكار، مقدمة لطلبة ماستر إدارة أعمال ، تخص علوم التسيير، جامعة مصطفى أسطمبولي بمعسكر ، 2021-2022
5. عبلة بريكي، دور الابتكار المالي الإسلامي في تحسين ربحية المصارف الإسلامية ، دراسة حالة عينة من المصارف الإسلامية ، أطروحة دكتوراه مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة الدكتوراه ، طور ثالث ، تخصص نقود وبنوك ، جامعة أكلي محند أولحاج ، البويرة ، 2019-2020 .
6. نور الدبن بن سديرة ، دور التمكين الإداري في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة مؤسسة الاتصالات موبيليس قسنطينة ، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر، في المسار علوم التسيير العلوم الاقتصادية ، تخصص موارد بشرية ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2014-2015،
7. عبد الوهاب بوبعة ،دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال –موبيليز – مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل درجة الماجستير في علوم التسيير، تخصص ، إدارة الموارد البشرية ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2020-2021

8. نوال بوعكاز ، دور الهندسة المالية في تطوير الابتكارات المالية ، دراسة وتقييم لصكوك الإدارة الإسلامية في مملكة البحرين ، المجلد 4، المجلة الجزائرية للدراسات المالية والمصرفية ، العدد ، 1 جوان 2018 ،
9. نوال بوعكاز، حدود الهندسة المالية في تفعيل استراتجيات التغطية من المخاطر المالية في ظل الأزمة المالية ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص دراسات مالية ومحاسبية معمقة ، جامعة فرحات عباس ، سطيف ،2010-2011،
10. محمد جلد ، دور إدارة الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية لدى المؤسسات الرياضية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في ميدان علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ، تخصص الإدارة والتسيير الرياضي، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، 2020، -2021
11. جميلة عبد الله التوم الدالي ، أثر الميزة التنافسية في تحقيق الفرص التسويقية، أطروحة دكتوراه الفلسفة في إدارة الأعمال ، جامعة شندي السودان ، 2019 صبوازيد وسيلة مقاربة الموارد الداخلية والكفاءات كمدخل للميزة التنافسية مذكرة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة الاستراتجية جامعة سطيف الجزائر 2011-2012
12. عبد الرؤوف حجاج ، الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير ، تخصص، اقتصاد وتسيير المؤسسات ، جامعة، 20أوت 55، سكيكدة ، 2006-2007
13. حسيبة سميرة ، دور الابتكار في تطوير الصيرفة الاسلامية ، الصكوك الاسلامية –نموذجا – مجلة الشريعة والإقتصاد ، العدد 10
14. حمزة بن الزين ، دور وظيفة البحث والتطوير في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسات البترولية ، دراسة حالة مجموعة من المؤسسات البترولية خلال فترة 2006-2014 ، أطروحة مقدمة لاستكمال منطلبات شهادة دكتوراه الطور الثالث في ميدان علوم اقتصادية والتسسير وعلوم تجارية ، تخصص إدارة الشركات البترولية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2017-2018
15. رميساء حمويي ، بوالطواطو آمنة ، دور الابتكار المالي في تحسين الأداء المالي في البنوك الإسلامية ، دراسة حالة بنك قطر الإسلامي 2016-2020 ، مذكرة لنيل شهادة

الماستر في العاوم الاقتصادية ، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي ، جامعة عبد الحفيظ بوالصوف ، 2021-2022 .

16. حنان عبدلي ، دور الهندسة المالية في تحقيق كفاءة الأسواق المالية في ظل التوجه العالمي نحو الصناعة المالية الإسلامية، دراسة عينة من الاسواق المالية الناشئة ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ، تخصص تحليل إقتصادي ، جامعة الجزائر 2 ، 2017-2018 .

17. خالد حسين سعيد العسيري ، استراتجية استقطاب الكفاءة الأكادمية لتحقيق الميزة التنافسية، تصدرها المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، جامعة الدول العربية،

18. خليل مرفق خليل صافي، استخدام بطاقة الأداء المتوازن في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة ماجستير في المحاسبة، جامعة الأزهر، غزة ، 2017 –

19. أيوب داود ، أثر الابتكار المالي على تطوير المنتجات المالية بالمصارف الإسلامية، دراسة ميدانية على منتجات مصرف السلام ، وكالة مسيلة ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي ، تخصص ، تسويق مصرفي ، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، 2019-2020

20. سعيدة دحماني ، أهمية اليقضة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة، مذكرة ماستر ، في علوم التسيير ، تخصص إدارة أعمال ، جامعة العقيد أكلي محند أو لحاج، بالبويرة، 2017-2018

21. رمضانة بن الحبيب ، دور أخلاقيات الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية ، دراسة حالة مؤسسة CIVENCO ، تقرت ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي الطور الثاني، فرع علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال ، جامعة مرباح ، ورقلة الجزائر، 2016-2017

22. زهرة غاني ، غوتية بن سعيد أثر الإبداع الإداري في تحقيق الميزة التنافسية ، مذكرة ماستر في علوم التسيير، ، تخصص ، إدارة أعمال ، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، 2018-2019

23. زواويد لزهاري ، حجاج نفيسة ، التنافسية وبيئة الأعمال الجديد كعامل لتنمية الابتكار المالي في المؤسسات المالية ، مجلة آفاق الدراسات والبحوث، العدد الأول، جانفي، 2018 .

24. سارة بن موهوب ، مساهمة إدارة المواهب في تحقيق الميزة التنافسية ، دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الصحية الجزائرية الخاصة أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث ، في علوم التسيير، تخصص تسيير الموارد البشرية ، جامعة الشهيد حمه لخضر ، الوادي ، 2021-2022

25. ساسية جدي، دور الهندسة المالية في تطوير الصناعة الإسلامية ، دراسة حالة ماليزيا السودان، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجيستير، في العلوم الاقتصادية، تخصص أسواق مالية وبورصات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015

26. سالم إلياس ، التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال ، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد 8ا، لعدد ، 1 جوان 2021،

27. سامية سرحان ، حياة نجار، أثر محددات الابتكار المالي على الكفاءات المصرفية ، مجلة الباحث ، العدد 20 جانفي ، 2020

28. كاهنة سعودي ، أفاق تطبيق القرض الرفيق في الجزائر دراسة حالة تطبيقية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة مشدا له (460) مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص إدارة مالية جامعة أكلي محمد او لحاج –البويرة -2018-2019

29. عائشة سليمان ، دور تسيير الموارد في تحقيق الميزة التنافسية، -عامل الكفاءات في المؤسسة دراسة حالة بالمطاحن الكبرى للظهرة مستغانم ، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير ، في علوم التسيير ، تخصص تسيير موارد بشرية ، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان، 2010-2011 ،

30. سهام أحمد محمد علوان ، إدارة الذكاء التنافسي كآلية إستراتجية لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، بالجامعات المصرية ومراجعة تحديات فيروس كورونا ، المجلة التربوية ، جامعة صوهاج ، عدد مارس (ج2)، 2021 .

31. سهتال زرزور دور إستراتجية التنافسية في تحقيق الميزة التنافسية مذكرة ماستر في علوم التسيير، تخصص التسيير الاستراتيجي للمنظمات ، جامعة محمد خيضر بسكرة 2012-2013

32. آسية شرفي ، الابتكار المالي كمدخل لإكتساب الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص نقود وبنوك ، جامعة يحي فارس بالمدية، ، 2020-2021،

33. رمبساء شلغوم ، أثر إدارة الجودة الشاملة على تطوير الميزة التنافسية في المؤسسة، حالة : مؤسسة صافيلي بعين أسمارة ، مذكرة مقدمة لاستكمال نيل شهادة الماستر ، في علوم التسيير ، تخصص إدارة أعمال ، مؤسسة ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي، 2013-2014 ،

34. صالح صالحي، مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تدعيم الميزة التنافسية ، دراسة حالة مؤسسة نفطال باتنة ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص تسيير استراتيجي للمنظمات، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، 2014-2015

35. ريمة صويلح ، إيمان كبسة ، أهمية نظام المعلومات المحاسبية في عمليات اتخاذ قرار منح القروض في البنوك ، دراسة حالة : بنك الفلاحة والتنمية الريفية –جيجل – ، مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي في لعلوم المالية والمحاسبية، تخصص ، محاسبة وجباية معمقة ، جامعة محمد الصديق بن يحي– جيجل – ، 2020-2021

36. ريمة طبول، تأثير الموارد البشرية والميزة التنافسية في البنوك الجزائرية بنك الفلاحة والتنمية الريفية نموذجاAlphaDoc الناشر 2017

37. عبد الصمد سعودي ، بن لخضر مسعودة أهمية الابتكار المالي ومنتجات الهندسة المالية ، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي ، الجزائر، لعدد 2 جوان ، 2017 .

38. عبد الكريم قندوز، مراجعة علمية لنظريات الابتكار المالي ، مجلة الاقتصاد الجديد ، المجلد 10، العدد2، 2019 .

39. فاطمة عزيري ، الزهراء بلعربي ، عتيقة دور نظم الدفع المعاصرة في تحسين تنافسية البنوك التجارية ، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية– BADR وكالة المدية –، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في المالية والمحاسبة ، تخصص، مالية المؤسسة ، جامعة الدكتور يحي فارس –المدية – ، 2022/2021

40. سهام عيساوي ، دور تداول المشتقات المالية في تمويل أسواق رأس المال الفرنسي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في العلوم الاقتصادية ، تخصص إقتصاديات النقود البنوك والأسواق المالية ، جامعة محمد خيضر، بسكرة ،2014-2015'

41. الغالي بن براهيم ، تشخيص واقع الابتكار المالي في ظل الصناعة المصرفية الإسلامية ، مجلة العلوم النسانية ، العدد 40 ، جوان 2015 ، جامعة محمد خيضر، بسكرة،

42. محمد غريبي ، حمزة لوناس ، دور البنوك التجارية في تمويل قطاع المقاولتية ، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة المدية – ، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم المالية والمحاسبة ، تخصص مالية وبنوك، جامعة يحي فارس جامعة المدية، 2021-2022

43. فايزة مخالفة ، مريامة رويبح ، الابتكارات المالية وأثرها على الاستقرار المالي العالمي ، دراسة حالة الاقتصاد الأمريكي ، مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية ، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي ، جامعة محمد الصديق بن يحي ، جيجل ،2018-2019 .

44. سناء فرحات ، الابتكارات اللغوية في ظل أزمة كوفيد 19 دراسة معجمية دلالية، مذكرة ماستر لغة وأدب عربي دراسات لغوية لسانيات تطبيقية ، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020-2021

45. فريد شيطر، أهمية رضا العميل الداخلي في تحقيق رضا العميل الخارجي للبنك، "دراسة حالة بنك الفلاحة التنمية الريفية وكالة عين آزال 699 –سطيف – ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي ، تخصص تسويق مصرفي ، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2020-2021

46. أحمد كعرار، دور إدارة الابتكار في المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة سامسونغ أنجنيرينغ ، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجيستير، تخصص إدارة أعمال الإستراتجية والتنمية المستدامة ، جامعة فرحات عباس سطيف ، 2011-2012

47. نريمان لامع ، تأثير الكفاءة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة الموارد البشرية ، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2019-2020،

48. محمد فوزي علي العتوم ، رسالة منظمة رسالة المنظمة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية ، دراسة ميدانية على قطاع صناعة الأدوية الأردني ، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال /كلية الأعمال ، جامعة الشرق الأوسط ، للدراسات العليا ، مايو ، 2009،

49. مروى بالمباركي ، نور الهدى بالعقون ، تحليل العلاقة بين الابتكار المالي والنمو الاقتصادي خلال فترة 2000-2017 ، دراسة مقارنة بين دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ودول أوربا وأسيا الوسطى ، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص إقتصاد كمي، جامعة يحي فارس يالمدية، 2020-2021 .

50. راضية مزور، دور بحوث التسويق في تحقيق الميزة التنافسية، -دراسة حالة مؤسسة موبيليز مديرية قسنطينة ووكالة أم البواقي ، للمؤسسة مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية ، تخصص ، تسويق خدمات ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، 2016-2017

51. مريم نوال ، أهمية الإبداع والابتكار في تعزيز جودة الخدمات البنكية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص تسويق ، جامعة الجيلالي ليابس ، سيدي بلعباس ، 2015- 2016

52. نوردين حامد ، دور الابتكار التكنولوجي في تحقيق التنمية المستدامة ، جامعة بسكرة، الجزائر .

53. الوليد هلالي ، الأسس العامة لبناء المزايا التنافسية ودورها في خلق القيمة ، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص الإستراتجية، جامعة محمد بوضياف المسيلة 2008-2009

ثالثا:

الملتقيات :

أحريري بوشعور صليحة فلاق رأس المال الفكري ودوره في دعم الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الخامس 13-14 ديسمبر 2011 ضمن المحور رقم 10

رابعا:

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Boli and Zeshui Xu Aconprehensive bibliometric analysis of finnancia l innovation Econonic research- Ekanomska Istrazivanga /17 MARS 2021 .
2. Josh Lerner petre Tufano the Consequnces of Financial Lnnovations Aauterfactual Agenda (p) university of chicago press March 2012p
3. Mohammed G . Negad Researsh on financial innovation : Interdisciplinary review Gabelli school of busness fordham univercity Ney York U . S . A International Gournal of Bank Marketing Vol 40 . N3 . 2022 .
4. TO LINK TO THIS ARTICL : http://doi . org/10-1080/133677x . 2021 . 1893203

قائمة الملاحق

الملحق رقم (1): الاستبيان الموجه لعينة الدراسة .





جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص: إدارة أعمال

الموضوع: استبيان مذكرة ماستر

الأخ الكريم، الأخت الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

تعد الاستمارة التي بين أيدكم جزءا من متطلبات إعداد مذكرة لنيل شهادة لنيل شهادة الماستر فيعلوم التسيير تخصص إدارة أعمالبعنوان: الابتكار المالي ودوره في دعم الميزة التنافسية– دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية– ونظرا لما لديكم من معرفة علمية وخبرة نأمل منكم الحصول على المساعدة في توفير المعلومات المناسبة لأغراض اتمام الدراسة، من خلال التكرم بالاجابة عن الأسئلة المطروحة في الاستمارة بكل موضوعية لما لذلك من أهمية للووصول إلى نتائج دقيقة

مع العلم أن هذه البيانات ستعامل بسرية تامة وتستخدم لغايات البحث العلمي فقط

مع خالص الشكر والتقدير

الأستاذ المشرف: أ . د . عبد الرزاق سلام

الطالبتين:

فاطمة حميدية

كنزةوزاع

أولا: البيانات الشخصية:

نأمل من شخصكم الكريم قراءة جميع العبارات ثم البدء بوضع (X)

1. الجنس ذكر ☐ أنثى ☐

2. العمر: أقل من 30 سنة ☐ 30 وأقل 40 ☐

40 وأقل من 5050سنة فأكثر ☐ ☐

3. المؤهل العلمي: ليسانس ☐ ماستر ☐ دراسات عليا ☐ ماجستير ☐ دكتوراه ☐ أخرى ☐

4. المستوى الوظيفي:عضو في الإدارة التنفيذية العليا ☐ مدير فرع ☐

مدير إدارة ☐ نائب مدير الفرع ☐ رئيس مصلحة ☐ موظف ☐

5- الأقدمية: أقل من 05 سنوات ☐ من إلى 10 سنوات ☐

الجزء الثاني: البيانات المتعلقة بالابتكار المالي

يرجى وضع علامة (X) في المربع المناسب

الأسئلة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	أوافق	أوافق بشدة
1. يعتمد البنك تسهيلات في تعاملات المالية للأفراد				
2. يساعد البنك بناء ثقافة إيجابية لدى المتعاملين				
3. يتم تشجيع فرق العمل الداخلية قصد تحسين وتطوير المنتجات والخدمات الجديدة				
4. يمنح البنك الحرية للعاملين في حل المشكلات الفورية المتعلقة بتقديم الخدمات				
5. أجرى البنك تغيرات في تصميم خدماته تماشيا مع التقنيات الحديثة				
6. يعرض البنك منتجات جديدة من قبل المنافسين				

7. أدخل البنك تقنيات جديدة للعمل غلى رفع خدماته مقارنة بالمنافسين				
8. يسعى البنك إلى ابتكار أنظمة لقياس ومراقبة جميع مخاطر السيولة				
9. يأخذ البنك السيولة بصورة مربحة عند الابتكار منتجات وخدمات جديدة				
10. يتمهل البنك في تبني أفكار تنطوي على المخاطرة				
11. يوفر البنك التمويل الجماعي للمنظمات والهيئات المالية سواء في شكل قروض أو استثمارات				
12. تضع الوكالة برامج تدريب مكثفة هدفها استثمار قدرات العاملين				
13. يخضع العاملين في الوكالة إلى التدريب كل سنة ولو مرة واحدة				

الجزء الثالث: البيانات المتعلقة بالميزة التنافسية

يرجى وضع علامة (X) في المربع المناسب

الأسئلة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	أوافق	أوافق بشدة
أ . التكلفة				
1. يقوم البنك بتحفيز الموظفين الذين يقدمون أفكار جديدة مساهمة في تخفيض التكاليف				
2. يعمل البنك على تقديم منتجات وخدمات جديدة بالتكلفة المناسبة لكسب ميزة التنافسية				
3. يسعى البنك إلى تخفيض التكاليف لعملياته الداخلية لتوفير منتجات جديدة باسعار منافسة				
ب . الجودة				

4. يحرص البنك على تقديم الجودة بإستخدام تقنية متطورة				
5. تعد الجودة احدى ركائز عملية المنافسة لدى البنك				
6. يخصص البنك وحدة متخصصة لضبط الجودة				
ج . المرونة				
7. يستجيب البنك بسرعة لاحتياجات وتطلعات الزبائن				
8. يمتلك البنك أليات تضمن له الإستجابة السريعة لإختيارات الزبائن				
9. يمكن للبنك تلبية الطلبات المتزايدة لعملائه كما ونوعا				
د . الابتكار				
10 . يحرص البنك دائما على تقديم خدمات جديدة				
11 . يسعى البنك إلى تشجيع روح الإبداع والابتكار بين الموظفين				
12 . يحرص البنك على الإستفادة من أفكار وأراء الموظفين				

قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان .

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة
باصور كمال	أستاذ محاضر صنف (أ)	جامعة المدية
جعفري جمال	أستاذة محاضرة صنف (ب)	جامعة المدية
قاسيمي حورية	أستاذة محاضرة صنف (ب)	جامعة المدية

ملحق رقم (2): نتائج اختبار الاتساق الداخلي بين العبارات المحذوفة ومحور الابتكار المالي .

Correlations

			العبارة1	العبارة2	العبارة3	العبارة4	العبارة5	العبارة6	العبارة7	العبارة8	العبارة9	العبارة10	العبارة11	العبارة12	العبارة13	المحور1
Spearman's rho	العبارة1	Correlation Coefficient	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
		Sig. (2-tailed)	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
		N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	العبارة2	Correlation Coefficient	.	1,000	,102	,057	-,052	-,191	-,094	,138	,155	,109	-,012	-,152	,263	,191
		Sig. (2-tailed)	.	.	,559	,744	,765	,272	,593	,428	,374	,535	,946	,384	,126	,272
		N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	العبارة3	Correlation Coefficient	.	,102	1,000	,085	-,093	,259	,316	,112	,285	,218	,220	,092	-,337*	,405*
		Sig. (2-tailed)	.	,559	.	,628	,597	,133	,064	,522	,097	,209	,204	,599	,048	,016
		N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	العبارة4	Correlation Coefficient	.	,057	,085	1,000	-,114	,034	,225	,360*	,370*	,193	,270	,224	,184	,532**
		Sig. (2-tailed)	.	,744	,628	.	,514	,845	,193	,034	,029	,266	,117	,195	,289	,001
		N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	العبارة5	Correlation Coefficient	.	-,052	-,093	-,114	1,000	,225	-,052	-,078	-,159	,164	,219	-,085	,214	,077
		Sig. (2-tailed)	.	,765	,597	,514	.	,195	,765	,657	,361	,347	,207	,627	,217	,660
		N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	العبارة6	Correlation Coefficient	.	-,191	,259	,034	,225	1,000	,258	,198	,049	,219	,346*	,507**	,094	,532**

	Sig . (2-tailed)	.	،272	،133	،845	،195	.	،134	،254	،779	،205	،041	،002	،590	،001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
العبارة7	Correlation Coefficient	.	-،094	،316	،225	-،052	،258	1،000	،138	،225	،109	،247	،131	-،191	،367*
	Sig . (2-tailed)	.	،593	،064	،193	،765	،134	.	،428	،195	،535	،153	،453	،272	،030
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
العبارة8	Correlation Coefficient	.	،138	،112	،360*	-،078	،198	،138	1،000	،029	،503**	،199	،374*	،253	،577**
	Sig . (2-tailed)	.	،428	،522	،034	،657	،254	،428	.	،867	،002	،251	،027	،142	،000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
العبارة9	Correlation Coefficient	.	،155	،285	،370*	-،159	،049	،225	،029	1،000	،292	،360*	-،166	،379*	،569**
	Sig . (2-tailed)	.	،374	،097	،029	،361	،779	،195	،867	.	،089	،034	،342	،025	،000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
العبارة10	Correlation Coefficient	.	،109	،218	،193	،164	،219	،109	،503**	،292	1،000	،432**	،204	،325	،695**
	Sig . (2-tailed)	.	،535	،209	،266	،347	،205	،535	،002	،089	.	،010	،239	،057	،000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
العبارة11	Correlation Coefficient	.	-،012	،220	،270	،219	،346*	،247	،199	،360*	،432**	1،000	،060	،255	،598**
	Sig . (2-tailed)	.	،946	،204	،117	،207	،041	،153	،251	،034	،010	.	،733	،139	،000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
العبارة12	Correlation Coefficient	.	-،152	،092	،224	-،085	،507**	،131	،374*	-،166	،204	،060	1،000	،018	،391*
	Sig . (2-tailed)	.	،384	،599	،195	،627	،002	،453	،027	،342	،239	،733	.	،920	،020
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

	العبارة 13	Correlation Coefficient	.	،263	-،337*	،184	،214	،094	-،191	،253	،379*	،325	،255	،018	1،000	،459**
		Sig. (2-tailed)	.	،126	،048	،289	،217	،590	،272	،142	،025	،057	،139	،920	.	،006
		N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	المحور1	Correlation Coefficient	.	،191	،405*	،532**	،077	،532**	،367*	،577**	،569**	،695**	،598**	،391*	،459**	1،000
		Sig. (2-tailed)	.	،272	،016	،001	،660	،001	،030	،000	،000	،000	،000	،020	،006	.
		N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

. * . Correlation is significant at the 0 . 05 level (2-tailed)

. ** . Correlation is significant at the 0 . 01 level (2-tailed)

ملحق رقم (3): نتائج اختبار الاتساق الداخلي بين العبارات ومحور الابتكار المالي .

Correlations

			العبارة 3	العبارة 4	العبارة 6	العبارة 7	العبارة 8	العبارة 9	العبارة 10	العبارة 11	العبارة 12	العبارة 13	المحور 1
Spearman's rho	العبارة 3	Correlation Coefficient	1،000	،085	،259	،316	،112	،285	،218	،220	،092	-،337*	،409*
		Sig. (2-tailed)	.	،628	،133	،064	،522	،097	،209	،204	،599	،048	،015
		N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	العبارة 4	Correlation Coefficient	،085	1،000	،034	،225	،360*	،370*	،193	،270	،224	،184	،546**
		Sig. (2-tailed)	،628	.	،845	،193	،034	،029	،266	،117	،195	،289	،001
		N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	العبارة 6	Correlation Coefficient	،259	،034	1،000	،258	،198	،049	،219	،346*	،507**	،094	،543**
		Sig. (2-tailed)	،133	،845	.	،134	،254	،779	،205	،041	،002	،590	،001
		N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	العبارة 7	Correlation Coefficient	،316	،225	،258	1،000	،138	،225	،109	،247	،131	-،191	،393*

	Sig . (2-tailed)	064 ،	193 ،	134 ،	.	428 ،	195 ،	535 ،	153 ،	453 ،	272 ،	020 ،
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	Correlation Coefficient	112 ،	، 360*	198 ،	138 ،	1، 000	029 ،	، 503**	199 ،	، 374*	253 ،	، 566**
العبارة 8	Sig . (2-tailed)	522 ،	034 ،	254 ،	428 ،	.	867 ،	002 ،	251 ،	027 ،	142 ،	000 ،
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	Correlation Coefficient	285 ،	، 370*	049 ،	225 ،	029 ،	1، 000	292 ،	، 360*	-، 166	، 379*	، 576**
العبارة 9	Sig . (2-tailed)	097 ،	029 ،	779 ،	195 ،	867 ،	.	089 ،	034 ،	342 ،	025 ،	000 ،
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	Correlation Coefficient	218 ،	193 ،	219 ،	109 ،	، 503**	292 ،	1، 000	، 432**	204 ،	325 ،	، 688**
العبارة 10	Sig . (2-tailed)	209 ،	266 ،	205 ،	535 ،	002 ،	089 ،	.	010 ،	239 ،	057 ،	000 ،
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	Correlation Coefficient	220 ،	270 ،	، 346*	247 ،	199 ،	، 360*	، 432**	1، 000	060 ،	255 ،	، 598**
العبارة 11	Sig . (2-tailed)	204 ،	117 ،	041 ،	153 ،	251 ،	034 ،	010 ،	.	733 ،	139 ،	000 ،
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	Correlation Coefficient	092 ،	224 ،	، 507**	131 ،	، 374*	-، 166	204 ،	060 ،	1، 000	018 ،	، 414*
العبارة 12	Sig . (2-tailed)	599 ،	195 ،	002 ،	453 ،	027 ،	342 ،	239 ،	733 ،	.	920 ،	013 ،
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	Correlation Coefficient	-، 337*	184 ،	094 ،	-، 191	253 ،	، 379*	325 ،	255 ،	018 ،	1، 000	، 422*
العبارة 13	Sig . (2-tailed)	048 ،	289 ،	590 ،	272 ،	142 ،	025 ،	057 ،	139 ،	920 ،	.	012 ،
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
	Correlation Coefficient	، 409*	، 546**	، 543**	، 393*	، 566**	، 576**	، 688**	، 598**	، 414*	، 422*	1، 000
المحور1	Sig . (2-tailed)	015 ،	001 ،	001 ،	020 ،	000 ،	000 ،	000 ،	000 ،	013 ،	012 ،	.
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

. * . Correlation is significant at the 0 . 05 level (2-tailed)

. ** . Correlation is significant at the 0 . 01 level (2-tailed)

ملحق رقم (4): نتائج اختبار الاتساق الداخلي بين العبارات وبعد التكلفة .

Correlations

			العبارة14	العبارة15	العبارة16	البعد1
Spearman's rho	العبارة14	Correlation Coefficient	1،000	357*،000	-،017	791**،000
		Sig . (2-tailed)	.	035،000	921،000	000،000
		N	35	35	35	35
	العبارة15	Correlation Coefficient	357*،000	1،000	636**،000	733**،000
		Sig . (2-tailed)	035،000	.	000،000	000،000
		N	35	35	35	35
	العبارة16	Correlation Coefficient	-،017	636**،000	1،000	521**،001
		Sig . (2-tailed)	921،000	000،000	.	001،000
		N	35	35	35	35
	البعد1	Correlation Coefficient	791**،000	733**،000	521**،001	1،000
		Sig . (2-tailed)	000،000	000،000	001،000	.
		N	35	35	35	35

. * . Correlation is significant at the 0 . 05 level (2-tailed)

. ** . Correlation is significant at the 0 . 01 level (2-tailed)

ملحق رقم (5): نتائج اختبار الاتساق الداخلي بين العبارات وبعد الجودة .

Correlations

			العبارة17	العبارة18	العبارة19	البعد2
Spearman's rho	العبارة17	Correlation Coefficient	1،000	316،000	564**،000	647**،000
		Sig . (2-tailed)	.	065،000	000،000	000،000
		N	35	35	35	35
	العبارة18	Correlation Coefficient	316،000	1،000	373*،000	613**،000
		Sig . (2-tailed)	065،000	.	027،000	000،000
		N	35	35	35	35
	العبارة19	Correlation Coefficient	564**،000	373*،000	1،000	932**،000
		Sig . (2-tailed)	000،000	027،000	.	000،000
		N	35	35	35	35
	البعد2	Correlation Coefficient	647**،000	613**،000	932**،000	1،000
		Sig . (2-tailed)	000،000	000،000	000،000	.
		N	35	35	35	35

. ** . Correlation is significant at the 0 . 01 level (2-tailed)

. * . Correlation is significant at the 0 . 05 level (2-tailed)

ملحق رقم (6):نتائج اختبار الاتساق الداخلي بين العبارات وبعد المرونة .

Correlations

			العبارة20	العبارة21	العبارة22	البعد3
Spearman's rho	العبارة20	Correlation Coefficient	1،000	556**،000	073،000	678**،000
		Sig . (2-tailed)	.	001،000	675،000	000،000
		N	35	35	35	35
	العبارة21	Correlation Coefficient	556**،000	1،000	144،000	831**،000
		Sig . (2-tailed)	001،000	.	409،000	000،000
		N	35	35	35	35
	العبارة22	Correlation Coefficient	073،000	144،000	1،000	554**،000
		Sig . (2-tailed)	675،000	409،000	.	001،000
		N	35	35	35	35
	البعد3	Correlation Coefficient	678**،000	831**،000	554**،000	1،000
		Sig . (2-tailed)	000،000	000،000	001،000	.
		N	35	35	35	35

. ** . Correlation is significant at the 0 . 01 level (2-tailed)

ملحق رقم (7):نتائج اختبار الاتساق الداخلي بين العبارات وبعد الابتكار .

Correlations

			العبارة23	العبارة24	العبارة25	البعد4
Spearman's rho	العبارة23	Correlation Coefficient	1،000	483**،000	380*،000	535**،000
		Sig . (2-tailed)	.	003،000	024،000	001،000
		N	35	35	35	35
	العبارة24	Correlation Coefficient	483**،000	1،000	809**،000	959**،000
		Sig . (2-tailed)	003،000	.	000،000	000،000
		N	35	35	35	35
	العبارة25	Correlation Coefficient	380*،000	809**،000	1،000	923**،000
		Sig . (2-tailed)	024،000	000،000	.	000،000
		N	35	35	35	35
	البعد4	Correlation Coefficient	535**،000	959**،000	923**،000	1،000
		Sig . (2-tailed)	001،000	000،000	000،000	.
		N	35	35	35	35

. ** . Correlation is significant at the 0 . 01 level (2-tailed)

. * . Correlation is significant at the 0 . 05 level (2-tailed)

ملحق رقم (8): نتائج اختبار ثبات الاستبيان .

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
708 ،	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
872 ،	12

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
887 ،	25

ملحق رقم (9): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي .

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	. Sig	Statistic	Df	. Sig
البعد1	161 ،	35	047 ،	965 ،	35	423 ،
البعد2	130 ،	35	200* ،	951 ،	35	179 ،
البعد3	175 ،	36	017 ،	940 ،	36	059 ،
البعد4	181 ،	36	063 ،	949 ،	36	091 ،
المحور1	169 ،	35	154 ،	904 ،	35	058 ،
المحور2	177 ،	35	119 ،	947 ،	35	351 ،

a . Lilliefors Significance Correction

ملحق رقم (10): نتائج التحليل الوصفي للمتغيرات الشخصية .

الصنف

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	17	6 ،48	6 ،48	6 ،48
	أنثى	18	4 ،51	4 ،51	0 ،100
	Total	35	0 ،100	0 ،100	

العمر

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من 30 سنة	2	7 ،5	7 ،5	7 ،5
	من 30 إلى أأقل من 40 سنة	20	1 ،57	1 ،57	9 ،62
	من 40 إلى أقل من50سنة	10	6 ،28	6 ،28	4 ،91
	50سنة فأكثر	3	6 ،8	6 ،8	0 ،100
	Total	35	0 ،100	0 ،100	

المؤهل العلمي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ليسانس	20	1 ،57	1 ،57	1 ،57
	ماستر	5	3 ،14	3 ،14	4 ،71
	دكتوراه	2	7 ،5	7 ،5	1 ،77
	أخرى	8	9 ،22	9 ،22	0 ،100
	Total	35	0 ،100	0 ،100	

المستوى الوظيفي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	عضو في الإدارة التنفيذية العليا	2	7 ،5	7 ،5	7 ،5
	مدير فرع	1	9 ،2	9 ،2	6 ،8
	نائب مدير الفرع	1	9 ،2	9 ،2	4 ،11
	رئيس مصلحة	8	9 ،22	9 ،22	3 ،34

	موظف	23	7 ،65	7 ،65	0 ،100
	Total	35	0 ،100	0 ،100	

الأقدمية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من 05 سنوات	8	9 ،22	9 ،22	9 ،22
	من إلى 10 سنوات	27	1 ،77	1 ،77	0 ،100
	Total	35	0 ،100	0 ،100	

ملحق رقم (11): نتائج التحليل الوصفي لمحور الابتكار المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std . Deviation	Std . Error Mean
المحور1	35	3، 6057	36537 ،	06176 ،

ملحق رقم (12): نتائج التحليل الوصفي محور الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std . Deviation	Std . Error Mean
البعد1	35	3، 4857	61752 ،	10438 ،
البعد2	35	3، 5905	60003 ،	10142 ،
البعد3	35	3، 6667	44281 ،	07485 ،
البعد4	35	3، 4952	63848 ،	10792 ،
المحور2	35	3، 5595	48950 ،	08274 ،

ملحق رقم (13): نتائج اختبار الانحدار البسيط للابتكار المالي على تخفيض التكلفة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std . Error of the Estimate
1	670[a] ،	448 ،	432 ،	46557 ،

a . Predictors: (Constant)، المحور1

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	. Sig
1	Regression	812 ،5	1	812 ،5	814 ،26	000[b] ،
	Residual	153 ،7	33	217 ،		
	Total	965 ،12	34			

a . Dependent Variable: البعد1

b . Predictors: (Constant)، المحور1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	. Sig
		B	Std . Error	Beta		
1	(Constant)	595 ،-	792 ،		751 ،-	458 ،
	المحور1	132 ،1	219 ،	670 ،	178 ،5	000 ،

a . Dependent Variable: البعد1

ملحق رقم (14): نتائج اختبار الانحدار البسيط للابتكار المالي على تحقيق الجودة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std . Error of the Estimate
1	624[a] ،	389 ،	370 ،	47611 ،

a . Predictors: (Constant)، المحور1

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	. Sig
1	Regression	761 ،4	1	761 ،4	003 ،21	000[b] ،
	Residual	480 ،7	33	227 ،		

	Total	241،12	34			

a . Dependent Variable: البعد2

b . Predictors: (Constant)، المحور1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	. Sig
		B	Std . Error	Beta		
1	(Constant)	-،102	،810		-،126	،900
	المحور1	1،024	،223	،624	4،583	،000

a . Dependent Variable: البعد2

ملحق رقم (15): نتائج اختبار الانحدار البسيط للابتكار المالي على زيادة المرونة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std . Error of the Estimate
1	،515[a]	،265	،243	،38526

a . Predictors: (Constant)، المحور1

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	. Sig
1	Regression	1،769	1	1،769	11،916	،002[b]
	Residual	4،898	33	،148		
	Total	6،667	34			

a . Dependent Variable: البعد3

b . Predictors: (Constant)، المحور1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	. Sig
		B	Std . Error	Beta		
1	(Constant)	1،416	،655		2،161	،038
	المحور1	،624	،181	،515	3،452	،002

a . Dependent Variable: البعد3

ملحق رقم (16): نتائج اختبار الانحدار البسيط للابتكار المالي على تحقيق الابتكار لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std . Error of the Estimate
1	601[a] ،	361 ،	342 ،	51793 ،

a . Predictors: (Constant)، المحور1

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	. Sig
1	Regression	008 ،5	1	008 ،5	668 ،18	000[b] ،
	Residual	852 ،8	33	268 ،		
	Total	860 ،13	34			

a . Dependent Variable: البعد4

b . Predictors: (Constant)، المحور1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	. Sig
		B	Std . Error	Beta		
1	(Constant)	292 ،-	881 ،		332 ،-	742 ،
	المحور1	050 ،1	243 ،	601 ،	321 ،4	000 ،

a . Dependent Variable: البعد4

ملحق رقم (17): نتائج اختبار الانحدار البسيط للابتكار المالي على دعم الميزة التنافسية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبرواقية .

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std . Error of the Estimate
1	715[a] ،	511 ،	496 ،	34749 ،

a . Predictors: (Constant)، المحور1

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	. Sig
1	Regression	162 ،4	1	162 ،4	470 ،34	000[b] ،
	Residual	985 ،3	33	121 ،		
	Total	147 ،8	34			

a . Dependent Variable: المحور2

b . Predictors: (Constant)، المحور1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	. Sig
		B	Std . Error	Beta		
1	(Constant)	107 ،	591 ،		180 ،	858 ،
	المحور1	958 ،	163 ،	715 ،	871 ،5	000 ،

a . Dependent Variable: المحور2