

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

Mohamed Boudiaf University of M'sila

Faculty of Economic, commercial and
Management Sciences

Department of Management Sciences



جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

العنوان:

دور الابتكار في تحسين خدمات البنوك

دراسة ميدانية مجموعة من الوكالات بنكية بولاية المسيلة

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (أكاديمي) في علوم التسيير

تخصص: إدارة الأعمال

تحت إشراف:

لعشاش عبد الحليم

من إعداد الطالبتين:

_ عمرون فلة.

_ سويح مروة.

لجنة المناقشة

رئيسا	أستاذة مساعدة (أ)	الأستاذة صغيور حياة
مقررا ومشرفا	أستاذ محاضر (أ)	الأستاذ لعشاش عبد الحليم
ممتحنا	أستاذة مساعدة (ب)	الأستاذة ضريفي نوال

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، الحمد لله الذي وفقنا وأعاننا على إتمام هذا العمل.

نتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى أستاذي المشرف (لعشاش عبد الحليم)، الذي كان لدعمه وتوجيهاته الدائمة الفضل الأكبر في إنجاز هذه المذكرة.

كما نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى لجنة المناقشة الموقوة، على وقتهم وجهودهم القيمة في تقييم هذا العمل وتقديم ملاحظاتهم البناءة.

وأخيراً، نود أن نعبر عن إمتناننا العميق لجميع الأساتذة الأفاضل، الذين لم يبخلوا علينا بعلمهم ونصحهم، وكانوا دائماً مصدر إلهام ودعم.

جزاكم الله خير الجزاء وجعل ما قدمتموه في ميزان حسناتكم.

مع خالص الشكر والتقدير

اهداء

إلى الأكرم منا جميعاً: شهداء فلسطين الأحرار...

سلاماً إلى الذين لم يرو يوماً سلاماً

إلى أبطال العبور المقدس الذين غيروا العالم بخطواتهم الصادقة

إلى الصامدين على الثغور أزيد من مئتي يوم، المدافعين عن شرف الأمة متحدين

إلى الأحرار خلف السجون الثابتين ثبات الجبال

إلى المتناثرة قطع أجسادهم، إلى الأطفال الذين قُطعت رؤسهم

إليكم يا من إن حاولت تجاهل أخبرهم شعرت بالخيانة، وإن ذكرتهم أهلكني العجز.

دعائي الدائم لكم.

سويح مروة

إهداء

إلى من كانت محبتهم النور الذي قادني خلال رحلة العلم والمعرفة، إلى من لم يبخلوا عليا بدعمهم وتضحياتهم...

إلى والدي العزيز، الذي علمني أن الأحلام تتحقق بالصبر والعمل، والذي كان دعمه لي أساس كل نجاح، فلك مني كل الحب والامتنان.

إلى والدتي العزيزة، ينوع العطاء والحنان، التي كانت دعواتها جناحاً ألق به نحو النجاح، والتي كانت خير معين في مسيرتي.

إلى إخوتي الأثواء، رفقاء الدرب وشركاء الطموح، الذين كانوا لي الدعم والملاذ، والذين لم يبخلوا عليا بحبهم ومساندتهم.

إلى عائلتي الكريمة، التي كانت أساساً راسخاً بُنيت عليه طموحاتي وأحلامي، ووجدت فيها دائماً الدفاء والطمأنينة.

إليكم جميعاً، أهدي هذه المذكرة، ثمرة سنوات من الكد والسهر، تعبوا لمحبتني وإمتناني العميق، واعتواً بفضلكم الذي لا ينسى.

عمرون فلة

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور الابتكار في تحسين خدمات البنوك، حيث تتضمن الخدمات البنكية الأبعاد التالية (التواصل والتعامل البشري، جودة الخدمة، التطوير المستمر) على مستوى مجموعة من البنوك بولاية المسيلة، ولتحقيق هذا الهدف تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لهذه الدراسة، حيث اخترنا طريقة العينة العشوائية من هذا المجتمع حجمها 94 موظف وموظفة من هذه البنوك، ثم قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان على هذه العينة وتم استرجاع 80 استمارة صالحة للتحليل الاحصائي بواسطة SPSS ومن أهم النتائج التي تم التوصل إليها:

يوجد دور للابتكار في تحسين الخدمة البنكية في الوكالات بنكية بولاية المسيلة.

الكلمات المفتاحية: الابتكار، الخدمات البنكية

Abstract :

This study aims to know the role of innovation in improving Banking services, as banking services include the following dimensions (communication, human interaction, quality of service, continuous development) at the level of a group of banks in the state of Liquefied To achieve this objective, the analytical descriptive curriculum of this study has been drawn upon, We selected the random sample method from this community of 94 employees and employees from these banks We then distributed the questionnaire form to this sample and 80 valid statistical analysis forms were retrieved by SPSS, The most important findings were :

There is a role of innovation in improving the banking service in the banking agencies of the Liquefied State.

Keywords : Innovation, Banking.

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
-	الشكر
-	الإهداء
I	الملخص
II	قائمة المحتويات
III	قائمة الجداول والأشكال
أ	مقدمة عامة
	الفصل الأول: الإطار النظري للابتكار والخدمات البنكية
02	تمهيد
03	المبحث الأول: أساسيات حول الابتكار
03	المطلب الأول: مفهوم الابتكار
07	المطلب الثاني: أنواع الابتكار
08	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الابتكار
13	المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول خدمات البنوك
13	المطلب الأول: مفهوم الخدمات البنكية
15	المطلب الثاني: خصائص ومميزات الخدمات البنكية
17	المطلب الثالث: تقسيمات ودورة حياة الخدمات البنكية
23	المبحث الثالث: عرض الدراسات السابقة وبناء النموذج
23	المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة
26	المطلب الثاني: أوجه الاختلاف والتشابه وأوجه الاستفادة
27	المطلب الثالث: بناء النموذج
28	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
30	تمهيد

31	المبحث الأول: الطرق والأدوات المتبعة في الدراسة الميدانية
31	المطلب الأول: منهج ومجتمع وعينة ومتغيرات الدراسة
34	المطلب الثاني: أدوات الدراسة وجمع البيانات وحساب الصدق والثبات لها
42	المطلب الثالث: البرامج والأدوات الإحصائية والبيانية المستخدمة
47	المبحث الثاني: تحليل البيانات واختبار الفرضيات ومناقشتها
47	المطلب الأول: عرض وتحليل بيانات المستجوبين نحو المتغيرات الشخصية للعينة
53	المطلب الثاني: عرض وتحليل بيانات المستجوبين نحو متغيرات الدراسة
61	المطلب الثالث: إختبار فرضيات الدراسة ومناقشة نتائجها
70	خلاصة الفصل
71	خاتمة عامة
75	قائمة المراجع
81	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
32	يبين توزيع واسترجاع الاستبانات	الجدول رقم: 01
35	هيكل أداة الدراسة (الاستبيان)	الجدول رقم: 02
36	يبين المقياس Likert المستخدم في الاستبيان	الجدول رقم: 03
37	يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات (المحور الثاني)	الجدول رقم: 04
38	يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات (البعد 01)	الجدول رقم: 05
39	يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات (البعد 02)	الجدول رقم: 06
39	يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات (البعد 03)	الجدول رقم: 07
41	يوضح مدى الاتساق البنائي لأداة الدراسة	الجدول رقم: 08
42	يبين قيمة معامل Cronbach's Alpha للاستبيان	الجدول رقم: 09
43	يبين نتائج كشف نوع التوزيع الطبيعي للبيانات (طريقة رقمية)	الجدول رقم: 10
47	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	الجدول رقم: 11
48	يبين توزيع أفراد العينة حسب العمر	الجدول رقم: 12
49	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	الجدول رقم: 13
50	يبين توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	الجدول رقم: 14
52	يبين توزيع أفراد العينة حسب الصفة الوظيفية	الجدول رقم: 15
54	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات المحور 02	الجدول رقم: 16
57	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات المحور 03 من الاستبيان: خدمات البنوك	الجدول رقم: 17
63	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية	الجدول رقم: 18
65	نتائج اختبار الفرضيات الفرعية	الجدول رقم: 19

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
ب	النموذج النظري للدراسة	الشكل رقم: (01)
ج	خطة الدراسة	الشكل رقم: (02)
06	يمثل أهمية الابتكار	الشكل رقم: (03)
09	العوامل المؤثرة في الابتكار	الشكل رقم: (04)
11	القيادة وأسلوب الإدارة	الشكل رقم: (05)
21	دورة حياة الخدمة البنكية	الشكل رقم: (06)
27	نموذج الدراسة	الشكل رقم: (07)
33	يبين توزيع الاستبيانات على عينة الدراسة	الشكل رقم: (08)
33	رسم النموذج الميداني للدراسة	الشكل رقم: (09)
48	يبين تمثيل بياني لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	الشكل رقم: (10)
49	يبين تمثيل بياني لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير العمر	الشكل رقم: (11)
50	يبين تمثيل بياني لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	الشكل رقم: (12)
51	يبين تمثيل بياني لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية	الشكل رقم: (13)
52	يبين تمثيل بياني لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الصفة الوظيفية	الشكل رقم: (14)
59	رسم بياني لترتيب أهمية وتطبيق أبعاد خدمات البنوك قيد الدراسة في ولاية المسيلة	الشكل رقم: (15)
69	النموذج الميداني للدراسة	الشكل رقم: (16)

مقدمة

يشهد العالم اليوم تغيرات متسارعة في مختلف المجالات مدفوعة بالتطورات التكنولوجية المتقدمة والاتصال العالمي المتزايد، في ظل هذه الديناميكية تصبح الحاجة إلى الابتكار ضرورة حتمية للبقاء والتقدم في مختلف القطاعات. وفي ظل كل هذه التغيرات أصبحت منظمات الأعمال تجد صعوبة في البقاء والاستمرار مما يتطلب رؤية متجددة للأشياء وتوليد أفكار جديدة تشجع على الابتكار، إن من أهم مميزات النجاح اليوم هو التخلي عن الأساليب التقليدية في إنتاج وتقديم الخدمات. مع زيادة التنافس العالمي والتغير التكنولوجي المستمر وقصر عمر الخدمات، جعل البنوك تواجه ضغطاً متزايداً وخطورة الفشل في أي وقت، لهذا أصبحت فرصة البقاء مقترنة بسرعة التطوير والابتكار في أساليب العمل وأيضاً في تقديم خدماتها حتى تضمن الميزة التنافسية لهذه البنوك.

فالابتكار والاكتشاف والتطوير، هي عوامل تساعد في تلبية الاحتياجات المتنامية للعملاء وتعزيز الميزة التنافسية في القطاع البنكي. لهذا فإن الخدمات البنكية تحتل نسبة مقبولة في قطاع الخدمات، وللاستمرار البنوك في أداء نشاطها بشكل جيد وضمان نموها واستمرارها يجب عليها جذب أكبر عدد ممكن من الزبائن، ولن يتحقق ذلك إلا بقدرتها على تلبية حاجات عملائها إلى حد كبير، ويتوقف هذا على مدى قدرة البنك على التطوير والابتكار في الخدمات البنكية.

لهذا يعتبر الابتكار في الخدمات البنكية من أهم المواضيع في البنوك تسعى إلى رفع مستوى أدائها من حيث عمليات تقديم الخدمة حيث تقوم البنوك باستخدام العديد من الأساليب والتقنيات لتحسين خدماتها وتلبية احتياجات عملائها الداخليين والخارجيين.

يعد الجهاز البنكي قطاع خدمي ويعتبر من أهم الهياكل الاقتصادية خاصة لدى الكثير من الدول لاسيما في الدول النامية التي تعتبره الممول الرئيسي لاقتصادها.

أولاً: طرح الإشكالية

في حين أن الابتكار يعتبر نشاطاً أساسياً لتطوير وعصرنة الخدمة البنكية وبالتالي تطوير الميزة التنافسية في البنوك ويمكن تجسيد هذه المزايا من خلال الدور الفعال الذي يلعبه الابتكار وعليه جاء موضوع بحثنا لي طرح الإشكالية التالية:

- هل للابتكار دور في تحسين خدمات البنوك (البنوك محل الدراسة بالمسيلة) ؟

يندرج تحت هذه الإشكالية تساؤلات فرعية يمكن صياغتها على النحو التالي:

- هل للابتكار دور في تحسين جودة الخدمة البنكية في البنوك محل الدراسة؟

- هل للابتكار دور في التطوير المستمر للخدمة البنكية في البنوك محل الدراسة؟

- هل للابتكار دور في تعزيز التواصل والتعامل البشري في البنوك محل الدراسة؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

استنادا على الإشكالية يمكن صياغة عدة فرضيات منها:

الفرضية الرئيسية:

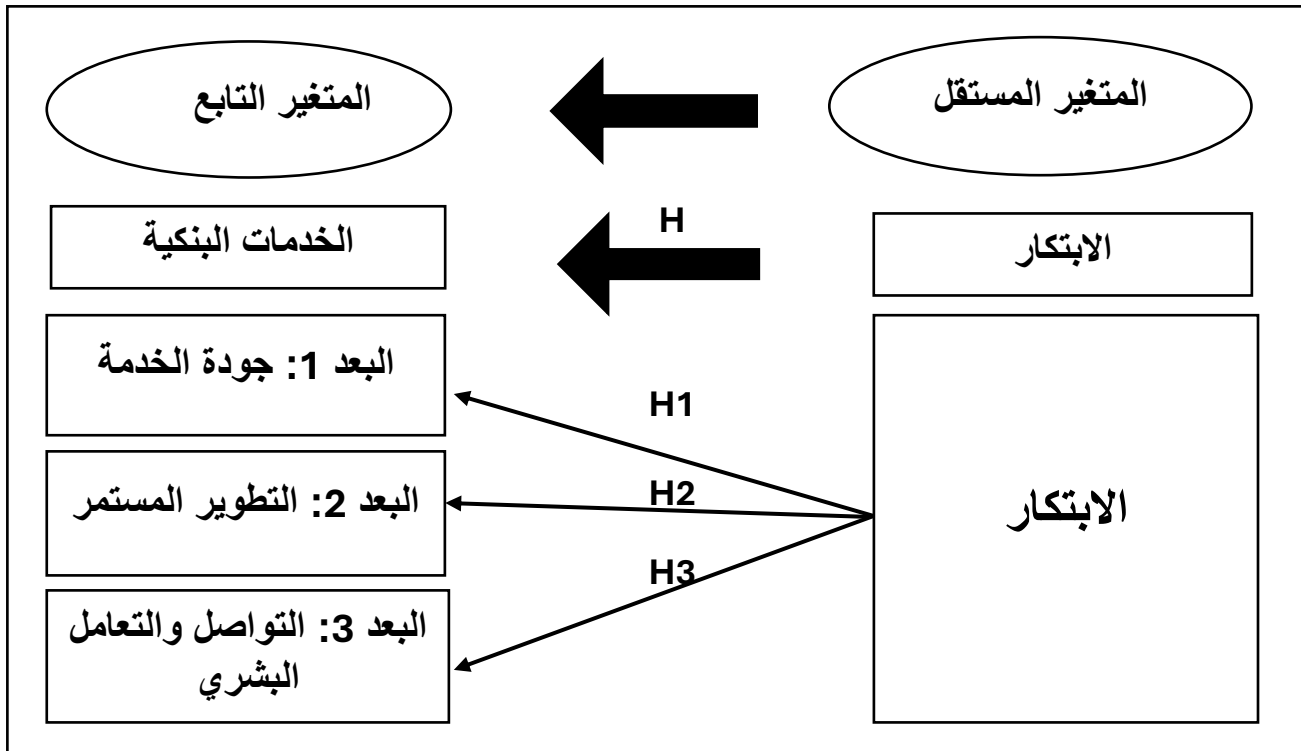
- يوجد دور للابتكار في تحسين الخدمة البنكية في البنوك محل الدراسة.

الفرضيات الفرعية:

- يوجد دور للابتكار في تحسين جودة الخدمة البنكية في البنوك محل الدراسة.
- يوجد دور للابتكار في التطوير المستمر للخدمة البنكية في البنوك محل الدراسة.
- يوجد دور للابتكار في تعزيز التواصل والتعامل البشري في البنوك محل الدراسة.

النموذج النظري للدراسة:

الشكل رقم (01): النموذج النظري للدراسة



المصدر: من إعداد الطالبتين

ثالثا: أهمية الدراسة

تبرز أهمية هذه الدراسة كالاتي:

- تشمل هذه الدراسة موضوعا حيويا ومهما ألا وهو الابتكار وكيفية تأثيره على تحسين خدمات البنوك وتطويرها لتلبية احتياجات العملاء.
- دراسة واقع الابتكار على مستوى البنوك بالمسيلة.
- فهم كيفية استخدام الابتكار لزيادة التنافسية وجذب المزيد من العملاء.
- تسليط الضوء على كيفية استخدام الابتكار لتعزيز الأمان وبناء الثقة بين العملاء والبنوك.
- إثراء المكتبة الجامعية والجزائرية بالدراسات في هذا المجال.

رابعا: أهداف الدراسة

- الإجابة على التساؤلات والتحقق من الفرضيات المقدمة.
- معرفة إذا كان هناك ابتكار في البنوك بالمسيلة.
- التأكيد على الدور الذي يلعبه الابتكار في تحسين وتطوير الخدمات البنكية.
- معرفة إذا كان هناك اهتمام بهذا الموضوع من قبل مسؤولي البنوك بالمسيلة.

خامسا: أسباب اختيار الموضوع

- الأسباب الذاتية

- ميولنا الطبيعي ورغبتنا في البحث والإستطلاع في موضوع الابتكار ودوره في تحسين الخدمات البنكية.
- الاهتمام بالتنمية المهنية واكتساب المعرفة والمهارات في مجال البنوك.

- الأسباب الموضوعية

- قابلية الموضوع للبحث والدراسة.
- أهمية الموضوع حيث يعد موضوع البحث أحد المجالات التي شهدت اهتماما متزايدا من طرف الباحثين والممارسين على حد سواء في الفترة الأخيرة.

سادسا: المنهج المستخدم

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وهو الملائم لموضوع الدراسة باعتباره المنهج الأنسب لهذا النوع من البحوث والذي يقوم على جمع وتحليل وعرض المادة العلمية ثم التعليق عليها من خلال النتائج المتوصل إليها في الجزء التطبيقي.

أما الجانب الميداني لقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان لجمع المعلومات ثم توزيعها على عينة عشوائية من الموظفين في البنوك بالمسيلة ومعالجتها عن طريق برنامج SPSS.

سابعا: حدود الدراسة

الحدود المكانية: تمت الدراسة على عينة من الوكالات بنكية الموجودة بولاية المسيلة.

الحدود الزمانية: امتدت الفترة الزمنية للدراسة من شهر ديسمبر 2023 إلى شهر ماي 2024.

الحدود البشرية: اقتصرت الدراسة على موظفي البنوك محل الدراسة.

الحدود الموضوعية: تناولت الدراسة متغيرين أساسيين المتغير الأول يتمثل في الابتكار والمتغير الثاني يتمثل في الخدمات البنكية.

ثامنا: صعوبات الدراسة

من بين الصعوبات التي واجهتنا خلال إجراء هذه الدراسة ما يلي:

- صعوبة فهم التقنيات المتقدمة وتطبيقاتها في البنوك.
- التحدي في إدارة الوقت وتنظيم المهام المتعددة لإكمال المذكرة بجودة عالية.
- ثقافة الانغلاق التي مازالت تنتهجها المنظمات الجزائرية ورفضها التعاون مع الطلبة الباحثين بحجة سرية المعلومات وضغط العمل.

تاسعا: خطة الدراسة

تم الاعتماد على منهجية (IMRAD INTRODUCTION METHDS RÉSULTS AND DISICUTION)

حيث تم تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين فصل نظري وفصل تطبيقي كما هو موضح في الشكل التالي:

مقدمة		
المبحث الأول: أساسيات حول الابتكار	الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة	التقديم Introduction
المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول الخدمات البنكية		الطريقة Methods
المبحث الثالث: عرض الدراسات السابقة وبناء نموذج للدراسة		النتائج Results
المبحث الأول: الطرق والأدوات المتبعة في الدراسة الميدانية	الفصل الثاني: الرواسة الميدانية	And
المبحث الثاني: تحليل البيان وإختبار الفرضيات ومناقشتها		المناقشة Disscation
خاتمة		

الفصل الأول:

الإطار النظري للابتكار والخدمات البنكية

تمهيد:

يعتبر الجهاز المصرفي الممول الأساسي لاقتصاد معظم الدول، ونجاح النظام الاقتصادي يتوقف على تشكيلة الخدمات المقدمة وخاصة بما يميزها من خصائص فريدة لا تجدها في الخدمات الأخرى وفي ظل إشتداد المنافسة وتسابق البنوك لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء يتطلب الأمر من البنوك بذل جهود كبيرة لمواكبة التطورات التكنولوجية واستخدام أحدث التقنيات بكفاءة عالية لابتكار خدمات بنكية جديدة وتقديم مزيج متكامل منها وينبغي تطوير أساليب تقديم هذه الخدمات بما يضمن إيصالها بدقة وسهولة للعميل، بهدف الحصول على أكبر حصة من السوق، لذلك يتوجب على البنوك العمل على تعزيز قدرتها التنافسية من خلال توفير خدمات مبتكرة وفعالة تلبي إحتياجات العملاء بشكل شامل ومرن، وتحسين تجربة العملاء من خلال تبسيط العمليات وتحسين جودة الخدمات المقدمة.

ومن هذا المنطلق سيتم دراسة هذا الفصل في ثلاث مباحث كما يلي:

- **المبحث الأول:** أساسيات حول الابتكار.
- **المبحث الثاني:** مفاهيم أساسية حول الخدمات البنكية.
- **المبحث الثالث:** عرض الدراسات السابقة وبناء نموذج الدراسة.

المبحث الأول: أساسيات حول الابتكار

يعتبر الابتكار مفهوماً شاملاً يتعلق بالفرد وقدرته في خلق قيمة مضافة وتحقيق تغيير إيجابي في المنظمات والمجتمعات والبحث عن التميز، فالابتكار يتميز بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن غيره من المفاهيم التي قد يعتقد البعض أنها مرادفة له، وهذا ما يمكن إبرازه من خلال التطرق لمفهوم الابتكار، وعليه سيتم تناول المفاهيم الأساسية للابتكار لهذا المبحث.

المطلب الأول: ماهية الابتكار innovation

من خلال هذا المطلب سيتم تناول تعريف الابتكار ومختلف المفاهيم المتعلقة به.

1-1/ الابتكار والمصطلحات ذات الصلة:

عادة ما يختلط مفهوم الابتكار مع مفاهيم أخرى، كالإختراع والاكتشاف والإبداع وفيما يلي نعرض بعض التوضيحات:

- الاكتشاف

تم تحديد الاكتشاف حسب القاموس الفرنسي La Rousse على أنه "العثور على ما كان مجهولاً أو مخفي وغير معروف" وبالتالي فخاصية الاكتشاف أنه يكشف ما كان موجود مسبقاً، ولا يوجد أي نشاط اختراع في هذه الحالة أو خلق شيء جديد، كما أن الاكتشاف قد يكون عن طريق الصدفة أو ثمرة عملية بحث تهدف إلى العثور على شيء مخفي ولكننا نعرف أنه موجود (Nicolas, 2009, p. 22).

- الإختراع

عملية إبداعية تتناسب بشكل أفضل مع نهاية البحث التطبيقي والتطوير، يعتمد بشكل كبير على الاستكشاف والتجريب، يختلف عن الابتكار في كونه يُنصب على الخلق نفسه وليس كيفية استخدام الشيء (wingate, 2015, p. 134).

هنالك علاقة تساعد على إظهار العلاقة بين المصطلحين:

الابتكار = مفهوم نظري + اختراع التقني + الاستغلال التجاري (trootl, 2005, p. 15)

الابتكار هو التطبيق التجاري للإختراع ومنه يمكن القول أن الابتكار هو القدرة على الإختراع.

- الإبداع

هو عملية إيجاد أفكار تتصف بأنها جديدة، متصلة بحل مشكلات معينة، وتشمل هذه العملية مراحل الإعداد والإختيار والإستشراف والتحقق، بينما يتعدى الابتكار كل ذلك إلى تحقيق قيمة قابلة للتسويق التجاري. وبهذا فإن الإبداع هو الجزء المرتبط بتوليد الفكرة الجديدة في حين أن الابتكار هو الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ والتحويل من الفكرة الجديدة إلى المنتج الجديد (vorglimow, 2004, p. 381). وبالنظر إلى المراحل الوسيطة بين إيجاد الأفكار الجديدة وتحويلها إلى منتجات جديدة، فإن نواتج الإبداع (الأفكار الجديدة) قد لا تُحدد استعمالاتها بصفة مسبقة في الكثير من الأحيان، في حين تستهدف نواتج الابتكار (المنتجات الجديدة) الإرتقاء بمستويات الأداء إلى معدلات عالية تزيد من رضا الفئات المستهدفة.

أضف إلى ذلك أنه يمكن التفريق بين نشاطي الإبداع والابتكار، يكون الابتكار سيرورة جماعية مرتبطة بالإنجاز بينما الإبداع غالباً ما يكون عملاً فردياً يتم في المخابر الخاصة بصفة منعزلة (ملايكية، 2013، الصفحات 19-20).

1-1-1/ تعريف الابتكار:

اختلف المنظرون في تعريف الابتكار كل حسب وجهة نظره إلا أنه يمكن التوصل إليه من خلال التعاريف التالية:

- **تعريف بيتر داركر:** فقد عرف الابتكار بأنه "التخلي المنظم عن القديم مؤكداً في ذلك على ما قاله شومبيتر من أن الابتكار هو هدم خلاق" (نجم، 2003، صفحة 21).

- **تعريف تشير مير هورن وزملائه الابتكار على أنه:** عملية إنشاء الأفكار الجديدة ووضعها في الممارسة مؤكداً على أن أفضل الشركات هي التي تتوصل إلى الافكار الخلاقة ومن ثم تضعها ف الممارسة (نجم، 2003، صفحة 20).

- **تعريف المنظمة الدولية للمعايير (ISO):** بأنه "المنتج او الإجراء الجديد أو المجدد بشكل مؤثر الذي يُتاح للمستخدمين المستهدفين، ويقدم إليهم فوائد تحمل قيمة" (الزامل، 2022، صفحة 114).

- وهو إيجاد فكر جديد فنياً كان أم إدارياً أم اجتماعياً أم اقتصادياً، يتعلق بتطوير ما هو قائم فعلاً وتحويل هذه الفكرة إلى مشروع تنفيذي مربح اقتصادياً (سيد قنديل، 2009، صفحة 124).

- كما يُعرف بأنه استراتيجية تنظيمية، تتبناها المؤسسة البنكية على المدى الطويل من خلال وضع سياسة إستباقية مستحدثة لها، تقوم بتوليد وإبداع الأفكار الجديدة وتطبيقها بهدف تحقيق غاياتها وتحسين تطوير أدائها، وجعل المؤسسة البنكية تتعامل وتتسجم مع البيئة المتغيرة في السوق (عدنان، 2017).

الفصل الأول: الإطار النظري للابتكار والخدمات البنكية

من خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج تعريف الابتكار على أنه:

عبارة عن عملية تنظيمية، تتمثل في كونها إبداع مستخدم، تهدف إلى خلق منتجات أو خدمات جديدة في السوق أو داخل المؤسسة أو تحسين وتطوير منتجات وخدمات قائمة (سواء في التكنولوجيا التصميم.... الخ).
والبعد عن كل ما هو روتيني تقليدي بهدف خلق وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة ومواكبة المنافسة السائدة.

1-2/ خصائص وأهمية الابتكار

1-2-1/ خصائص الابتكار

يتميز الابتكار بمجموعة خصائص نذكر منها:

- الابتكار يمثل التمايز

وفي هذا فإن الابتكار هو الإتيان بما هو مختلف عن الآخرين المنافسين أو غير المنافسين فهو ينشئ شريحة سوقية من خلال الاستجابة المتفردة لحاجاتها عن طريق الابتكار.

- الابتكار يمثل الجديد

وفي هذا فإن الابتكار هو الإتيان بالجديد كلياً أو جزئياً في مقابل الحالة القائمة التي تمثل القديم أو ما هو سابق على الابتكار، وهو بذلك يمثل مصدر التجدد من أجل المحافظة على حصة الشركة السوقية وتطويرها.

- الابتكار هو القدرة على اكتشاف الفرص

الابتكار في انتهاز الفرص هو نمط من أنماط الابتكار الذي يستند على قراءة جديدة للحاجات والتوقعات ورؤية خلاقة لإكتشاف قدرات المنتج الجديد في خلق طلب فعال وإكتشاف السوق جديدة الذي هو غير معروف لحد الآن (بياضي، 2020، صفحة 34).

- الابتكار هو أن تكون المتحرك الأول في السوق

وفي هذا تمييز لصاحب الابتكار أن يكون الأول في التوصل إلى الفكرة والمنتج والسوق عن الآخرين، وحتى في حالة صاحب التحسين يكون الأول بما أدخل على المنتج من تعديلات وهذه ميزة المنظمات المبتكرة، أي أن صاحب الابتكار أسرع من منافسيه في التوصل إلى الفكرة وإدخال ما هو جديد (دن و بن سالم، 2015، صفحة 254).

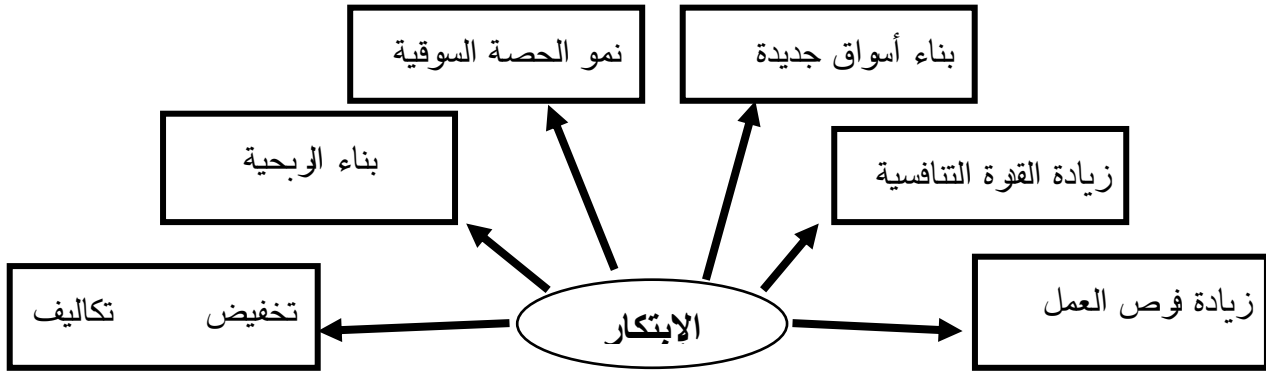
1-2-2/أهمية الابتكار

تفرض بيئة الأعمال اليوم على المؤسسات أن تُولي أهمية أكبر للابتكار نتيجة التغيرات السريعة لضمان بقاء هذه المؤسسات وإستمرارها وبالتالي تتزايد أهميته والحاجة إليه، والتي يمكن تناولها كالآتي:

- ✓ ينمي ويراكم المهارات الشخصية في التفكير والتفاعل الجماعي من خلال فرق العصف الذهني؛
- ✓ يزيد من جودة القرارات التي تصنع لمعالجة المشكلات على مستوى المؤسسة في مختلف المجالات، المالية، التسويقية؛
- ✓ يحسن من جودة المنتجات ويسمح بتقديم منتجات جديدة؛
- ✓ يساعد على خلق وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة؛
- ✓ يساعد على إيجاد سبل جديدة لزيادة حجم المبيعات؛
- ✓ يساهم في خلق وتعزيز الصورة الذهنية الجيدة للمؤسسة لدى زبائنها؛
- ✓ يساعد على تقليل الفترة بين تقديم منتج جديد وآخر مما يساهم في تميز المؤسسة؛
- ✓ يلعب الابتكار أهمية في تنمية رأس المال البشري من خلال تأهيله وتدريبه على المعارف التكنولوجية وعمليات البحث والتطوير (حيواني، 2015، صفحة 08).

وفيما يلي نعرض الشكل التالي الذي يتضمن النقاط الهامة:

الشكل رقم (03): يمثل أهمية الابتكار



Source : Manuel d'Oslo,* directives consonant la collecte et l'interprétation des données sur l'innovation, p146*

المطلب الثاني: أنواع الابتكار

هناك العديد من التقسيمات لكن أبرزها يتمثل فيما يلي:

1-2/ التصنيف وفقا لطبيعة الابتكار

الابتكار يمكن أن يكون تكنولوجيا أو إداريا، ويعتمد تمييزها على مدى تغيير جوهر عمل المؤسسة. الابتكار التكنولوجي يشمل مجموعة من المعارف والتقنيات، بينما يتعلق الابتكار الإداري (بأي تحول على مستوى العمليات والتنظيم)، مما يسمح بتحقيق الأهداف بكفاءة عالية من خلال التعلم وتحسين العمليات الجماعية (حامدي، 2020، صفحة 5).

2-2/ التصنيف حسب الهدف

حسب التعريف الذي ذكرناه للابتكار، فإنه يوجد أربعة أنواع رئيسية للابتكار حسب الهدف: ابتكار المنتجات، الابتكار في العمليات، الابتكار التنظيمي والابتكار التسويقي.

- ابتكار المنتجات

ويقصد به ابتكار سلعة أو خدمة جديدة تماما وعرضها في السوق وإما تعديل وتحسين السلعة الحالية أو إضافة مزايا جديدة لتلك السلعة أو الخدمة، بغرض تحقيق أهداف المؤسسة والاستجابة السريعة لحاجات ورغبات المستهلكين (شريف و راييس، 2023، صفحة 121).

- ابتكار العمليات

الابتكار في العمليات يعني إستحداث أو إستخدام طرق جديدة أو محسنة في الإنتاج أو التوزيع، بهدف تحسين كفاءة الإنتاج وتخفيض تكاليفه، وتعزيز الجودة وتطوير منتجات جديدة أو محسنة (حامدي، 2020، صفحة 6).

- الابتكار التنظيمي

يُعرفه موريس (2006) Morris "على أنه عملية إنشاء وتطوير وإكتساب وتنفيذ فكرة جديدة، سواء كانت منتجا جديداً، أو خدمة جديدة، أو ممارسة جديدة، بهدف تعزيز الكفاءة والفاعلية والميزة التنافسية، وإضافة قيمة للمنظمة ولأصحاب المصلحة" (شداد و عيداوي، 2022، صفحة 28).

- الابتكار التسويقي

يعني تطوير أفكار جديدة وتطبيقها في عمليات التسويق، سواء كان ذلك من خلال تحسين المنتجات أو الخدمات، أو تغيير في الأسعار، أو إستخدام استراتيجيات جديدة في الترويج والإعلان، أو تحسين عمليات التوزيع، أو دمج جميع هذه العناصر معاً لتحقيق نتائج مبتكرة في التسويق (سلامة، 2022، صفحة 27).

2-3/ التصنيف وفقا لدرجة الحداثة

تم تقسيم الابتكارات وفقا لدرجة الحداثة في المنتج الجديد أو العملية الجديدة إلى تدرجية وجذرية في الدراسات البحثية.

- الابتكار الجذري

يعبر عن قدرة المؤسسة على ابتكار فكرة ومنتج جديد لأول مرة، مما يمنحها الفرصة على تحقيق التفوق في السوق بالإعتماد على قدراتها التكنولوجية. يُعتبر الابتكار الجذري كمفتاح فاصل بين جيلين من المنتجات أو التكنولوجيا، حيث يترتب عنه تغيير جذري في السوق يؤدي إلى إنقطاع المنتجات والتكنولوجيا القديمة وظهور منتجات وتكنولوجيا جديدة تماما في مكانها (بوزيان، 2021، صفحة 71).

- الابتكار التدريجي (التحسيني)

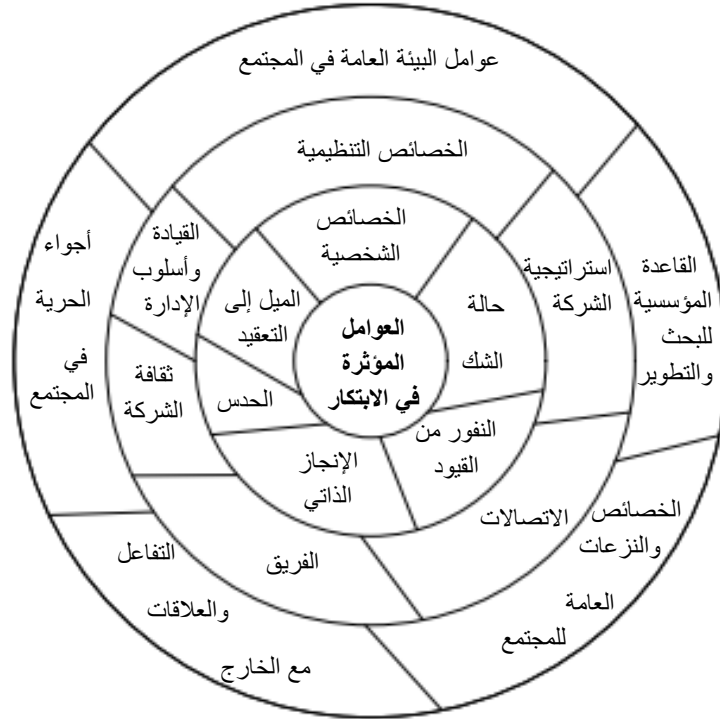
يتمثل هذا الأسلوب بإضافة تحسينات صغيرة أو تعديلات جزئية أو مزايا على المنتجات بشكل مستمر لتحقيق إستجابة أفضل لحاجات السوق. وقد يأخذ التحسين العديد من الصور كإزالة بعض أشكال التبذير والهدر في العملية الإنتاجية أو إضافة مزايا جديدة للمنتج الحالي أو تطوير تصميمه أو تحسين تعليبه واستخدامه (بوزيان، 2021، صفحة 72).

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الابتكار

يُعتبر النشاط الابتكاري ظاهرة معقدة نظراً لتداخل عدة عوامل في تكوينه وتطويره. حيث أن هذه العوامل قد تكون فعالة في تكوين وتحفيز النشاط والابتكاري في ظروف معينة ولا تكون كذلك في ظروف أخرى، ومع ذلك فالدراسات كثيرة في مجال الابتكار ساهمت في تحديد العديد من العوامل المؤثرة في الابتكار، حيث تم توضيحها على النحو التالي (نجم، 2003، صفحة 129):

والشكل التالي يوضح جميع هذه العوامل:

الشكل رقم (04): العوامل المؤثرة في الابتكار



المصدر: (نجم، 2003، صفحة 130)

ومن خلال هذا الشكل يتضح ان هناك ثلاث مجموعات من العوامل هي:

3-1/ مجموعة الخصائص الشخصية

الفرد المبتكر يُعد لبّ عملية الابتكار داخل المؤسسة ونقطة البدء حيث كان يُعتقد في البداية أن المبتكرين هم الأفراد ذوي الذكاء العالي فقط، لهذا فإن الابتكار يُقتصر على فئة معينة من المجتمع كالعلماء، إلا أن الدراسات الحديثة أثبتت أن الابتكار هو ظاهرة إنسانية عامة وليست ظاهرة خاصة بأحد (سليمان، 2007، صفحة 41).

ويمكن من خلال هذا السياق أن نشير إلى مجموعة الخصائص التي تظهر في حالات كثيرة على الأفراد الذين يتميزون بالابتكار كالتالي:

- الميل إلى التعقيد:

عادة ما يجذب الأفراد المبتكرين إلى التعقيد، وذلك من خلال تفكيرهم بأشياء غير مألوفة لحل المشاكل الصعبة والمعقدة بخلاف الأفراد العاديين، فهم لا يميلون إلى الحالة القائمة التي يجدونها تمثل البيئة المألوفة والسهلة التي يستطيع كل فرد القيام بها، وهذا إلى جانب أن الابتكار بحد ذاته يحمل تعقيداً في الجديد الذي يأتي به، والذي يتطلب أن يتعامل مع فكرة أو مفهوم لم يسبق أن تعامل معه (نجم، 2003، صفحة 131).

الفصل الأول: الإطار النظري للابتكار والخدمات البنكية

- **حالة الشك:** وهذا ما يرتبط بالخاصية الأولى، حيث يظهر أن المبتكر يمتلك حس الشك الذي يدفعه إلى طرح أسئلة غير مألوفة من كل شيء وقد تُطال هذه التساؤلات حتى البديهيات كما حدث مع سؤال نيوتن حول سقوط التفاحة لماذا لم تسقط إلى الأعلى خلافاً للمألوف في السقوط إلى الأسفل. تلك الحالة من الشك تفرض على المبتكر الإلتزام الذاتي ومواصلة التساؤل إلى أن يصل إلى النتيجة التي من خلالها يمكن إيجاد الحلول للمشكلات أو التفسيرات الجديدة للظواهر القديمة أو التوصل إلى الجديد الذي لم يظهر إلا في تساؤلاته.

- **الحدس:** حيث قد يعمل المبتكر بمنهجية علمية في تحديد المشكلة وجمع المعلومات، إلا أن التعمق في التصور وتجاوز الإرتباطات الظاهرة إلى إرتباطات غير مرئية يتطلب الحدس، والحدس هو الإستنباط الذاتي والنظر في الأشياء بعيداً أو خارج علاقتها الموضوعية الصلبة، والحدس عند بعض العلماء هو البعد والمضي لفترة طويلة قد تمتد لأشهر في جمع المعلومات وبحث المشكلة من جميع الوجوه، تمر المشكلة فيما يشبه الحيرة من حيث لا مخرج بالطريقة المنطقية أو المنهجية الواعية سرعان ما تكون هناك أفكار جديدة.

- **الإنجاز الذاتي:** إن الدافعية الذاتية هي التي تلعب دوراً يحدوها الرغبة العارمة في حب ما يقوم به وبالإنجاز الذاتي فلا الحواجز الخارجية تدفعه، ولا صعوبة المشكلات تعيقه (نجم، 2011، صفحة 256).

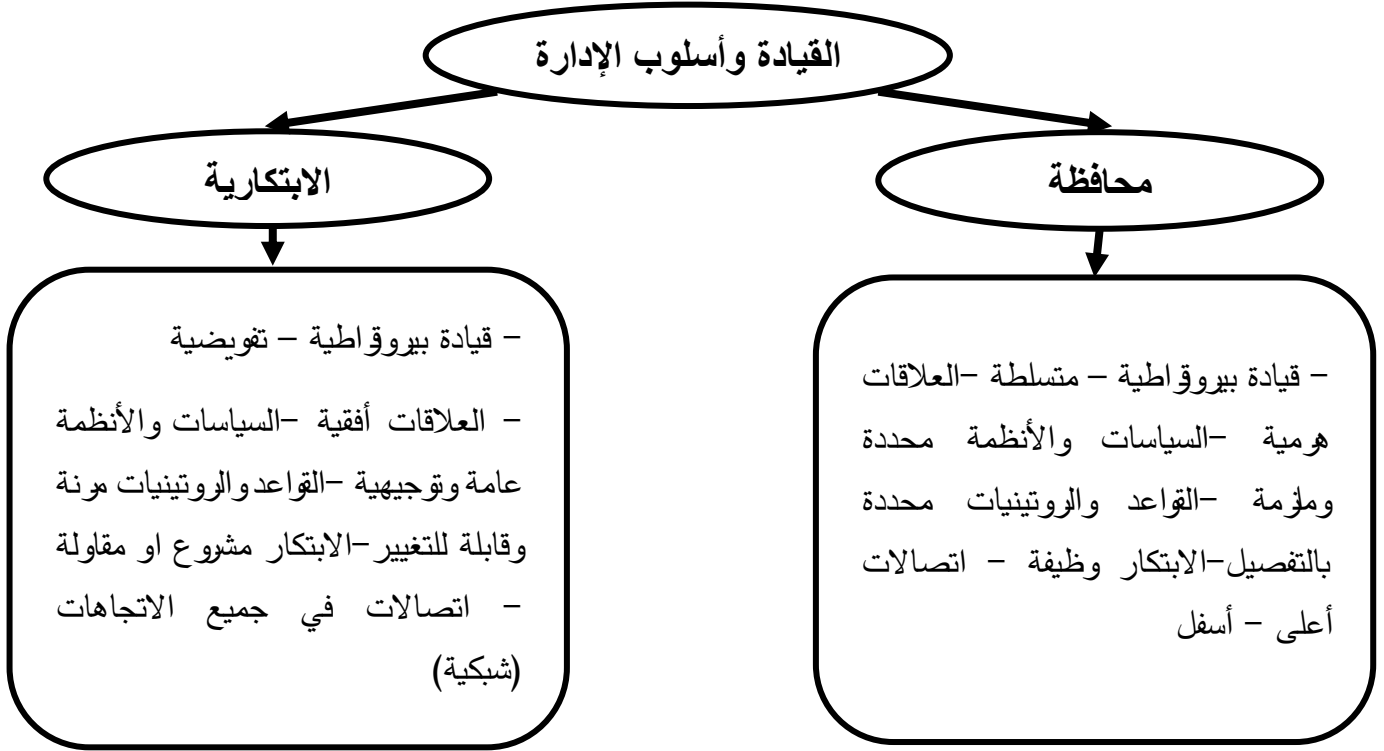
- **النفور من المحددات والقيود:** إن الفرد المبتكر ينفر من المحددات والقيود التي تواجهه، حيث يجد في القدرة المركزة عمقا وامتسح مالا يمكن أن يحدها شيء، لذلك يعتبر الكثير من المبتكرين أن الحدود الإختصاصية والمهنية تقيدهم في مجالات معرفتهم وبالتالي لا يعترفون بها (عبيدات، 2002، صفحة 95).

3-2/ مجموعة العوامل التنظيمية

يعمل الأفراد في المؤسسات في إطار تنظيمي حيث أن طبيعة الظروف التنظيمية تؤثر على نشاط الابتكار من خلال تأثيرها على الأفراد المبتكرين، ومن أهم العوامل التنظيمية المؤثرة على الابتكار ما يلي (علية، 2020، صفحة 16):

- **إستراتيجية المؤسسة:** على المؤسسة أن تجعل الابتكار مصدراً لميزتها التنافسية في السوق وأحد أبعاد أدائها الإستراتيجي، أو يمكن أن تكون إستراتيجية المؤسسة موجهة نحو الحالة القائمة أي التكنولوجيا والمنتجات والخدمات الحالية.

- **القيادة وأسلوب الإدارة:** إن القيادة تلعب دوراً فعالاً في تحفيز أو إعاقة الابتكار فالقيادات الابتكارية في المؤسسة تشجع أجواء الابتكار، وتوجد حوافز من أجل التغيير في الهياكل والسياسات والمنتجات وأساليب العمل في السوق... الخ



المصدر: نجم عبود نجم، 2011، ص 261

- الفريق: إن المؤسسات أصبحت تُشجع استخدام الفرق وذلك لمعالجة خطرين أساسيين:

الأول: خطر التخصص الذي يمكن أن يفقد المؤسسة وحدة الحركة وتكامل الجهود والتداوب ما بين أقسامها ووظائفها.

والثاني: تحرير هذه الفرق مما هو ضروري من القواعد والإجراءات المتعبة من أجل إستمرار العمل وضمان تدفق الموارد في المؤسسة (نجم، 2011، الصفحات 260-261).

- ثقافة المؤسسة: الابتكار في هذا المجال يستند إلى تعزيز الثقافة من خلال ممارسة الديمقراطية، وتشجيع التواصل الأفقي بين الموظفين والمصالح، هذا ما يدعم الابتكار الثقافي الذي يعتمد على التشارك في جميع جوانب العادات والقيم والمعتقدات (حريم، 2003، صفحة 226).

- العامل المؤثر: إن الابتكار في المؤسسة يتأثر عميقا بالعامل المؤثر الذي يمكن أن يحفز على الابتكار أو يعيقه، فمثلا إذا كان الابتكار يؤثر بشكل أساسي في تحسين إنتاجية العمل فإن العامل المؤثر سيكون تحسين الأجور.

إذا كان الابتكار يؤثر على الزبون فإن العامل المؤثر هو القيمة (الحدود المقارنة بين التكلفة وما يحصل عليه الزبون) (نجم، 2003، صفحة 138_139).

الفصل الأول: الإطار النظري للابتكار والخدمات البنكية

- **الاتصالات:** إنّ الاتصالات تعمل في المؤسسات القائمة على الابتكار وسهولة تكوين الفرق وتقاسم المعلومات بين أعضائها وبين كل إدارات وأقسام المؤسسة.

ويمكن القول بأن الاتصالات تختلف باختلاف أنماط القيادة وأسلوب الإدارة، ففي القيادة الابتكارية أي المؤسسات القائمة على الابتكار تتميز بسهولة الإتصال بين أقسامها أي اتصالات في كل الإتجاهات وسهولة تبادل المعلومات، أما المؤسسات التي تتميز بالقيادة ذات النمط البيروقراطي فإن الاتصالات بها تكون محددة بخطوط الصلاحيات والمسؤوليات مما يعزل الأفراد والوظائف ويصعب تبادل المعلومات (نجم، 2011، صفحة 262).

3-3/ مجموعة العوامل البيئية العامة في المجتمع:

يعتبر الابتكار من الأحداث المهمة لدى الأفراد والمؤسسات وحتى المجتمع، لذلك فإنه يتأثر بعوامل البيئة العامة في المجتمع والتي يمكن ان نذكرها كالاتي:

3-3-1/ الخصائص والنزاعات السائدة في المجتمع: من بين هذه الخصائص

- **العوامل الإجتماعية والثقافية:** إن هذه العوامل والمتغيرات تلعب دوراً هاماً في تحديد شخصية المبتكر وسلوكه، حيث يبدأ بالأسرة كنواة أولى، ثم يأتي الدور التعليمي ووسائل التربية الثقافية في تحفيز وتعزيز الابتكار.

- **العوامل السياسية:** إن إقتناع السياسة بأهمية الابتكار في المجتمع يمكن أن يؤدي إلى تنشيط وتحفيز الطاقات الابتكارية على نطاق واسع، سواء داخل المؤسسات أو في المجتمع بشكل عام (سليمان، 2007، صفحة 46).

3-3-2/ القاعدة المؤسسية للبحث والتطوير في المجتمع: وتضم

- **مراكز البحث والتطوير والجامعات:** تلعب دوراً هاماً في إيجاد تقاليد رصينة للبحث الأساسي، ومساهمته القديمة في التراث المعرفي الإنساني والبحث التطبيقي ومساهماته في تطوير رصيد المجتمع من الابتكارات العلمية (التكنولوجيا) والمنتجات، كما أنها تساهم في خلق وتعزيز المكانة للباحثين المتميزين والمبتكرين.

- **نظام البراءة:** إنّ براءة الاختراع وحقوق الملكية الفكرية والفنية تلعب دوراً فعالاً في إيجاد البعد المؤسسي لحماية حقوق المبتكرين والمؤسسات الابتكارية.

- **قنوات التقاسم والتشارك في المعلومات والمعارف:** إن قنوات التقاسم والتشارك هي التسهيلات والمكتبات الحديثة التي تقوم بجمع ومعالجة وتوزيع المعلومات وخدماتها المختلفة المرتبطة بالنشر العلمي بكل

الفصل الأول: الإطار النظري للابتكار والخدمات البنكية

أنواعه من الكتب والدوريات والرسوم والبيانات والطبعات الزرقاء والصفراء وكذلك في ظل الثورة الرقمية المكتبات الالكترونية وكتاب الويب... الخ (نجم، 2003، صفحة 142).

3-3-3/ أجواء الحرية والتحرر من القيود الصارمة على الأفكار والمفاهيم العلمية والفنية

الجديدة:

إن هذه الأجواء هي التي تساهم في تشكيل مجتمع متفتح على العلم ومحفز للنشاط العلمي والبحث بالمشروعات الجديدة (حيواني، 2015، صفحة 16).

المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول الخدمات البنكية

تسعى البنوك إلى تحقيق أهدافها المختلفة من خلال قيامها بنشاطها البنكي وذلك بتحقيق أقصى ربح ممكن وبأقل تكلفة ممكنة مقارنة بالبنوك المنافسة، وذلك من أجل إرضاء زبائنه بالدرجة الأولى من خلال تلبية حاجاتهم ورغباتهم عبر تقديم خدمات مختلفة، مما يتطلب تطوير وتحسين الخدمات البنكية المقدمة لهم بشكل مستمر وفقاً لاحتياجات الزبائن.

المطلب الأول: مفهوم الخدمات البنكية

1-1/ تعريف الخدمات بنكية

تعتبر الخدمات البنكية خدمة تقدمها مؤسسة مالية مخصصة تعرف بالبنوك، وبالتالي قبل التطرق في تعريف الخدمات البنكية نحاول إلقاء الضوء أولاً على مفهوم الخدمات بإيجاز، ثم الانتقال إلى مفهوم الخدمات البنكية ومن بين تعاريف الخدمات نجد ما يلي:

1-1-1/ تعريف الخدمات: لها عدة تعاريف مختلفة نذكر منها

- **تعريف الجمعية الأمريكية للتسويق:** الخدمة هي النشاطات أو المنافع التي تُعرض للبيع أو تُعرض لارتباطها بسلعة معينة. ونلاحظ من هذا التعريف أنه يتسم بعدم تمييزه بين السلعة والخدمة ولا يعكس الطبيعة الخاصة للخدمة (معلا، 2015، صفحة 74).

- **تعريف كل من Pierre Eiglier et Ericlangedard:** على أنها منتج غير ملموس ناتجة عن نشاط الإنسان، أي نتيجة استخدام طاقة بشرية أو آلية على أشخاص بهدف اشباع الرغبات (شعبان و الكبير امعاشو، 2018، صفحة 145).

الفصل الأول: الإطار النظري للابتكار والخدمات البنكية

- **تعريف Kotler Philip:** نظر إلى الخدمة باعتبارها أي عمل أو أداء يمكن أن يقدمه أحد الأطراف للطرف الآخر، حيث يكون بشكل أساسي غير ملموس، ولا ينتج عنه ملكية أي شيء، أو إن إنتاجه يمكن أو لا يمكن أن يرتبط بالسلعة المادية (الصرن، 2007، صفحة 62).

- **تعريف آخر:** تعرف الخدمة بكونها نشاط يرافقه عدد من العناصر الغير ملموسة، والتي تتضمن بعض التفاعل مع الزبائن أو مع خاصية الحياة (الامتلاك)، وليس نتيجة لإنقالها للمالك (كورتل، 2009، صفحة 62).

1-1-2/ تعريف الخدمات البنكية: من بين أهم تعاريف الخدمات البنكية نجد ما يلي:

- تعرف على أنها مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون الفعلي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة، التي يدركها الأفراد والمؤسسات من خلال ملامحها وقيمها المنفعية والتي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والإتيمانية الحالية والمستقبلية، وفي الوقت ذاته تشكل مصدراً لأرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين (العجارمة، 2005، صفحة 32).

- عرفها (Lovelock) على أنها عبارة عن منفعة مدركة بالحواس قائمة بحد ذاتها أو مرتبطة بشيء مادي ملموس، وتكون قابلة للتداول، ولا يترتب عليها ملكية وهي في الغالب غير ملموسة (سعدي، 2011، صفحة 27).

- تُعرف على أنها كل منتج (خدمة) يقدمه البنك لكسب أكبر قدر ممكن من الزبائن وإرضائهم، وثم تحقيق أكبر قدر ممكن من العائد بأقل مخاطر ممكنة (حساني و بو كثير، 2018، صفحة 584).

- تعرف الخدمة البنكية مصدراً للإشباع الذي يسعى إلى تحقيقه العميل لحاجاته ورغباته أما من منظور البنك فإنها تمثل مصدراً للربح (حميدي، 2008، صفحة 82).

- ويمكن تعريفها أيضا على أنها عبارة عن مجموعة أنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة للزبون في مجال العمليات البنكية، سواء كان ذلك بمقابل مادي أو دونه، فقد يقوم البنك أحيانا بتقديم خدماته مجانا للزبون (بوزنادة، 2015، صفحة 26).

من خلال ما يتجسد على المضمون المنفعي نجد أن الخدمة البنكية تقوم على بعدين أساسيا هما:

✓ **البعد المنفعي:** ويتمثل في مجموعة المنافع المادية المباشرة التي يسعى الزبون للحصول عليها من خلال شرائه للخدمة.

✓ **البعد السماتي:** يتمثل في مجموعة الخصائص والسمات التي يتصف بها المضمون المنفعي المباشر للخدمة (معلا، 2015، صفحة 74).

حيث إذا كان البعد الأول يرتبط بالزبون نفسه فإن البعد الثاني يرتبط بالخدمة البنكية.

الفصل الأول: الإطار النظري للابتكار والخدمات البنكية

من خلال التعاريف السابقة يمكن الخروج بتعريف للخدمة البنكية: هي نشاط متكامل يمارسه البنك بهدف إشباع رغبات وحاجات العملاء وكسب رضاهم وتحقيق أقصى ربح.

المطلب الثاني: خصائص ومميزات الخدمة البنكية

لا بد من إدراك موظفي البنك المتصلين مباشرة مع العملاء للطبقة المميزة للخدمة البنكية بصفة عامة، وخصائص الخدمة البنكية بصفة خاصة.

1-2/ خصائص الخدمة البنكية

- **اللاملموسية:** الخدمات البنكية وثقة البنك ليس من الممكن الحكم عليها للمشتري، كذلك اللمس، التجربة، ثم مشاهدة سماتها من مكان أو حملها من المصرف لتسويقها، (العجارمة، 2005، صفحة 32) وتعني عدم الملموسية أن الخدمة البنكية لا يمكن ادراكها بالحواس الخمس (البكري و صافي، 2010، صفحة 54).

- **التلازم:** ونعني بها درجة الارتباط بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها ويترتب عليها ما يلي:

- وجود علاقة مباشرة بين البنك والعملاء، ويتطلب حضور الزبون لتحقيق علاقة الاتصال بينه وبين مقدم الخدمة؛

- ضرورة مشاركة العملاء في إنتاجها وهذه سمة ضرورية يجب توفرها؛
✓ زيادة ولاء الزبون للبنك لما يتمتع به من جودة الخدمة المقدمة.

- **الإشباع:** يقوم العميل بعملية مقارنة وتقييم لدوافعه ورغباته وقدراته مع ما تقدمه له الخدمة من خصائص ومميزات قادرة على إشباع حاجته وبعد حصوله على هذه الخدمات يقوم بمراجعة وقياس مرة أخرى لوحدات الإشباع التي تحققت له مع مقدار التكلفة لقاء حصوله على هذه الخدمة سواء تمثلت في الأموال، الجهد، ومن ثم يتخذ القرار في إمكانية استمرار التعامل مع البنك ام لا (تايه، 2008، الصفحات 201-202).

- **المسؤولية الائتمانية:** إن من أهم المسؤوليات لأي بنك هي حماية ودائع ومكاسب زبائنه والحفاظ على سلامة ممتلكاتهم وهناك صناديق خاصة تعرف بصندوق الأمانة (العجارمة، 2005، صفحة 33).

- **التدريب والتأهيل للعمالة البنكية:** الخدمة البنكية تتطلب نوعية خاصة من العاملين المهرة والذين يتميزون بسرعة الأداء والدقة في العمل مع توفر الكفاءة العالية ولا يأتي ذلك إلا من خلال تبني سياسة واضحة ومرنة في تدريب وتطوير قدرات العاملين لتتواءم مع طبيعة الخدمات التي يقدمها البنك.

- **السرية في التعاملات:** السرية في التعامل مع حسابات الزبون والمعلومات التي يتقدم بها للبنك ويمتد هذا الواجب ليغطي ليس فقط فترة تعامل الزبون مع البنك بل يمتد إلى ما بعد إنتهاء تعاملات الزبون مع البنك.

الفصل الأول: الإطار النظري للابتكار والخدمات البنكية

- استخدام أحدث التقنيات: تتطلب الأنشطة البنكية استخدام أحدث التقنيات لتنفيذها والمساعدة في تسريع أداء الخدمات (هاتف، البلوكشين، الذكاء الاصطناعي) بالإضافة إلى تعزيز أمان وسرية المعاملات المالية (2024, kenanaon line. com).

2-2/ مميزات الخدمة البنكية

تمتاز الخدمة البنكية بما يلي:

- الانتشار الجغرافي

تكتسي هذه الخاصية أهمية كبيرة جداً باعتبار أنّ الخدمات البنكية بطبيعتها تحتاج إلى إحتكاك بين مقدمها والمستفيد منها وهذا يعني أنّ قنوات التوزيع العادية تكون غير نافعة، وعليه حتى تحقق البنوك النجاح المنشود عليها أن تكون قادرة على الوصول إلى زبائنها سواء الحاليين أو المرتقبين، وهذا يعني ضرورة إمتلاكها لشبكة متكاملة من الفروع تقوم بتقديم خدماتها البنكية إلى أكبر عدد ممكن من الزبائن في مناطقهم، وذلك من خلال تغطية احتياجاتهم سواء كانت على المستوى المحلي الوطني او البنوك الاخرى (الصميدعي و عثمان يوسف، 2005، صفحة 59).

- التواصل والتعامل البشري

قدرة الموظفين على التعامل مع العملاء بشكل ودي وفعال وتقديم الدعم والمساعدة عند الحاجة، (العجارمة، 2005، صفحة 77)، كما يُعتبر الإتصال ومشاركة المعلومات أحد أهم الأبعاد الواجب توفرها في المؤسسات البنكية حيث يلعب دوراً حاسماً في تحسين جودة الخدمة البنكية إذ يجب على البنوك توفير قنوات إتصال فعالة بين العاملين والعملاء لتمكينهم من مشاركة المعلومات وتبادلها، كما يمكن استخدام التواصل الفعال ومشاركة المعلومات لتحديد إحتياجات العملاء وتوجيه الخدمة المصرفية والمنتجات بما يتوافق مع تلك الإحتياجات، مما يحسن تجربة العملاء ويرفع مستوى الرضا (سعيدان و سلطاني، 2023، الصفحات 43-44).

- الشفافية

ضمان سلامة البيانات والمعلومة الشخصية للعملاء، وتوفير معلومات شفافة حول الخدمات والرسوم.

- جودة الخدمة البنكية

تُعرف على أنها نتيجة التقييم الموضوعي للمقارنة بين توقعات الزبون وإدراكاته للخدمة البنكية المقدمة، فكلما كانت الإدراكات أقرب إلى التوقعات أو تتجاوزها دل ذلك على إرتفاع مستوى جودة الخدمة البنكية. حيث أنها تعتبر جزءاً أساسياً من إستراتيجية البنك للحفاظ على العملاء وجذب المزيد منهم من خلال الإعتماد على عوامل من بينها:

✓ الإستجابة والسرعة: قدرة البنك على تقديم الخدمات بسرعة وفاعلية.

الفصل الأول: الإطار النظري للابتكار والخدمات البنكية

✓ **الدقة والإحترافية:** جودة الخدمة تتعلق أيضا بدقة المعلومات والمعاملات والإحترافية في التعامل (حساني و بو كثير، 2018، صفحة 586).

- التطوير المستمر

إن الإستمرار في مواجهة المنافسة لن يأتي إلا بتقديم خدمات جديدة، أو التطوير المستمر لما يقدم حالياً، كما أن إرتباط الموظف بالعملاء يتطلب منه دائماً الإرتباط بالتقدم في مفاهيمهم وتسهيل عملية الإشباع بالنسبة لهم، وبما يضمن تحرك البنك للتواؤم مع دورة حياة العملاء، ويضمن الولاء من جانبهم لإسم البنك وخدماته، وإن الحصول على عميل جديد مرتبط بخدمات جديدة أكثر خطورة، إذ أنه على موظف البنك أن يغير مفاهيمه باستمرار للارتقاء بالعملاء الجدد ذوي الأفكار المختلفة والمتجددة، وبالتالي يجب التأكد من:

- ✓ تقديم تطويراً جديداً في الخدمات لتتناسب أسواقاً جديدة؛
- ✓ تقديم خدمات جديدة للأسواق الحالية؛
- ✓ تطوير الخدمات القديمة بغرض تحسين جودة الأداء أو تقليل التكلفة؛
- ✓ البحث باستمرار لتحديد رغبات العملاء، والتغيير في الخدمات التي تدعم حاجاتهم (تايه، 2008، صفحة 71).

المطلب الثالث: تقسيمات ودورة حياة الخدمات البنكية

3-1/ تقسيمات الخدمات البنكية

من الصعب تحديد جميع الخدمات التي تقدمها البنوك بسبب تعدد وتنوع خدماتها، وتطورها المستمر بفعل إستخدام التكنولوجيا في تقديم الخدمات البنكية، حيث يمكن تقسيم هذه الخدمات إلى تقليدية وأخرى حديثة.

3-1-1/ الخدمات البنكية التقليدية: حيث تشمل عدة أنواع أهمها:

- خدمات قبول الودائع

ويتمثل قبول الودائع في جميع المدخرات من الجمهور والمتعاملين، حيث تشمل هذه المدخرات الودائع تحت الطلب والودائع لأجل (مستوي، 2014، صفحة 10).

- شهادات الإيداع

تُعتبر نوعاً من أنواع الودائع لأجل، يمكن لحاملها التصرف فيها بالبيع والشراء وبمعنى أنها قابلة للتحويل والتبادل، يتم إصدارها من البنك وهي عبارة عن مبلغ معين من الأموال التي تكون لديه لأجل معين وسعر عمولة سنوي معين (ميهوب، 2005، صفحة 03).

الفصل الأول: الإطار النظري للابتكار والخدمات البنكية

- القروض والسلفيات

وهي عبارة عن مبالغ من الأموال توضع تحت تصرف عملاء البنك لغرض تمويل إحتياجاتهم في المدى القصير والمتوسط والطويل ولمدد معينة يتم الإتفاق عليها، ولغرض معين ومقبول من قبل البنك ويتعهد المقترض بأن يسدد المبلغ الذي اقترضه وفوائده إلى البنك دفعة واحدة أو دفعات إما شهرية أو ربع سنوية أو حسب ما تم الإتفاق عليه بين الطرفين (عبد الله و الطراد، 2006، صفحة 170).

- خدمات بيع وشراء العملات الأجنبية

البنوك تهتم بتنفيذ عمليات شراء وبيع العملات الأجنبية من أجل توفير قدر كافي منها لتلبية احتياجات الزبائن، وتحقيق الأرباح من خلال تحديد أسعار البيع بشكل أعلى من أسعار الشراء (طرطار و حليمي ، 2010 ، صفحة 06).

- الحسابات البنكية

إن الحسابات البنكية ناتجة عن العمليات التي تتم بين الزبون والبنك، فالحساب البنكي هو عبارة عن كشف يتضمن كل المعلومات التي تتعلق بالزبون ومختلف العمليات التي يقوم بها من سحب وإيداع، كما يوضح كل العمولات والإقتطاعات التي يقوم بها البنك، وبذلك يوضح كل حقوق والتزامات الزبون إتجاه البنك (عوماري، 2018، صفحة 101).

- خصم الكمبيالات الأوراق التجارية

ويقصد به قيام البنك بخصم كمبيالات تجارية تكون محررة لأمر العميل وذلك قبل مواعيد استحقاقها مقابل حصول البنك على فائدة وعمولة من تاريخ الخصم وحتى تاريخ الإستحقاق، أو في تاريخ الإستحقاق يقوم البنك بتحصيل قيمتها من قبل المدين نيابة عن عميله مع إحتفاظه بحق الرجوع على الخاصم والمُطهرين في حالة عدم قيام المدين بتسديد قيمتها.

- الكفالات البنكية (خطابات الضمان)

وهي عبارة عن تعهد خطي مكتوب يصدر عن البنك بناء على طلب عملية وذلك بدفع مبلغ محدد يمثل قيمة الكفالة لأمر المستفيد خلال مدة سريانها، وعلى البنك عند منح الكفالة للعملاء التحقق من مقدرتهم على تنفيذ الأعمال التي حددت الكفالة من أجلها، وتتداخل في بعض الأحيان التسهيلات المباشرة مع غير المباشرة كما يحدث عندما يتحول الالتزام العرضي في الإعتماد أو خطاب الضمان إلى التزام مباشر على البنك إتجاه الجهة المستفيدة (عبد الله و الطراد، 2006، الصفحات 171-172).

الفصل الأول: الإطار النظري للابتكار والخدمات البنكية

- الاعتماد المستندي

هو كتاب تعهد صادر من البنك (فاتح الإعتماد) إلى البنك المرسل (مبلغ الإعتماد) بناء على طلب أحد العملاء المستوردين لصالح المستفيد (المصدر) يتعهد فيه البنك بدفع مبلغ معين أو قبول سحوبات بقيمة محددة وخلال مدة محددة مقابل تقديم المستندات المطابقة تماما لشروط الإعتماد وتنفيذه (عبد الله و الطراد، 2006، صفحة 278).

- خدمة التحصيل المستندي

يتضمن قيام البنك بتسليم مستندات بناءً على تعليمات تلقاها بشأن أن تبقى قبول هذه المستندات، أو دفع قيمتها أو تسليم مستندات تجارية مقابل قبولها، أو تسليم مستندات وفق شروط وتعليمات أخرى (الصرن، 2007، صفحة 299).

3-1-2 / الخدمات البنكية التقليدية المقدمة إلكترونياً:

تأثرت العديد من الخدمات البنكية بالتطور الحاصل في ميدان الاتصالات وأصبح تقديمها يتم بعيداً عن الإجراءات اليدوية وإستخدام الدعائم الورقية والتوقيع اليدوي المباشر، لكن هذه الطريقة الحديثة لا تخلو بدورها من الإشكالات العلمية والقانونية، ومن بين أهم هذه الخدمات (فروة، 2012، الصفحات 50-56):

- الشبكات الإلكترونية

عبارة عن رسالة تحتوي على جميع البيانات الموجودة في الشيك الورقي العادي حيث يقوم أحد طرفي العلاقة بتحريره للطرف الثاني وإرساله له عبر البريد الإلكتروني، وتكون جميع التوقيعات التي يتضمنها الشيك توقيعات إلكترونية ومن ثم فإنه يتمتع بنفس قوة الشيك الورقي في الدول التي تعتبر التوقيع الإلكتروني بمثابة التوقيع اليدوي وتعطيه حجية في الإثبات، ومن مميزات هذه التقنية أنه لا يشترط توافر كل من الطرفين على حسابات بنفس البنك الذي يقوم بعملية المقاصة، لأن ظهور نظام المقاصة الآلية أعطى إمكانية إجراء المقاصة بين البنوك بعيداً عن الإجراءات اليدوية.

- التحويل البنكي الإلكتروني

هو عملية بنكية يتم بمقتضاها نقل مبلغ معين من حساب إلى آخر عن طريق تقييده في الجانب المدين لآمر والجانب الدائن للمستفيد سواء تم هذا التحويل بين حسابين مختلفين في نفس البنك أم في بنكين مختلفين والأمر الذي يصدره العميل يكون وسيلة إلكترونية مثل الإنترنت.

3-1-3 / الخدمات البنكية الحديثة

هي تلك النقود التي يتم تداولها عبر الوسائل الإلكترونية دون التمييز في ذلك بين وسائل الدفع الإلكتروني (الشيك والبطاقة النقدية) كما أنّ الأشكال الشائعة لمثل هذا النوع من النقود تحظى بقبول لا بأس به وهي تعتمد بالأساس على الثقة في المؤسسة المصدرة لها، لهذا فإنها تتميز عن وسائل الدفع الأخرى، وهو ما دفع البعض إلى تشبيهها بالشيكات السياحية التي تمثل إستحقاقاً حراً على بنك مختص أو مؤسسة مالية أخرى وغير مرتبطة بأي حساب خاص، حيث قد تكون مخزنة في القرص الصلب في حاسوب المستخدم وقد تكون مخزنة في بطاقة بلاستيكية يطلق عليها البطاقة الذكية (smart card) (فروة، 2012، صفحة 64).

- الخدمات البنكية عن بعد باستخدام الهاتف: إن تطور تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال الحديثة

أدى إلى ظهور خدمات بنكية عن بعد لتلبية احتياجات زبائن البنوك، ومن بين هذه الخدمات نجد:

✓ البنوك الخلوية: هي خدمة يقدمها البنك لعملائه كجزء من الخدمة الإلكترونية، تمكنهم من إجراء العديد من العمليات البنكية بواسطة الهاتف الخليوي، مثل إستخدام عن الأرصدة أو طلب دفتر شيكات أو تحويل من حساب إلى حساب آخر في نفس البنك وغيره من الخدمات التي يسمح بها البنك وحتى إستفيد عميل البنك من هذه الخدمة لابد كما ذكرنا أن يحتوي الجهاز على خدمة (dpos) (فتحي، 2016، صفحة 322).

✓ البنك المنزلي: يعرف بعملية تحويل وإعادة تحويل البيانات حتى يتم ربط الحاسب الآلي للبنك بالحاسب الشخصي الموجود بمنزل العملاء من خلال وسائط الإتصال كشبكة الخطوط الهاتفية، ويعمل هذا الحاسب الشخصي كمحطة طرفية يتم عن طريقها تقديم الخدمات البنكية عرض الأرصدة للعميل، بيان الشبكات المحصلة وتحت التحصيل، إرسال تعليمات للبنك كتجديد الودائع، تحويل مبلغ من حساب لآخر، طلب دفتر الشيكات، (محبوب و سنوسي، 2020، صفحة 14) لأنه يعتبر من أحدث التقنيات التي يستخدمها البنك فهو يسهل للزبائن الوصول إلى حساباتهم والقيام بمختلف العمليات البنكية دون الذهاب لمقر البنك (عوماري، 2018، صفحة 110).

-التداول الإلكتروني لأوراق المالية

أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال عاملاً رئيسياً وفعالاً في المنافسة لجميع القطاعات التي تسعى لزيادة ربحها وإستمراريتها، لهذا السبب قامت العديد من الدول العربية بما فيها الأردن بالانتقال إلى نظام التداول الإلكتروني لأوراق المالية لمواكبة التطورات العالمية (قدوي و سامر ، 2010).

- الصراف الآلي

وهو عبارة عن جهاز صغير يوجد في الغالب في الواجهات الأمامية للبنك أو في الأماكن المحتمل أن يقصدها الزبائن كالأندية، الجامعات، والمراكز التجارية، وغيرها من الأماكن والمناطق التي يراها البنك ملاءمة، ويقدم الصراف الآلي خدمات عديدة للزبائن مثل القيام بعملية السحب والإيداع في حدود مبالغ معينة، تحويل مبالغ إلى حساب زبون آخر بنفس البنك (الصميدعي و عثمان يوسف، 2005، صفحة 294).

يُعتبر عملية لتسهيل الإتصال مع البنوك العالمية، وهو عبارة عن شبكة اتصالات متطورة ومتقدمة جدا تعمل على ربط البنوك ببعضها البعض عبر شبكة اتصالات منظمة ومحكمة توفر للاتصال السهولة والسرعة والأمان وهي اختصار ل **The Society for worldwide International Bank Financial Telecommunications** (عبد الله و الطراد، 2006، صفحة 224).

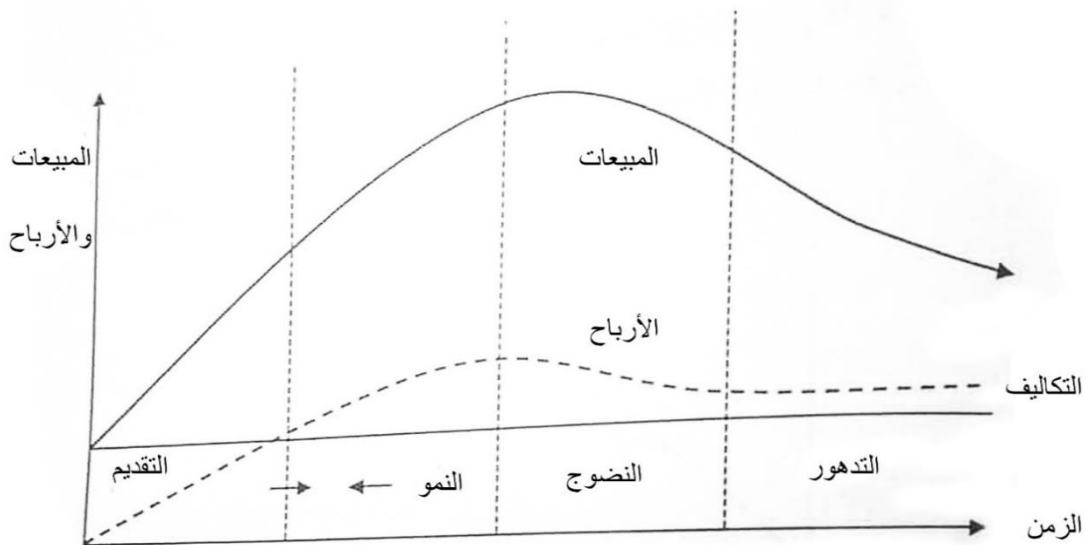
3-2/ دورة حياة الخدمة البنكية

استناداً إلى أن الخدمات تمثل مجموعة من الأنشطة والمنافع التي تُقدم للزبائن، وتميزها بخاصية اللاملموسية جعل تسويقها بالطريقة التي تضمن للبنك المحافظة على علاقات مستمرة ومربحة مع الزبائن من خلال هذا سنحاول التطرق إلى مفهوم دورة حياة الخدمة البنكية وأهم المراحل التي تميزها:

3-2-1/ مفهوم دورة حياة الخدمة البنكية

يُعد مفهوم دورة حياة الخدمة البنكية من المفاهيم الهامة في التسويق المصرفي ويستمد مبادئه النظرية في تفسير سلوك مبيعات الخدمات وأرباحها خلال مراحل حياتها من التفسير البيولوجي لحياة الكائنات الحية، إذ يفترض أن السلع والخدمات تنتهي وتتلاشى وتكون عرضة للموت لذلك فإن الخدمة تولد أولاً ثم تموت لاحقاً بعد أن تمر بعدة مراحل خلال حياتها (لعذور، 2008، صفحة 86).

الشكل رقم (06): دورة حياة الخدمة البنكية



3-2-2/ مراحل دورة حياة الخدمة البنكية:

- مرحلة تقديم الخدمة للسوق

تتصف هذه المرحلة بالنمو المنخفض للمبيعات من الخدمة البنكية الجديدة، وبموجه عام يحقق البنك الخسائر في هذه المرحلة، وتشمل التكاليف في هذه المرحلة نفقات ترويج الخدمة والإعلان عنها بهدف تشجيع إقبال العملاء عليها على نطاق واسع، وتشمل هذه المرحلة من دورة حياة الخدمة تكلفة بحوث التسويق، تكاليف إنشاء نظام توزيع الخدمة، وتكاليف إختبار السوق بالنسبة للخدمة وغيرها، وتكون الأولوية لدى إدارة البنك في هذه المرحلة هي خلق الإدراك بوجود الخدمة والمنافع التي تقدمها للعملاء في السوق المستهدف (إبراهيم و علي القاضي، 2014، صفحة 115).

- مرحلة النمو

تُعتبر هذه المرحلة من أهم المراحل في دورة حياة الخدمة البنكية، حيث يعبر عنها بمرحلة جني الأرباح، ومن أبرز مميزات الزيادة الملموسة في حجم التعامل بها ومقدار الأرباح المحققة (قرني و فرماس، 2016، صفحة 22).

يتعرف الأفراد على خدمة البنك المقدمة وعلى مدى تميزها عن الخدمات البنكية الموجودة وتمتاز هذه المرحلة بزيادة الطلب ونموه على هذه الخدمة، بعد أن يتعرف الأفراد على الصراف الآلي يزداد معدل استخدامه وقد أصبح في كثير من الدول بديل عن الذهاب إلى المصرف (الصميدعي و عثمان يوسف، 2005، صفحة 245).

- مرحلة النضج

تصل الخدمة إلى مرحلة النضج عندما تشجع الربحية التي يحققها البنك أثناء مرحلة النمو بقيمة المنافسين على الدخول في السوق وتقديم خدمة مماثلة (إبراهيم و علي القاضي، 2014، صفحة 116).

وتتميز هذه الأرباح بعد ذلك بالثبات والإستقرار بالرغم من الزيادة المستمرة في حجم التعامل، ثم يتجه نحو الإنخفاض يقود هذا كله إلى تخفيض الأسعار وتكثيف الجهد الترويجي واستغلال البنك كل إمكانياته للمحافظة على مستوى معين من حجم مبيعات هذه الخدمة (لعذور، 2008، صفحة 88).

-مرحلة التدهور

الفصل الأول: الإطار النظري للابتكار والخدمات البنكية

في هذه المرحلة تبدأ المبيعات في الإنخفاض بشكل مستمر وقد تتدهور بسرعة، الأمر الذي يؤدي إلى توقف إنتاج المنتج أو حذفه من خط المنتجات، وبالمثل تتدهور الأرباح، وقد يؤدي إنخفاض المبيعات بدرجة كبيرة إلى الظهور مرة أخرى، مثل ما قد يحدث في مرحلة ظهور المنتج (تايه، 2008، صفحة 74).

المبحث الثالث: عرض الدراسات السابقة وبناء النموذج

سنعرض في هذا المبحث الدراسات السابقة الخاصة بالابتكار، واخرى خاصة بالخدمات البنكية كل على حدى والتي تم ربطها في أغلب الأحيان بمتغيرات قريبة من الدراسة الحالية، في محاولة الخروج بنتائج قد تخدم الأعمال البحثية المستقبلية.

المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة

سنترك في هذا المطلب إلى أهم الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الابتكار والخدمات البنكية

1-1/ عرض الدراسات السابقة المتعلقة بالابتكار

1-1-1/ دراسة أمينة عدنان، الابتكار والتطوير التكنولوجي في البنوك الجزائرية، 2017.

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مستويات الابتكار والتطوير التكنولوجي في البنوك الجزائرية، وقد تم التطرق إلى الجانبين النظري والميداني فقد تم إجراء هذه الدراسة على مجموعة من البنوك الجزائرية، وتكونت عينة الدراسة من مدراء تلك البنوك (المدير العام ومعاونيه ورؤساء الأقسام وبعض مدراء المديريات)، وقد كان المنهج الملائم لهذه الدراسة هو المنهج التحليلي في إختبار الفرضيات بالإضافة على إستخدام المنهج الوصفي في بناء الجانب النظري للدراسة، وقد تم جمع البيانات بواسطة الاستبيان المقدر بـ 80 استمارة وتم استرجاع 75 استمارة قابلة للتحليل والمعالجة عن طريق برنامج SPSS.

ومن أهم نتائج الدراسة:

- ✓ يتفق كل من الابتكار وتطوير التكنولوجيا في إرضاء العميل والتوجه لخدمته.
- ✓ تهتم البنوك الجزائرية محل الدراسة بالابتكار والتطوير التكنولوجي وتسطر من خلالهما أهدافا تحقق لها التنمية المستدامة.

1-1-2/ دراسة رشيد شداد، عادل عيداوي، الابتكار في المؤسسات الناشئة، دراسة حالة المؤسسة

الناشئة "Nahla Delivery" بعنابة، 2021/2022.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد دور الابتكار في المؤسسة الناشئة-دراسة حالة المؤسسة الناشئة Nahla Delivery بمدينة عنابة، وهي مؤسسة خاصة بخدمة توصيل السلع والخدمات، حيث تم الإعتماد على المنهج التحليلي وإستعمال المقابلة العلمية المباشرة مع السيد صاحب المؤسسة، إشتملت على 49 سؤالاً تم تعديلها وترتيبها إلى (08) محاور لتحقيق أغراض وأهداف الدراسة.

الفصل الأول: الإطار النظري للابتكار والخدمات البنكية

حيث توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- ✓ الابتكار هو البعد الأكثر الأهمية الذي يميز المؤسسة الناشئة؛
- ✓ الابتكار يساهم في زيادة رقم أعمالها؛
- ✓ الابتكار يساهم في زيادة الأرباح؛
- ✓ الابتكار يساهم في تحسين جودة الخدمة المقدمة.

1-1-3/ دراسة كريمة بن شريف، عبد الحق رايس، أثر تفعيل الابتكار في المنتج في تطوير خدمات مصرفية جديدة، دراسة تطبيقية لبنك ترست TRUST الجزائر، 2023.

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أثر تفعيل الابتكار في المنتج في تطوير خدمات مصرفية جديدة في بنك ترست TRUST، ومن أجل تحقيق هذا الهدف اعتمد الطلبة على المنهج الوصفي في الجانب النظري للدراسة وعلى المنهج الإحصائي في الجانب التطبيقي، حيث تم توزيع استمارة الاستبيان للعملاء بغية الحصول على المعلومات حول العينة المدروسة قدرها 50 استمارة وتم استرجاع 40 استمارة صالحة للتحليل والمعالجة عن طريق برنامج SPSS.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ✓ مستوى الابتكار في المنتج في بنك ترست مرتفع بكل عباراته؛
- ✓ الابتكار له أثر متوسط نوعا ما في تطوير خدمات مصرفية جديدة للبنك من وجهة نظر العملاء؛
- ✓ زبائن البنك محل الدراسة يرون بأن التعامل بالابتكار التسويقي عموما والابتكار في المنتج خصوصا جيد.

1-2/ عرض الدراسات السابقة المتعلقة بالخدمات البنكية

1-2-1/ دراسة نادية قرني، نهاد فرماس، تطوير الخدمات البنكية وأثرها على تحسين الميزة التنافسية، دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري وكالة - جيجل، 2016/2015.

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز مساهمة تطوير الخدمات البنكية في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، والتي خلصت على ضرورة تقديم خدمات بنكية متنوعة ومتطورة لتحقيق ميزة تنافسية، إعتمدت الطالبتان على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري وإستخدمت الطالبتان أداة الدراسة الأساسية استمارة الاستبيان بالنسبة للجانب التطبيقي حيث تم توزيعها على عينة غير عشوائية من الزبائن تدعى العينة الميسرة، تتمثل في 56 استبيان وتم استرجاع 49 منها و4 إستمارات لم يتم قبولها نظراً لعدم إستكمال الإجابة على بعض الأسئلة ليكون عدد الإستمارات 45 إستمارة صالحة للتحليل والمعالجة عن طريق برنامج SPSS.

توصلت نتائج الدراسة إلى:

الفصل الأول: الإطار النظري للابتكار والخدمات البنكية

- وجود إنطباع جيد لدى عملاء البنك الخارجي الجزائري على طريقة تعامل موظفي البنك معهم؛
- الصراف الآلي بالبنك يسهل للزبائن عملية ربح الوقت؛
- وجود إنطباع إيجابي لدى عملاء البنك الخارجي الجزائري حول سمعة البنك؛
- يهتم البنك الخارجي الجزائري بتطوير خدماته البنكية.

1-2-2/ دراسة عبد العزيز بوزنادة، أساليب إدماج وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر لتحسين الخدمات البنكية، دراسة حالة بنك الخليج الجزائر - وكالة بسكرة - الفترة (2009-2014)، 2015/2014.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى إدماج وسائل الدفع الإلكترونية في البنوك الجزائرية من أجل تحقيق أهداف البنك من حيث العائد والربحية وتقليل المخاطر، حيث اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي فيما يخص الجانب النظري، وأما في الجانب التطبيقي اعتمدت على أسلوب العينة التحكمية (القصدية) وذلك بتوزيع 75 استمارة استبيان على عملاء بنك الخليج الجزائر، حيث تم إسترداد 63 منها، وبعد المراجعة تم إستبعاد 19 استمارة لعدم اكتمالها وتم إعتماد 44 استمارة لغرض التحليل ومعالجتها باستخدام برنامج SPSS.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى:

- ✓ إن الترويج في بنك الخليج يتمثل في الإعلان عن المنتجات والخدمات البنكية الجزائرية وذلك بالإعتماد على مجلة البنك أو المنشورات المتواجدة على مستوى وكالات البنك، إضافة إلى أن الاتصال بين مسؤولي البنك والعملاء ضعيف وأن العلاقات العامة تقتصر على إحتكاك موظف البنك بالعميل عند حصوله على الخدمة؛
- ✓ إن البنوك الأجنبية تراحم البنوك العمومية من خلال تقديم أفضل الخدمات البنكية المواكبة للتطورات التكنولوجية وبأسعار تنافسية.

1-2-3/ دراسة مستوي، عادل تحليل واقع الخدمات البنكية في الجزائر وآفاق تطويرها خلال الفترة: 1990-2013، دراسة حالة بنك التنمية المحلية، 2014/2013.

هدفت الدراسة إلى تحليل واقع الخدمات البنكية التقليدية والخدمات المصرفية الحديثة في الجزائر خلال الفترة 1990-2013 وتطور خدمات الصيرفة الإسلامية في الجزائر والتوجهات الحديثة لتحديث البنوك، إستند الباحث في الجانب النظري على المنهج الوصفي التحليلي وجمع المعلومات عن طريق الاستبيان وتوزيعه على عينة الدراسة، حيث تشمل 200 استمارة وزعت على مختلف زبائن ومتعاملين البنك التنمية المحلية، منها 139 صالحة للدراسة و61 استمارة غير صالحة للدراسة (غير كاملة المعلومات)، وتم الاستناد على برنامج SPSS لتحليل بيانات الاستبيان، وتوصلت النتائج إلى:

- ✓ توجه البنوك الجزائرية نحو الصيرفة الحديثة (الصيرفة الآلية وصيرفة التأمين) لكن بخطوات متباطئة؛
- ✓ تميز البنوك الجزائرية بخدمات محدودة وتقليدية بعيدة عن المؤشرات العالمية؛

الفصل الأول: الإطار النظري للابتكار والخدمات البنكية

✓ تدني مستوى جودة الخدمات البنكية في بنك التنمية المحلية بصفة خاصة والمنظومة البنكية الجزائرية بصفة عامة.

المطلب الثاني: أوجه التشابه وأوجه الاختلاف

1-2 / أوجه التشابه

تتفق دراستنا الحالية مع دراسة (أمينة عدنان، 2017) ودراسة (رشيد شداد، عادل عيداوي، 2022) ودراسة (كريمة بن شريف، عبد الحق رايس، 2023) في المتغير المستقل وهو الابتكار وتشابهت أيضا مع دراسة (نادية قرني، نهاد فرماس، 2016) ودراسة (عبد العزيز بوزنادة، 2015) ودراسة (مستوي عادل، 2014) في المتغير التابع وهو الخدمات البنكية.

أما بالنسبة لميدان الدراسة فنجد دراسة (أمينة عدنان، 2017) تتفق معنا في ميدان دراسة مجموعة من البنوك، ودراسة (عبد العزيز بوزنادة، 2015) تتفق معنا في ميدان دراسة بنك الخليج الذي كان من مجموعة البنوك الذي قمنا بدراستها، ودراسة (مستوي عادل، 2014) تتفق معنا أيضا في دراسة بنك التنمية المحلية وهو من مجموعة البنوك التي قمنا بدراستها، وإتفقت كل الدراسات السابقة مع دراستنا الحالية على استعمال المنهج الوصفي الذي كان ملائماً لدراسة الحالة كما كانت أداة الاستبيان معتمدة من طرف كل الدراسات لجمع البيانات.

2-2 / أوجه الاختلاف

اختلفت دراستنا مع بعض الدراسات السابقة في ميدان الدراسة حيث:

كانت دراسة (شيد شداد، عادل عيداوي، 2022) في المؤسسة الناشئة NAHLA Delivery ودراسة (كريمة بن شريف، عبد الحق رايس، 2023) كانت في بنك ترست TRUST الجزائر، ودراسة (نادية قرني، نهاد فرماس، 2016) في البنك الخارجي الجزائري.

أما بالنسبة للنتائج فتختلف عن كل الدراسات السابقة.

3-2 / أوجه الاستفادة:

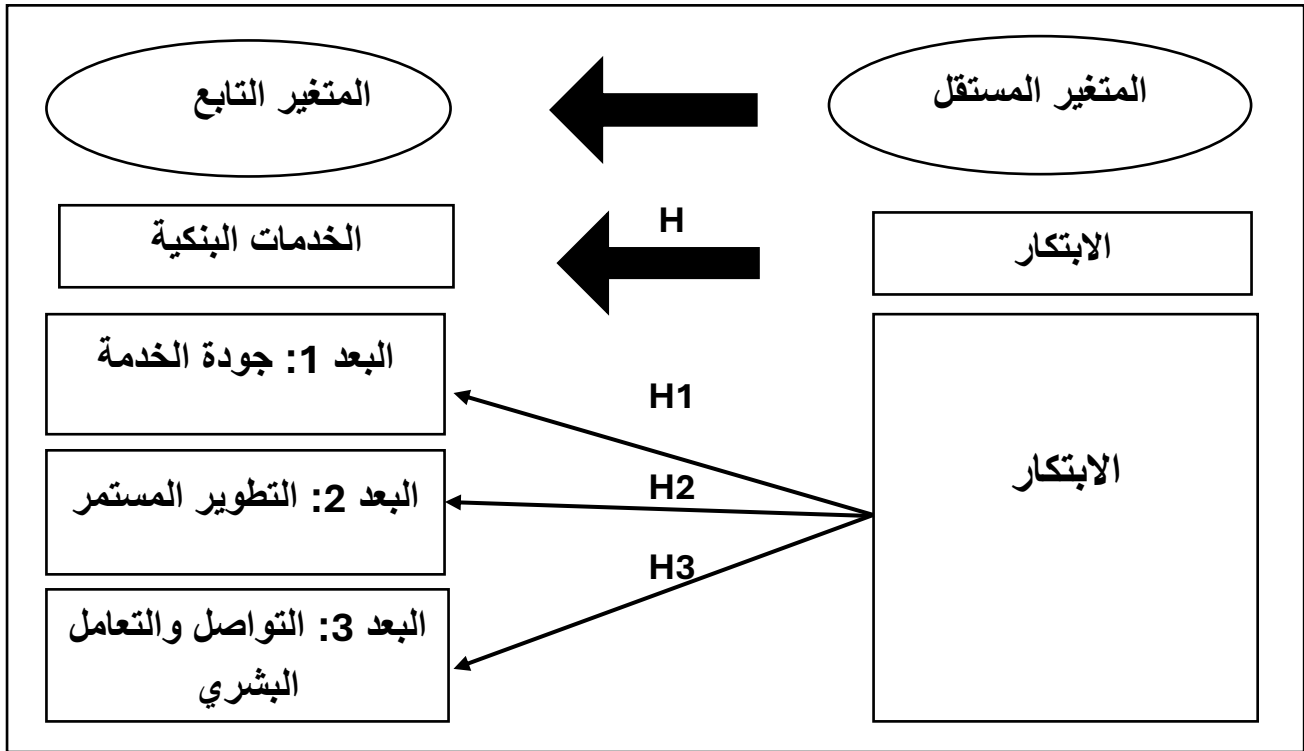
تتمثل الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد أبعاد كل متغير وكذا الاستفادة من الفرضيات الموجودة في جميع الدراسات السابقة التي تخص كل متغير على حدى، واختيار المنهج الوصفي حيث اعتمدت عليه كل الدراسات وهو المناسب لدراستنا الحالية ومعرفة الأداة المستخدمة وهي الاستبيان، وكذلك تحليل وتفسير النتائج ومقارنتها مع نتائج دراستنا الحالية.

المطلب الثالث: بناء النموذج

من خلال الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير المستقل (الابتكار) التي تم الإطلاع عليها توصلنا إلى أن أبعاد الابتكار تتمثل في ابتكار العمليات، الابتكار في المنتجات، الابتكار التسويقي، الابتكار الإداري.

أما المتغير التابع (الخدمات البنكية) وبعد مراجعة الدراسات السابقة توصلت الطالبتان إلى أن أبعاد الخدمات البنكية تتكون من ثلاث أبعاد رئيسية وهي التواصل والتعامل البشري، جودة الخدمة، التطوير المستمر، حيث سيتم الإعتماد عليها في بناء أبعاد المتغير التابع وعليه يكون النموذج كالتالي:

شكل رقم (07): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبتين

ومنه تكون الفرضيات الفرعية للدراسة كما يلي:

- يوجد دور للابتكار في تحسين جودة الخدمة البنكية في البنوك محل الدراسة.
- يوجد دور للابتكار في التطوير المستمر للخدمة البنكية في البنوك محل الدراسة.
- يوجد دور للابتكار في تعزيز التواصل والتعامل البشري في البنوك محل الدراسة.

خلاصة الفصل:

يُعتبر الابتكار بشكل عام الدافع الأساسي الذي يُمكن البنك من تقديم كل ما هو أفضل والعمل على تطوير الخدمات البنكية، ولتحقيق ذلك وجب على البنك إستعمال طاقته وإمكانياته الداخلية وإستغلال الفرص المتاحة في المحيط الخارجي، من أجل تقديم خدمات جديدة تساير توقعات الزبون وتتماشى مع التغيرات المستمرة.

إنّ محتوى هذا الفصل قد حاول الربط بين متغيرات الدراسة مع بعضها البعض وهذا تمهيداً للإنتقال إلى الجانب الميداني من الدراسة لنتحقق من خلاله عن الدور الذي يلعبه الابتكار في تحسين الخدمة البنكية.

الفصل الثاني:

الدراسة التطبيقية

تمهيد:

بعد التطرق في الفصل النظري إلى متغيرات الدراسة المتمثلة في الابتكار والخدمات البنكية وشرح العلاقة بينهما سيتم في هذا الفصل تناول الدراسة الميدانية على مجموعة من البنوك بولاية المسيلة من خلال إجراء استقصاء عينة من الموظفين العاملين بهذه البنوك وهذا لتسليط الضوء أكثر عن الموضوع والإجابة عن إشكالية الدراسة واختبار الفرضيات. ويهدف هذا الفصل إلى تبيان منهجية الدراسة وأدواتها المستخدمة لتحقيق أهداف الدراسة وإنجاز الإطار العلمي لها.

سيتناول الفصل توضيحا للمنهج المستخدم، ووصف لمجتمع الدراسة وحجمه، واستعراض أدوات الدراسة ومتغيراتها ومدى صدق وثبات هذه الأدوات. وتحليل بيانات الاستبيان واختبار الفرضيات

وعليه سيتم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين كالتالي:

المبحث الأول: الطرق والأدوات المتبعة في الدراسة الميدانية

المبحث الثاني: تحليل البيانات واختبار الفرضيات ومناقشتها

المبحث الأول: الطرق والأدوات المتبعة في الدراسة الميدانية

يتضمن ذلك وصف المنهج المستخدم، وأدوات جمع البيانات، ومجتمع الدراسة وعينتها، بالإضافة إلى التحقق من صحة وموثوقية (الصدق والثبات) أدوات الدراسة (الاستبيان). ويساعد تحديد الإطار المنهجي في تصميم دراسة دقيقة تتماشى مع موضوع البحث ومتطلبات تحديد الإطار المنهجي للدراسة الميدانية يتعلق بتحديد الخطوات والإجراءات التي يتم اتباعها لتحقيق جمع البيانات بشكل إيجابي، كما يشكل هذا الإطار أساساً هاماً للعملية التطبيقية وتحليل النتائج بشكل دقيق وموثوق.

المطلب الأول: منهج ومجتمع وعينة ومتغيرات الدراسة

1-1/ المنهج المتبع في الدراسة الميدانية

كل دراسة تستدعي منهجاً ملائماً لها، والمنهج " يعني الأساليب والإجراءات أو المداخل التي تستخدم في جمع البيانات والوصول من خلالها إلى نتائج أو تفسيرات أو شروح أو تنبؤات تتعلق بموضوع الدراسة (درويش، 2018، صفحة 235). وبما أننا بصدد تحقيق هدف الدراسة، فإننا نجد أن المنهج الملائم في الدراسة الميدانية هو **المنهج الوصفي التحليلي**. والذي يعرف بأنه " طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها عن طريق جمع المعلومات المقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة" (بوحوش و آخرون، 2000، صفحة 32). ويستخدم هذا المنهج في الدراسات المسحية " الميدانية" أو ما يعرف بالدراسات التطبيقية التي تستخدم أدوات البحث الميداني كأداة الاستبيان إذ يفيد الجانب الوصفي لهذا المنهج في التعريف والتوضيح النظري لمتغيرات الدراسة، في حين يفيد الجانب التحليلي لهذا المنهج في تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة على أداة الدراسة.

وبناء على منطلقات هذا المنهج قمنا كمرحلة أولى بجمع بيانات كافية ودقيقة عن الموضوع في ميدان الدراسة بالاعتماد على طرق جمع البيانات المستخدمة في البحث كالأستبيان، ثم قمنا بتسجيلها وترتيبها بعدها قمنا بتحليل ما تم جمعه من البيانات بطريقة موضوعية بعدها قمنا باختبار فرضيات الدراسة لنصل في نهاية إلى استخلاص النتائج وتقديم التوصيات والاقتراحات.

1-2/ مجتمع وعينة الدراسة

يعرف مجتمع الدراسة بأنه: " جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، سواء كانت هذه المفردات بشراً أو غير ذلك" وفي العينة يمكن الاكتفاء بعدد معين من مفردات المجتمع، ودراستهم وعند التوصل إلى نتائج يمكن تعميم هذه النتائج على جميع أفراد المجتمع، وباختصار فإن العينة هي عبارة عن جزء أو قسم من مجتمع الدراسة (دعمس، 2008، صفحة 201).

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

وعليه يتمثل المجتمع الإحصائي لأغراض هذه الدراسة في مجموعة من الوكالات بنكية بولاية المسيلة. من خلال إجراء استقصاء عينة من الموظفين العاملين بهذه البنوك مستخدمين في ذلك أسلوب العينة العشوائية ففي هذا الأسلوب، يتم اختيار الأفراد الذين يمثلون العينة بشكل عشوائي، حيث يكون لدى كل فرد في المجتمع الإحصائي فرصة متساوية للاختيار في العينة. وفيما يلي النتائج الخاصة بعملية توزيع واسترجاع الاستبيانات على عينة الدراسة:

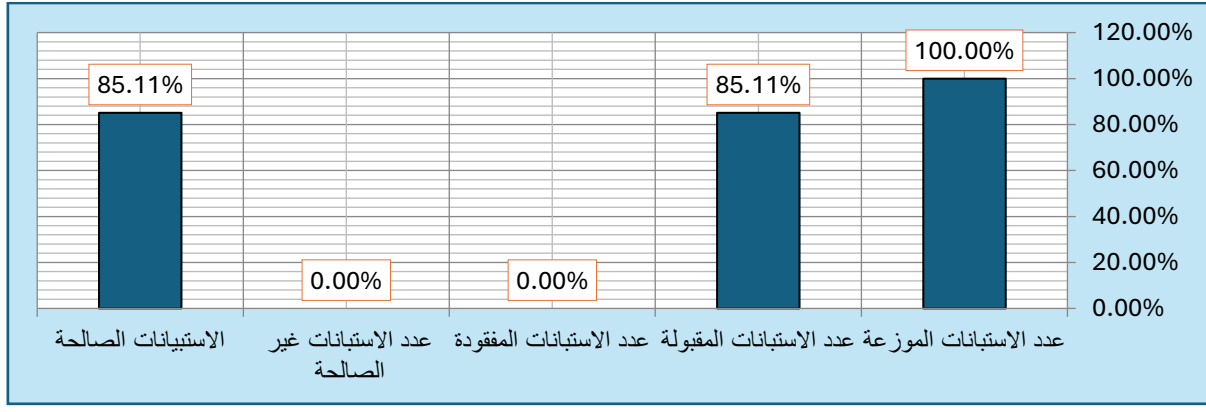
جدول رقم (01): يبين توزيع واسترجاع الاستبيانات.

البنك	عدد الاستبيانات الموزعة	عدد الاستبيانات المسترجعة	عدد الاستبيانات الغير مسترجعة	عدد الاستبيانات الصالحة للدراسة	عدد الاستبيانات غير المقبولة
بنك البدر BADR	40	37	3	0	37
	100,00%	92,50%	7,50%	0,00%	92,50%
بنك السلام	14	12	2	0	12
	100,00%	85,71%	14,29%	0,00%	85,71%
بنك التنمية المحلية BDL	18	13	5	0	13
	100,00%	72,22%	27,78%	0,00%	72,22%
بنك الخليج	12	10	2	0	10
	100,00%	83,33%	16,67%	0,00%	83,33%
بنك CNEP	10	8	2	0	8
	100,00%	80,00%	20,00%	0,00%	80,00%
المجموع	94	80	14	0	80
	100,00%	85,11%	14,89%	0,00%	85,11%
نسبة الردود% = (عدد الاستبيانات المقبولة / عدد الاستبيانات الموزعة) * 100					

المصدر: من إعداد الطالبتين

نسبة الردود = 85.11% وهي نسبة عالية تدل على أن عينة الدراسة مطلعة ولديها اهتمام كبير بموضوع الدراسة.

الشكل رقم (08): يبين توزيع الاستبيانات على عينة الدراسة

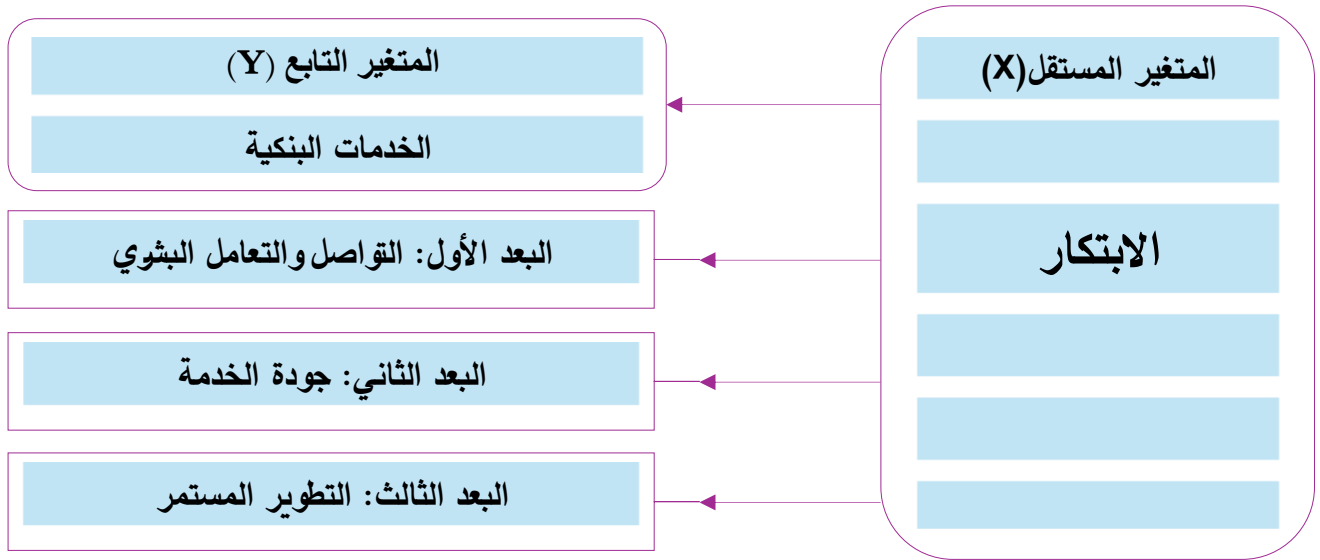


المصدر: من إعداد الطالبتين

3-1 متغيرات الدراسة

إن الظاهرة قيد الدراسة تدرس التفاعل بين متغيرين هما: متغير مستقل (الابتكار) و(الخدمات البنكية) كمتغير تابع، نقف من خلال هذا العنصر على النموذج المقترح للدراسة والذي سيفحص العلاقات بين المتغيرات وأبعادها في ميدان الدراسة:

الشكل (09): رسم النموذج الميداني للدراسة



التعليق على النموذج الفرضي للدراسة

• المتغير المستقل: في هذه الدراسة هو "الابتكار"، يشمل الابتكار في البنوك تطوير منتجات وخدمات جديدة، واعتماد تقنيات حديثة، وتبسيط العمليات، وتحسين تجربة العملاء.

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

• **المتغير التابع:** الخدمات البنكية ويتضمن 03 أبعاد (البعد الأول: التواصل والتعامل البشري، البعد الثاني: جودة الخدمة، البعد الثالث: التطوير المستمر).

✓ التواصل والتعامل البشري: تحسين التفاعل مع العملاء وتوفير تجربة عملاء أفضل.

✓ جودة الخدمة: تقديم خدمات أكثر كفاءة وفاعلية وسرعة للعملاء.

✓ التطوير المستمر: ضمان تحديث الخدمات باستمرار لمواكبة التطورات والاحتياجات المتغيرة للعملاء.

• **المتغير التابع:** من جهة أخرى، هو المتغير الذي تتغير نتائجه أو قيمه استجابة للتغيرات في المتغير المستقل العلاقة بين المتغيرين هي أن تغيير المتغير المستقل يؤدي إلى تغيير المتغير التابع. حيث العلاقة بين المتغيرين هي أن أي تغيير في المتغير المستقل (الابتكار) من المفترض أن يؤدي إلى تغيير في المتغير التابع (الخدمات البنكية). على النحو التالي:

• **العلاقة بين المتغيرين:** عندما تبتكر البنوك وتطور خدماتها، فإن ذلك يؤدي إلى تحسين التواصل والتعامل البشري، وزيادة جودة الخدمات المقدمة، والقدرة على التطوير المستمر لهذه الخدمات، وبالتالي يؤدي الابتكار إلى تحسين خدمات البنوك بشكل عام.

هذه العلاقة تعكس أهمية الابتكار كمحرك رئيسي لتحسين تجربة العملاء والحفاظ على تنافسية البنوك في سوق مالي متغير باستمرار.

• وهذا ما نسعى إلى تأكيده من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من الوكالات بنكية في ولاية المسيلة، بهدف فهم دور الابتكار بشكل أعمق في تحسين الخدمات المصرفية، سنقوم بجمع البيانات والآراء مباشرة من الميدان، من خلال الاستبيانات مع مديري الوكالات البنكية ومسؤولي خدمة العملاء وتحليل هذه المعلومات الواقعية، نتطلع إلى اكتساب رؤى متعمقة حول العلاقة بين الابتكار والخدمات البنكية، بما في ذلك اعتماد التقنيات الحديثة وتطوير المنتجات والخدمات وتبسيط العمليات، وتأثيره على تحسين التواصل مع العملاء، وجودة الخدمات، والقدرة على التطوير المستمر، ستمكننا هذه الرؤى من استخلاص استنتاجات دقيقة وتوصيات عملية لتعزيز دور الابتكار كمحرك رئيسي لتحسين خدمات القطاع المصرفي في ولاية المسيلة بشكل أكثر فاعلية.

المطلب الثاني: أدوات الدراسة وجمع البيانات وحساب الصدق والثبات لها

1-2/ أدوات الدراسة وجمع البيانات

تعد الأدوات والوسائل المستخدمة في جمع البيانات والمعلومات من أهم العناصر في الدراسة الميدانية، حيث توفر هذه الأدوات والوسائل البيانات الضرورية التي نحتاجها لتحليلها والوصول إلى نتائج الدراسة. ومن بين هذه الأدوات، فإنه تم الاعتماد في دراستنا على أداة الاستبيان لاستطلاع آراء الأفراد المستجوبين حول موضوع الدراسة.

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

1-1-2/ فالاستبيان يعرف بأنه: " أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من الأفراد عن طريق عمل مجموعة من الأسئلة أو العبارات بغية الوصول إلى معلومات كيفية أو كمية وقد تستخدم بمفردها أو قد تستخدم مع غيرها من أدوات البحث العلمي، وذلك للكشف عن الجوانب التي يحددها الباحث وصياغتها في استفسارات محددة (صياح، 2015، الصفحات 300-332). وقد تم إعداد الاستبيان وفق المراحل التالية:

أ/ مرحلة ما قبل تصميم الاستبيان: في هذه المرحلة تم تحديد المتغيرات المراد قياسها وتوحيد المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في الاستبيان.

ب/ مرحلة التصميم وصياغة الأسئلة: في هذه المرحلة تم صياغة أسئلة الاستبيان الأولي بناءً على الأدبيات المتعلقة بموضوع الدراسة وتحديد المتغيرات المراد قياسها وكذا الدراسات السابقة.

ج/ مرحلة الإخراج النهائي للاستبيان وتوزيعه: مراجعة الاستبيان وإجراء التعديلات اللازمة ثم إخراج الاستبيان بصورته النهائية وتنسيقه بشكل جيد وسهل القراءة، يحتوي هيكل الاستبيان على:

جدول رقم (02): هيكل أداة الدراسة (الاستبيان)

أقسام الاستبيان		عدد العبارات	
المحور الأول: البيانات الشخصية			
متغيرات الدراسة			
المحور الثاني المتغير المستقل: الابتكار		من العبارة رقم	01 إلى العبارة رقم 10
المحور الثالث المتغير التابع: الخدمات البنكية		من العبارة رقم	11 إلى العبارة رقم 25
أبعاد المحور الثالث	البعد الأول: التواصل والتعامل البشري	من العبارة رقم	11 إلى العبارة رقم 15
	البعد الثاني: جودة الخدمة	من العبارة رقم	16 إلى العبارة رقم 20
	البعد الثالث: التطوير المستمر	من العبارة رقم	21 إلى العبارة رقم 25
مجموع عبارات الاستبيان		25 عبارة	

المصدر: من إعداد الطالبين

كما تم الاعتماد على سلم ليكارت الخماسي لتقييم إجابات أفراد العينة، حيث طلب منهم إعطاء درجة إجاباتهم على كل عبارة من عبارات الاستبيان كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (03): يبين المقياس Likert المستخدم في الاستبيان

المقياس	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الأوزان	1	2	3	4	5
طول الفئة* مجالات المتوسط الحسابي	[1 - 1.80]	[1.80- 2.60]	[-3.40-2.60]	[3.41- 4.20]	[4.21 - 5]
دلالات الفئات	ضعيفة جدا	ضعيفة	متوسطة	عالية	عالية جدا

* تم تحديد طول الفئة كالتالي: $0.80 = 5 / (1-5)$

المصدر: من إعداد الطالبتين

د/ مرحلة جمع الاستبيانات وتفرغها: تم جمع الاستبيانات وتنظيمها وترتيبها، ثم تفرغها في البرنامج الإحصائي SPSS.

2-2/ اختبار صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبيان)

ضمن هذا العنصر سوف نجري مجموعة من الاختبارات الإحصائية للتأكد من صدق وثبات أداة الدراسة. ويقصد بصدق أداة الدراسة؛ "أن تقيس عبارات الاستبيان ما وضعت لقياسه"، وقمنا بالتأكد من صدق الاستبيان من خلال صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان، أما الثبات فيشير "إلى مدى ثبات نتائج الاستبيان، أي أن يكون الاستبيان قادرا على أن يحقق دائما نفس النتائج فيما لو كررت عمليات توزيع الاستبيان أكثر من مرة واحدة".

2-2-1/ حساب صدق أداة الاستبيان

وقمنا بالتأكد من صدق عبارات الاستبيان من خلال صدق الاتساق الداخلي والذي يهدف إلى معرفة مدى قدرة كل مجموعة من عبارات المحور على قياس المتغير بوضوح.

وإحصائياً نعبر عن صدق الاتساق الداخلي من خلال حساب معامل الارتباط بيرسون Pearson للعلاقة الارتباطية العبارة والدرجة الكلية لمحورها الذي تنتمي إليه.

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

وهذا الأخير محصور بين (1-) و(1+)، ويكون معامل الارتباط بيرسون ذو دلالة إحصائية إذا كانت قيمة (sig) المصاحبة لكل معامل ارتباط بيرسون أقل أو تساوي مستوى الدلالة 0.05 أي توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين العبارة وبعدها أي بمعنى آخر أن العبارة صادقة ومتسقة لما وضعت لقياسه، أي بمعنى آخر أن مضمون العبارة يتلائم مع مفهوم (مضمون) المحور الذي تنتمي إليه.

أما إذا وجدت إحدى العبارات غير متسقة (غير صادقة) مع المحور الذي تنتمي إليه أي أن العلاقة الارتباطية غير دالة إحصائياً وفي هذه الحالة يتم حذف العبارة من المحور، وفيما يلي نتائج حسابات صدق الاتساق الداخلي:

2-3/ حساب صدق الإتساق الداخلي لعبارات محاور وأبعاد الاستبيان

2-3-1/ حساب صدق الإتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني: الابتكار

جدول رقم (04): يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات (المحور الثاني)

Correlation de Pearson			رقم العبارات	Correlation de Pearson			رقم العبارة
النتيجة	Sig. القيمة الاحتمالية	قيمة معامل الارتباط		النتيجة	Sig. القيمة الاحتمالية	قيمة معامل الارتباط	
دال	0,001	0,378**	العبارة رقم 06	دال	0,000	0,465**	العبارة رقم 01
دال	0,000	0,527**	العبارة رقم 07	دال	0,046	0,224*	العبارة رقم 02
دال	0,000	0,498**	العبارة رقم 08	دال	0,001	0,366**	العبارة رقم 03
دال	0,000	0,502**	العبارة رقم 09	دال	0,000	0,514**	العبارة رقم 04
دال	0,000	0,509**	العبارة رقم 10	دال	0,000	0,558**	العبارة رقم 05
دال: أي يوجد ارتباط معنوي بين العبارة والدرجة الكلية لمحورها							
** تدل في برنامج SPSS على وجود دلالة إحصائية وعدم وجود ** تدل على عدم وجود دلالة الإحصائية							
قاعدة: إذا كانت قيمة احتمال الخطأ (Sig. or P-value) أقل من أو تساوي مستوى الدلالة 0.05 فإنه يوجد ارتباط معنوي بين العبارة والدرجة الكلية لمحورها.							

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

من نتائج الارتباطات الثنائية (العبرة والدرجة الكلية لمحورها) المبينة أعلاه نلاحظ أن: العبارات المتعلقة بقياس (المحور الثاني) تمتاز بالاتساق الداخلي مع بعدها الذي تنتمي إليه، حيث أن العلاقة الارتباطية بين الدرجة الكلية لكل بعد وعبارته دالة إحصائياً، إذ أن جميع قيم معامل ارتباط بيرسون كانت ذات دلالة إحصائية، حيث قيم sig أقل من 0.05

وعليه يمكننا القول بأن عبارات المحور الثاني الابتكار تمتاز كلها بالاتساق الداخلي وصادقة لما وضعت لقياسه وبذلك لا نستثني أي عبارة من المحور وكلها صالحة لتحليل البيانات.

2-3-2/ حساب صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث: الخدمات البنكية وأبعاده

- حساب صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الأول: التواصل والتعامل البشري

جدول رقم (05): يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات (البعد 01)

Correlation de Pearson			رقم العبارات	Correlation de Pearson			رقم العبارة
النتيجة	Sig. القيمة الاحتمالية	قيمة معامل الارتباط		النتيجة	Sig. القيمة الاحتمالية	قيمة معامل الارتباط	
دال	0,000	0,604**	العبارة رقم 14	دال	0,000	0,478**	العبارة رقم 11
دال	0,000	0,554**	العبارة رقم 15	دال	0,000	0,483**	العبارة رقم 12
				دال	0,000	0,575**	العبارة رقم 13

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

من نتائج الارتباطات الثنائية بين (العبرة والدرجة الكلية لبعدها) المبينة أعلاه نلاحظ أن: العبارات المتعلقة بقياس (البعد الأول) تمتاز بالاتساق الداخلي مع بعدها الذي تنتمي إليه، حيث أن العلاقة الارتباطية بين الدرجة الكلية لكل بعد وعبارته دالة إحصائياً، إذ أن جميع قيم معامل ارتباط بيرسون كانت ذات دلالة إحصائية، حيث قيم sig أقل من 0.05.

وعليه يمكننا القول بأن عبارات البعد الأول التواصل والتعامل البشري تمتاز كلها بالاتساق الداخلي وصادقة لما وضعت لقياسه وبذلك لا نستثني أي عبارة من المحور وكلها صالحة للتحليل.

- حساب صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الثاني: جودة الخدمة

جدول رقم (06): يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات (البعد 02)

Correlation de Pearson			رقم العبارة	Correlation de Pearson			رقم العبارة
النتيجة	Sig. القيمة الاحتمالية	قيمة معامل الإرتباط		النتيجة	Sig. القيمة الاحتمالية	قيمة معامل الإرتباط	
دال	0,000	0,519**	العبارة رقم 19	دال	0,000	0,497**	العبارة رقم 16
دال	0,000	0,521**	العبارة رقم 20	دال	0,000	0,582**	العبارة رقم 17
				دال	0,000	0,433**	العبارة رقم 18

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

من نتائج الإرتباطات الثنائية (العبارة والدرجة الكلية لبعدها) المبينة أعلاه نلاحظ أن: العبارات المتعلقة بقياس (البعد الثاني)، تمتاز بالاتساق الداخلي مع بعدها الذي تنتمي إليه. حيث أن العلاقة الارتباطية بين الدرجة الكلية لكل بعد وعباراته دالة إحصائياً، إذ أن جميع قيم معامل الإرتباط بيرسون كانت ذات دلالة إحصائية، حيث قيم sig أقل من 0.05

وعليه يمكننا القول بأن عبارات البعد الثاني جودة الخدمة تمتاز كلها بالاتساق الداخلي وصادقة لما وضعت لقياسه وبذلك لا نستثني أي عبارة من المحور وكلها صالحة للتحليل.

- حساب صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الثالث: التطوير المستمر

جدول رقم (07): يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات (البعد 03)

Correlation de Pearson			رقم العبارة	Correlation de Pearson			رقم العبارة
النتيجة	Sig. القيمة الاحتمالية	قيمة معامل الإرتباط		النتيجة	Sig. القيمة الاحتمالية	قيمة معامل الإرتباط	
دال	0,000	0,566**	العبارة رقم 24	دال	0,000	0,739**	العبارة رقم 21
دال	0,001	0,706**	العبارة رقم 25	دال	0,000	0,384**	العبارة رقم 22

العبرة رقم 23	0,756**	0,000	دال
---------------	---------	-------	-----

من نتائج الإرتباطات الثنائية (العبرة والدرجة الكلية لبعدها) المبينة أعلاه نلاحظ أن: العبارات المتعلقة بقياس (البعد الثالث)، تمتاز بالاتساق الداخلي مع بعدها الذي تنتمي إليه. حيث أن العلاقة الارتباطية بين الدرجة الكلية لكل بعد وعبارته دالة إحصائياً، إذ أن جميع قيم معامل الإرتباط بيرسون كانت ذات دلالة إحصائية، حيث قيم sig أقل من 0.05

وعليه يمكننا القول بأن عبارات البعد الثالث: التطوير المستمر تمتاز كلها بالاتساق الداخلي وصادقة لما وضعت لقياسه وبذلك لا نستثني أي عبارة من المحاور وكلها صالحة للتحليل.

الاستنتاج العام: يمكن الاستنتاج أن عبارات الاستبيان تتمتع بصدق الاتساق الداخلي الجيد، مما يعزز من صدق الاستبيان كأداة لجمع البيانات. ومن ثم يمكننا الاعتماد عليها في التحليل الإحصائي لبيانات المستجوبين واختبار فرضيات الدراسة.

2-4/ حساب الصدق البنائي لأبعاد ومحاور الاستبيان

وقمنا بالتأكد من صدق الاستبيان من خلال حساب صدق الاتساق البنائي فهو أحد الطرق التي يمكن استخدامها لتحقيق خاصية صدق الاستبيان، ويهدف هذا النوع من الصدق إلى قياس مدى توافق العبارات والمحاور والأبعاد في الاستبيان مع بعضها البعض، أي أنها تقيس فعلاً ما وضعت لقياسه. وإحصائياً نعبر عن صدق الاتساق البنائي من خلال حساب معامل الارتباط بيرسون.

جدول رقم (08): يوضح صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة

		أبعاد ومحاور الاستبيان	
النتيجة	القيمة الاحتمالية يرمز لها ب: (Sig. Or P-value)	(معامل الارتباط بيرسون r)	
(الصدق البنائي للأبعاد) أي مدى جودة العلاقة الارتباطية بين البعد مع محوره: المحور الثالث المتغير التابع: الخدمات البنكية			
01	دال	0,769**	البعد الأول: التواصل والتعامل البشري
02	دال	0,654**	البعد الثاني: جودة الخدمة
03	دال	0,662**	البعد الثالث: التطوير المستمر
(الصدق البنائي للمحاور) أي مدى جودة العلاقة الارتباطية بين كل محور ودرجة الكلية لعبارات الاستبيان:			
	دال	0,879**	المحور الثاني المتغير المستقل: الابتكار
	دال	0,883**	المحور الثالث المتغير التابع: الخدمات البنكية

المصدر: مخرجات برنامج SPSS. V 28

من خلال الجدول أعلاه يمكننا استنتاج أن جميع الأبعاد والمحاور في الاستبيان صادقة ومتسقة لما وضعت لقياسه، نظراً لأن قيم معاملات الارتباط Pearson Correlation كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05 ونفس المقارنة مع باقي الأبعاد ومحاور الاستبيان.

وعليه يمكننا القول بأن عبارات المتغير التابع (الخدمات البنكية بأبعاده) والمتغير المستقل (الابتكار) صادقة لما وضعت لقياسه أي أن الاستبيان على درجة عالية من الصدق ومن ثم يمكننا الاعتماد على عباراته ومتغيراته في التحليل الإحصائي لبيانات المستجوبين واختبار فرضيات الدراسة.

الاستنتاج العام: يمكن الاستنتاج أن أبعاد ومحاور الاستبيان تتمتع بصدق الاتساق البنائي الجيد، مما يعزز من صدق الاستبيان كأداة لجمع البيانات، ومن ثم يمكننا الاعتماد عليها في التحليل الإحصائي لبيانات المستجوبين واختبار فرضيات الدراسة.

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

وهناك عدة طرق لقياس ثبات عبارات الاستبيان منها طريقة ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) والمجالات المختلفة لدرجة الثبات لمعامل ألفا كرونباخ هي (fanny & carricano, 2009, p. 53):

جدول رقم(09) : يبين قيمة معامل Cronbach's Alpha للاستبيان

أبعاد ومحاور الاستبيان	معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات	النتيجة
المحور الثاني: الابتكار	0.678	10	ثابت
المحور الثالث: الخدمات البنكية	0.708	15	ثابت
البعد الأول: التواصل والتعامل البشري	0.682	05	ثابت
البعد الثاني: جودة الخدمة	0.668	05	ثابت
البعد الثالث: التطوير المستمر	0.649	05	ثابت

القاعدة العامة المعمول بها في الدراسات السابقة: هي أنه إذا كانت قيمة معامل الثبات أكبر من 0.6 فإن أداة الدراسة تتميز بالثبات في النتائج فيما لو عيد توزيعها لأكثر من مرة في نفس الظروف.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

يعرض الجدول أعلاه نتائج حساب قيم (Cronbach's Alpha) لكل مجموعة من العبارات لكل محور وكذا إجمالي جميع عبارات الاستبيان وهذا من أجل معرفة مدى تمتع عبارات الاستبيان بدرجة الثبات في النتائج فيما لو أعيد توزيع الاستبيان مرة ثانية خلال فترات زمنية مختلفة وفي نفس الظروف.

المطلب الثالث: البرامج والأدوات الإحصائية والبيانية المستخدمة

3-1/ إجراء اختبار كشف نوع توزيع بيانات المستجوبين

تعد الخطوة الأولى في تحديد الأساليب الإحصائية هي خطوة الكشف عن توزيع بيانات المستجوبين نحو متغيرات الدراسة وهذا لتحديد الأساليب الإحصائية (الوصفية والاستدلالية) المناسبة لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة إذ يوجد نوعين من الأساليب الإحصائية وهي: أساليب إحصائية البارامترية (المعلمية) والتي تشترط أن تتبع بيانات المستجوبين للتوزيع الطبيعي، وأساليب إحصائية اللابارامترية (اللامعلمية) والتي لا تشترط أن تتبع البيانات المستجوبين نحو محاور الاستبيان (متغيرات الدراسة) للتوزيع الطبيعي، وعليه ولضمان معالجة صحيحة لبيانات المستجوبين واختيار الأساليب الإحصائية المناسبة، يتعين علينا أولاً تحديد نوع توزيع البيانات.

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

يمكن استخدام عدة طرق إحصائية لتحديد نوع توزيع البيانات، من بينها طريقة اختبار كولموجوروف-سميرنوف (Kolmogorov-Smirnov) التي تستخدم إذا كان عدد العينات أكبر أو يساوي 50، وطريقة اختبار شابيرو ويلك (Shapiro-Wilk) التي تستخدم إذا كان عدد العينات أقل من 50 (زيد، 2005، صفحة 156). ولكل اختبار له قيمة احتمالية يرمز لها بالرمز (sig) أو (p-value) والتي من خلالها يتم الحكم على نوع التوزيع وهذا بمقارنتها مع مستوى الدلالة (0.05).

جدول رقم (10): يبين نتائج كشف نوع التوزيع الطبيعي للبيانات (طريقة رقمية)

نوع التوزيع	Shapiro-Wilk			Kolmogorov-Smirnov ^a			محاور الاستبيان
	Sig.	Df	القيمة الإحصائية للاختبار	(P-value)	Df	القيمة الإحصائية للاختبار	
بيانات كل محور	القيمة الاحتمالية	درجة الحرية		القيمة الاحتمالية	درجة الحرية		
يتبع التوزيع الطبيعي	0,098	80	0,974	0,170	80	0,090	بيانات المتغير المستقل
يتبع التوزيع الطبيعي	0,007	80	0,955	0,084	80	0,093	بيانات التابع

القاعدة: إذا كانت قيمة sig أكبر من 0.05 فإن بيانات المستجوبين نحو متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي.

المصدر: بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

ومن خلال الجدول أعلاه نجد: بما أن أفراد عينة الدراسة أكبر من 50 فرد فإننا نستدل بنتائج اختبار (Kolmogorov-Smirnov^a) وتظهر نتائجها أن القيمة الاحتمالية (sig) لبيانات المستجوبين نحو محاور الاستبيان (متغيرات الدراسة) هي أكبر من (0.05) إذن تتبع التوزيع الطبيعي.

بالنسبة لبيانات المستجوبين نحو المتغير المستقل (المحور الثاني وهو الابتكار) نجد أن القيمة الاحتمالية بلغت (0.170=SIG) وهي أكبر من مستوى دلالة 0.05 وعليه ووفق القاعدة أعلاه فإن بيانات العينة نحو المحور الأول تتبع التوزيع الطبيعي.

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

وبالنسبة لبيانات المستجوبين نحو المتغير التابع (المحور الثالث وهو الخدمات البنكية وأبعاده) نجد أن قيمة الاحتمالية بلغت ($0.084 = \text{SIG}$) وهي أكبر من مستوى دلالة 0.05 وعليه ووفق القاعدة أعلاه فإن بيانات العينة نحو المحور الثاني تتبع التوزيع الطبيعي.

الاستنتاج: نظراً لأن بيانات المستجوبين تخضع للتوزيع الطبيعي، فإن بحثنا سيستخدم طرقاً إحصائية بارامترية لتحليل إجابات وآراء أفراد العينة واختبار فرضيات الدراسة، من المهم شرح الأساليب الإحصائية البارامترية التي سنستخدمها في دراستنا.

3-2/ أساليب المعالجة الإحصائية لبيانات المستجوبين

تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS: V28 لتحليل البيانات، وتم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية المعلمية لتحليل الإجابات والآراء التي تم جمعها من أفراد العينة، واختبار الفرضيات التي تم تحديدها في الدراسة، وتتمثل الأساليب الإحصائية الوصفية والإستدلالية المستخدمة في دراستنا كما يلي:

أ/ التوزيع التكراري والنسب المئوية: تم استخدام التوزيع التكراري والنسب المئوية لوصف البيانات الشخصية للمستجوبين، وذلك عبر عرضها في رسوم بيانية وقيم عددية.

ب/ المتوسط الحسابي: هو مقياس للنزعة المركزية يستخدم لتحديد قيمة مركزية للبيانات، ويتم حسابه عن طريق جمع جميع القيم ثم قسمتها على عددها، كما يساعد في ترتيب العبارات المختلفة في الاستبيان وفهم اتجاهات الآراء ومدى ارتفاع وانخفاض استجابات المستجوبين في الدراسة، كما يساعد في تحديد مدى تركيز إجابات المستجوبين حول قيمة معينة وتقدير مدى أهمية العبارات بالنسبة للمستجوبين.

ج/ الإنحراف المعياري: هو مقياس للتشتت يستخدم لقياس مدى انحراف (تشتت) استجابات أفراد العينة لكل عبارة من عبارات ومتغيرات الاستبيان، حيث تكون القيم العالية للإنحراف المعياري تدل على تشتت واسع في البيانات بينما تكون القيم المنخفضة تدل على تجمع أو تركيز للبيانات حول المتوسط الحسابي، كما يفيد أيضاً في ترتيب عبارات الاستبيان إلى جانب المتوسط الحسابي حيث عند تساوي المتوسط الحسابي بين عبارتين فإنه يأخذ بعين الاعتبار أقل قيمة للإنحراف المعياري (أقل تشتت) بينهما (طويطي و وعيل، أساليب تصميم و إعداد الدراسات الميدانية - منظور إحصائي).

د/ الوزن النسبي (المتوسط الحسابي النسبي): الوزن النسبي هو مقياس آخر يستخدم لتقدير أهمية المتغيرات في الدراسة، إضافة إلى المتوسط الحسابي وهو يحسب بالعلاقة التالية: (طويطي، التحليل الإحصائي لبيانات الاستبيان تطبيقات عملية على برنامج Excel الجزء الأول، 2018، صفحة 211)

$$\bar{X} \% = 100 * \frac{\bar{X}}{K}$$

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

حيث K عدد بدائل المتغير أو عبارات الاستبيان (مقياس ليكارت الخماسي).

هـ/ إختبار كشف نوع توزيع البيانات: لتحديد نوع توزيع البيانات تم استخدام إختبار كولموجوروف-سميرنوف (Kolmogorov-Smirnov) الذي يُستخدم إذا كان عدد العينات أكبر أو يساوي 50، وإختبار شابيرو ويلك (Shapiro-Wilk) الذي يُستخدم إذا كان عدد العينات أقل من 50 (زيد، 2005، صفحة 156).

و/ معامل الثبات ألفا كرونباخ: وذلك لإختبار مدى موثوقية أداة جمع البيانات المستخدمة (الاستبيان) في قياس المتغيرات التي اشتملت عليها الدراسة.

ز/ معامل الارتباط بيرسون (Correlation de Pearson): ويستخدم لقياس اتجاه وقوة العلاقة الخطية بين المتغيرين وتقع قيمة معامل الارتباط بين (-1) إلى (+1) وهذه القيمة تدل على قوة أو ضعف العلاقة بين المتغيرين، فإذا كانت القيمة كبيرة كافية بغض النظر عن الإشارة فإن العلاقة بين المتغيرين قوية، أما إشارة معامل الارتباط فإنها تدل على اتجاه العلاقة بين المتغيرين فإذا كانت الإشارة موجبة فإن زيادة قيم أحد المتغيرات ترافقها زيادة في المتغير الآخر أي العلاقة بينهما طردية والعكس صحيح، ويمكن تقسيم مجالات قيمة معامل الارتباط على الشكل التالي: (الزغبى و آخرون، 2012، صفحة 279)

ضعيفة	أقل أو يساوي من $0.30\bar{7}$
متوسطة	من $0.3\bar{7}$ إلى $0.7\bar{7}$
قوية	أكبر من $0.7\bar{7}$

ح/ تحليل الانحدار (Regression analysis): أداة إحصائية قوية ومرنة تستعمل للتحليل العلاقة الارتباطية بين متغير تابع واحد أو أكثر مع المتغيرات المستقلة ويستعمل:

✓ لتحديد ما إذا كان المتغير المستقل قادر على شرح تغيرات معنوية في المتغير التابع أي هل توجد علاقة؟

✓ لتحديد كمية الاختلاف في المتغير التابع التي يمكن شرحها بواسطة المتغير المستقل أي ماهي قوة العلاقة؟

✓ لتحديد البناء أو شكل العلاقة أي ماهي المعادلة الرياضية التي تربط المتغير المستقل أو عدة متغيرات مستقلة مع المتغير التابع؟

✓ للتنبؤ بقيمة المتغير التابع.

✓ التحكم في المتغيرات المستقلة الأخرى عند حساب مساهمة متغير أو متغيرات محددة.

والهدف من تحليل الانحدار هو التنبؤ بالمتغير التابع بمعلومية المتغير المستقل، وفي حالة وجود متغير مستقل واحد يطلق عليه تحليل الانحدار البسيط، بينما يطلق عليه تحليل الانحدار المتعدد عندما يوجد إثنان أو أكثر من المتغيرات المستقلة (الله ع.، 2002، الصفحات 210-211).

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

ومن معايير قياس كفاءة ومعنوية نموذج الانحدار الخطي (البسيط-المتعدد) هناك معايير (إحصائية-منطقية) (البلداوي، 2008، الصفحات 242-243):

معايير إحصائية: وتشمل (T-test) لاختبار معنوية معاملات المتغيرات المستقلة والمعامل الثابت (constant) و R^2 لاختبار درجة العلاقة بين كل متغير مستقل والمتغير التابع ومنها أيضا (F-test) و (R²) لاختبار معنوية المعادلة النهائية ومدى معنوية درجة تفسير التباين ويمكن اجمال أهم هذه المعايير الإحصائية بما يلي:

ويستخدم لاختبار معنوية المعادلة، بكلمة أخرى معنوية العلاقة بين مجموعة المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، يتم الحكم على معنوية العلاقة المدروسة بينهما من خلال قيمة (Sig) المصاحبة لإختبار (F-test) فإذا كانت قيمة Sig أقل من 0.05 فإن العلاقة المدروسة بين المتغيرين ذات دلالة إحصائية.

اختبار F
(F-test)

ويستخدم هذا المعيار لاختبار معنوية كل من معاملات الانحدار التي يتضمنها النموذج، من خلال مقارنة قيمة sig المرافقة للاختبار (T-test) مع مستوى المعنوية (0.05) فإذا كانت قيمتها أقل من 0.05 فإن التأثير معنوي. أي أن قيمة معامل الانحدار تشير إلى وجود تأثير معنوي (دال إحصائياً) للمتغير المستقل على المتغير التابع ويضم في نموذج الانحدار الممثل للعلاقة المدروسة.

اختبار T
(T-test)

ويرمز له بالرمز R^2 ويمثل النسبة المئوية للتباين التي يتم تفسيرها بواسطة المتغير أو المتغيرات المستقلة التي يتضمنها النموذج وتقع بين 0 و 1 أي بين: $0 \leq R^2 \leq 1$ فكلما اقتربت من 1 يعني ارتفاع معنوية النموذج التفسيرية.

قيمة معامل التحديد
 R^2

3-3/ البرامج الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات

يقوم كثير من المهتمين في مختلف ميادين العلوم كالعلوم الاقتصادية والتربوية والاجتماعية والطبية وغيرها بإجراء التحليلات الإحصائية لبياناتهم المختلفة وإن القيام بمثل هذه التحليلات الإحصائية بالطرائق اليدوية ليس سهلاً وخاصةً إذا كان حجم البيانات كبيراً. وعلى كل حال لم تعد هناك مشكلة مع تطور أجهزة الحاسوب وتصميم البرامج الحاسوبية للقيام بالتحليلات الإحصائية البسيطة والمعقدة (الزعيبي و الطلافحة، 2012، صفحة 30).

- برنامج (Statistical Package for the Social Sciences) الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية المعروف اختصاراً بـ SPSS هو: عبارة عن حزمة حاسوبية متكاملة لتسجيل البيانات وتحليلها ويستخدم عادة في

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

جميع البحوث العلمية التي تشتمل على العديد من البيانات الرقمية، ولا يقتصر على البحوث الاجتماعية فقط بالرغم من أنه أنشئ أصلاً لهذا الغرض، ولكن اشتماله على معظم الاختبارات الإحصائية وقدرته الفائقة في معالجة البيانات.

المبحث الثاني: تحليل البيانات واختبار الفرضيات ومناقشتها

بعد تقديم الإجراءات المنهجية المستخدمة في الدراسة الميدانية، في المبحث السابق، فإنه يتم في هذا المبحث عرض مختلف نتائج الإحصاء الوصفي عن طريق تحديد اتجاهات آراء أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة وعبارات الاستبيان وتحديد تلك التي حازت على أعلى وأقل درجات الموافقة وفقاً لإجابات مفردات العينة وكذلك عرض تحليل وصفي لمتغيرات الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة، بعد ذلك يتم اختبار الفرضيات المرتبطة بالدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية الاستدلالية، لتقييم العلاقات بين المتغيرات الدراسية وتحديد ما إذا كانت تلك العلاقات ذات دلالة إحصائية أو لا، بعد إجراء التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات، يتم مناقشة النتائج وتفسيرها بشكل مفصل في النهاية، يتم تلخيص النتائج وإعطاء الاستنتاجات النهائية بناءً على النتائج المكتشفة ومناقشتها.

المطلب الأول: عرض وتحليل بيانات المستجوبين نحو المتغيرات الشخصية للعينة

تقوم هذه الدراسة على مجموعة من البيانات العامة المتعلقة بخصائص أفراد الدراسة متمثلة في (الجنس، العمر،) وعلى ضوء هذه المتغيرات نقدم وصف تحليلي لفئات كل متغير ديمغرافي وهذا من خلال حساب التكرارات والنسبة % كما هو مدون في الجدول التالي:

1-1 / وصف خصائص عينة الدراسة (متغير الجنس)

جدول رقم (11): يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

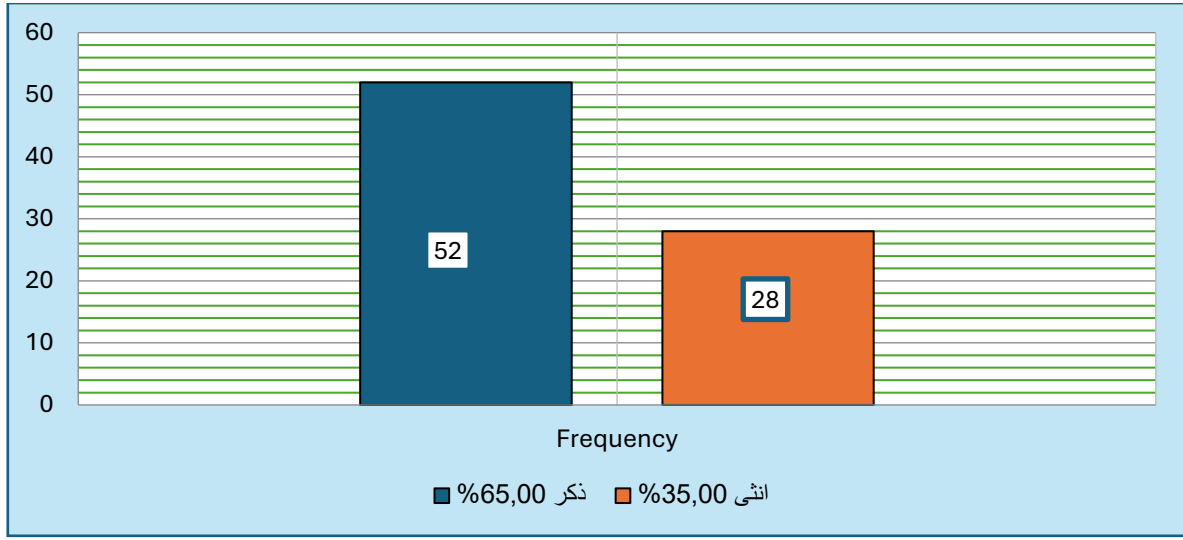
النسبة %	التكرار		
65,0	52	ذكر	الجنس
35,0	28	أنثى	
100,0	80	Total	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن عينة الدراسة المكونة من 80 موظفًا من وكالات البنوك بولاية المسيلة، تشير البيانات إلى أن هناك تفاوتًا في توزيع أفراد العينة حسب الجنس، حيث يشكل الذكور النسبة الأكبر بنسبة 65% (52 فردًا)، بينما تمثل الإناث 35% (28 فردًا).

الشكل رقم (10): يبين تمثيل بياني لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج Excel 2010.

1-2/ بالنسبة لمتغير سنوات عمر المستجوبين

جدول رقم (12): يبين توزيع أفراد العينة حسب العمر

النسبة %	التكرار	العمر
10,0	8	أقل من 30 سنة
57,5	46	من 30 إلى 40 سنة
26,3	21	من 41 إلى 50 سنة
6,3	5	أكثر من 50 سنة
100,0	80	Total

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

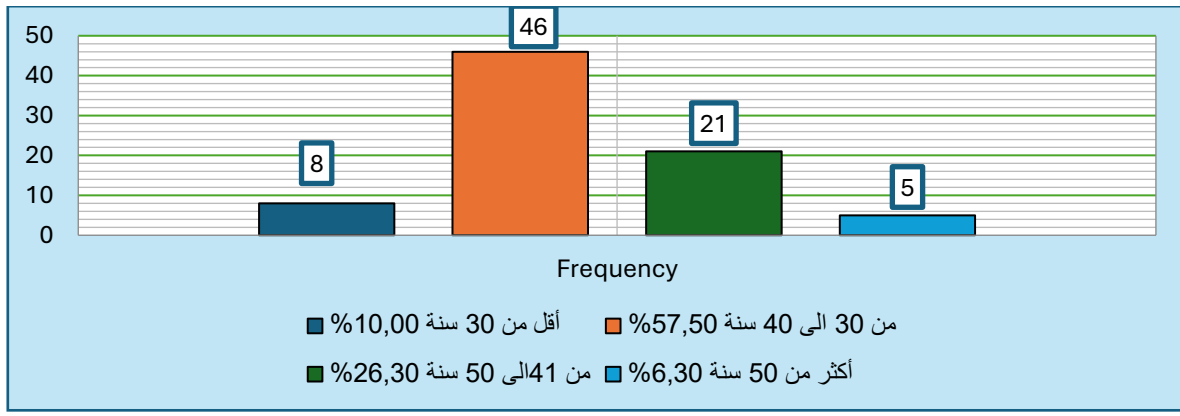
من خلال الجدول أعلاه يتضح أن توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية يتركز بشكل أساسي في الفئة العمرية من 30 إلى 40 سنة، حيث تمثل هذه الفئة النسبة الأكبر بـ 57.5% (46 فردًا)، تليها الفئة العمرية من

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

41 إلى 50 سنة بنسبة 26.3% (21 فرداً)، في المقابل تمثل الفئة العمرية الأصغر (أقل من 30 سنة) نسبة 10% (8 أفراد) فقط، بينما تشكل الفئة العمرية الأكبر (أكثر من 50 سنة) النسبة الأقل بـ 6.3% (5 أفراد).

يمكن استنتاج أن هذا التوزيع يعكس واقع قطاع البنوك في ولاية المسيلة، حيث يتركز معظم الموظفين في الفئات العمرية المتوسطة (30-50 سنة)، وقد يكون ذلك مرتبطاً بسياسات التوظيف والتقاعد المعمول بها في هذه البنوك. لذلك سنأخذ متغير هذا التوزيع في الاعتبار عند تحليل البيانات وتفسير النتائج.

الشكل رقم (11): يبين تمثيل بياني لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج Excel 2010.

1-3/ بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي:

جدول رقم (13): يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار		
11,3	9	ثانوي	المستوى التعليمي
58,8	47	جامعي	
22,5	18	دراسات عليا	
7,5	6	أخرى	
100,0	80	Total	

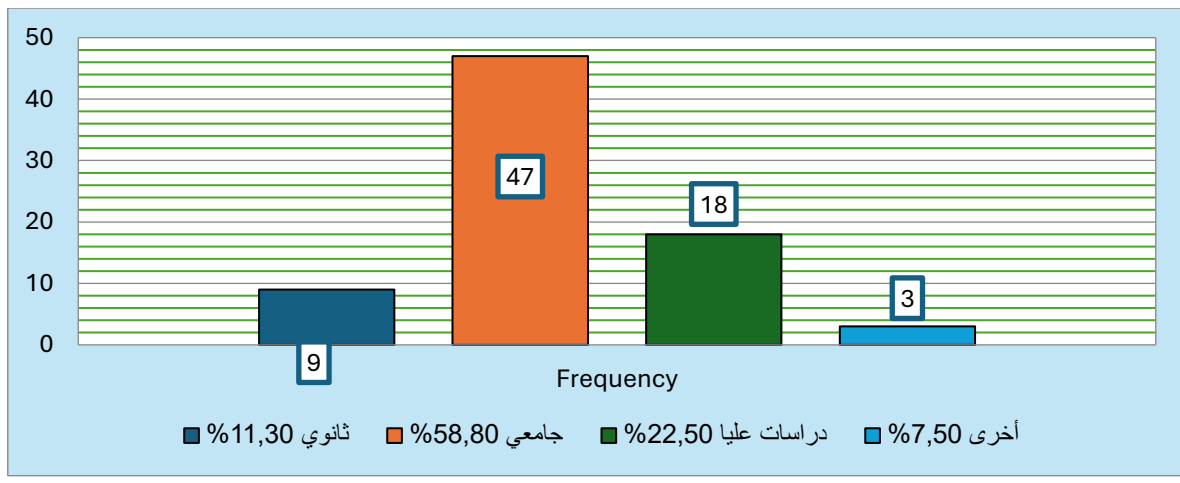
المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

من خلال الجدول، يمكن ملاحظة أن توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي يتركز بشكل رئيسي في فئتي المستوى الجامعي والدراسات العليا، حيث تشكل فئة الحاصلين على شهادة جامعية النسبة الأكبر بـ 58.8% (47 فرداً)، تليها فئة الحاصلين على دراسات عليا بنسبة 22.5% (18 فرداً)، في المقابل تمثل فئة المستوى الثانوي نسبة 11.3% (9 أفراد) فقط، بينما تشكل الفئة الأخرى (غير محددة) النسبة الأقل بـ 7.5% (6 أفراد).

يمكن استنتاج أن هذا التوزيع يعكس متطلبات التوظيف في قطاع البنوك، حيث يُفضل توظيف الأفراد من حملة الشهادات الجامعية والدراسات العليا لشغل معظم الوظائف. وقد يرتبط ذلك أيضاً بالحاجة إلى مستويات عالية من التأهيل والمعرفة لتقديم خدمات بنكية متميزة.

الشكل رقم (12): يبين تمثيل بياني لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج Excel 2010.

4-1/ بالنسبة لمتغير الخبرة المهنية

جدول رقم (14): يبين توزيع افراد العينة حسب الخبرة المهنية

النسبة %	التكرار	الخبرة المهنية
18,8	15	أقل من 05 سنوات
41,3	33	من 05 إلى 10 سنوات
18,8	15	من 11 إلى 15 سنة
21,3	17	أكثر من 15 سنة

100,0	80	Total	
-------	----	-------	--

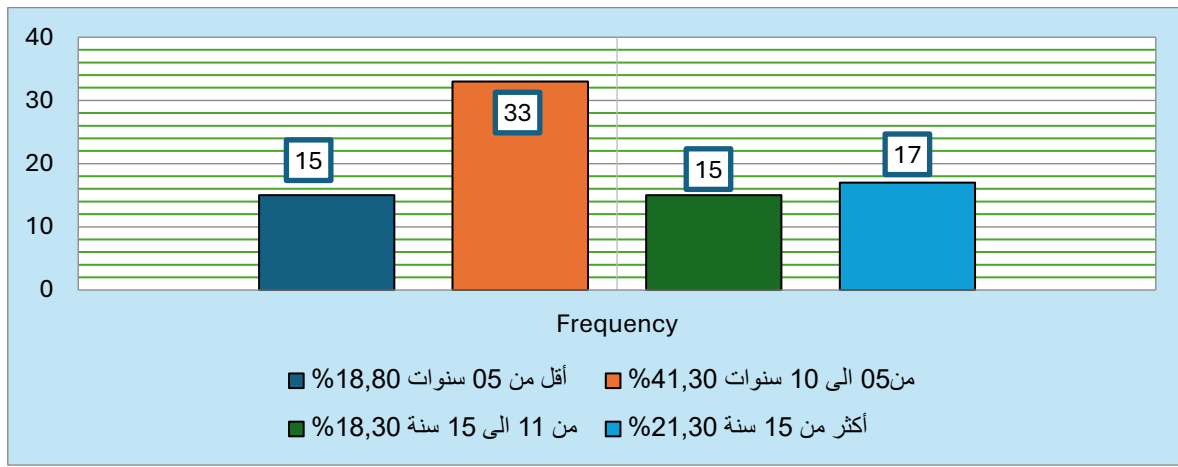
المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

من خلال الجدول المقدم، يتضح أن توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية يتركز بشكل رئيسي في فئتي "من 5 إلى 10 سنوات" و"أكثر من 15 سنة"، حيث تمثل فئة "من 5 إلى 10 سنوات" النسبة الأكبر بـ 41.3% (33 فرداً)، تليها فئة "أكثر من 15 سنة" بنسبة 21.3% (17 فرداً) في المقابل، تشكل كل من فئتي "أقل من 5 سنوات" ومن 11 إلى 15 سنة" نسبة متساوية بـ 18.8% (15 فرداً لكل فئة).

يمكن استنتاج أن هذا التوزيع يعكس تنوع الخبرات المهنية للموظفين العاملين في قطاع البنوك بولاية المسيلة، حيث يتوفر مزيج من الموظفين ذوي الخبرة المتوسطة (5-10 سنوات) والخبرة الطويلة (أكثر من 15 سنة)، إلى جانب بعض الموظفين حديثي التوظيف (أقل من 5 سنوات).

يعد هذا التنوع في الخبرات المهنية مهماً للغاية في دراسة دور الابتكار في تحسين خدمات البنوك، حيث قد تختلف وجهات النظر واهتمامات وخبرات الموظفين باختلاف سنوات خبرتهم المهنية.

الشكل رقم (13): يبين تمثيل بياني لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel 2010.

جدول رقم (15): يبين توزيع افراد العينة حسب الصفة الوظيفية

النسبة %	التكرار		
5,0	4	مدير	الصفة الوظيفية
10,0	8	رئيس مصلحة	
8,8	7	رئيس قسم	
76,3	61	اداري	
100,0	80	Total	

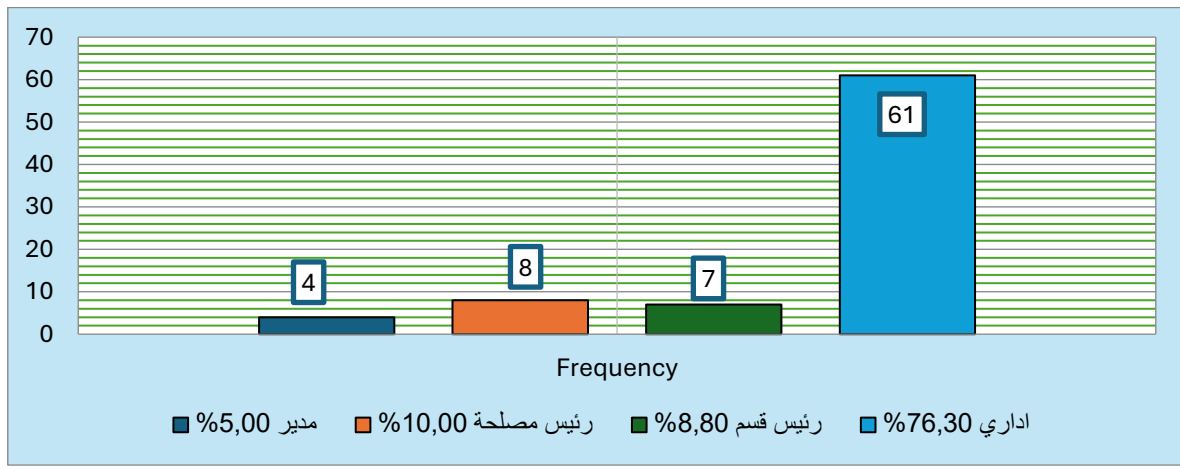
المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

من خلال الجدول المقدم، يتضح أن توزيع أفراد العينة حسب الصفة الوظيفية يتركز بشكل كبير في فئة "الإداريين" حيث تمثل هذه الفئة النسبة الأكبر بـ 76.3% (61 فرداً).

تليها فئة "رئيس مصلحة" بنسبة 10% (8 أفراد)، ثم فئة "رئيس قسم" بنسبة 8.8% (7 أفراد)، بينما تمثل فئة "مدير" النسبة الأقل بـ 5% (4 أفراد فقط).

يمكن استنتاج أن هذا التوزيع يعكس الهيكل التنظيمي والوظيفي المعتاد في قطاع البنوك، حيث يشكل الموظفون الإداريون النسبة الأكبر من القوى العاملة، بينما تقل نسبة المناصب الإشرافية والإدارية العليا.

الشكل رقم (14): يبين تمثيل بياني لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الصفة الوظيفية



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج Excel 2010.

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

بناءً على تحليل توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الديمغرافية والوظيفية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، والخبرة المهنية)، يمكن استنتاج أن هذه المتغيرات لها أهمية كبيرة في دراسة دور الابتكار في تحسين خدمات البنوك، وذلك لعدة أسباب:

- تعدد وجهات النظر وإهتمامات الموظفين: تنوع خصائص العينة من حيث الجنس، العمر، المستوى التعليمي، والخبرة المهنية، يعكس تعددًا في وجهات النظر وإهتمامات الموظفين إتجاه موضوع الابتكار وتطوير الخدمات البنكية، وهذا التنوع يمكن أن يساهم في إثراء النتائج والتوصيات الخاصة بالدراسة.

- اختلاف الخبرات والمهارات: تختلف خبرات ومهارات الموظفين باختلاف خصائصهم الديمغرافية والوظيفية، مما قد يؤثر على كيفية تصورهم لدور الابتكار في تحسين الخدمات البنكية ومدى قدرتهم على تقديم مقترحات وحلول ابتكارية.

- تمثيل واقع قطاع البنوك: يعكس توزيع أفراد العينة حسب هذه المتغيرات الواقع العام للفئة العاملة في قطاع البنوك بولاية المسيلة، مما يجعل النتائج والتوصيات أكثر واقعية وقابلية للتطبيق.

- فهم العوامل المؤثرة على الابتكار: من خلال دراسة هذه المتغيرات، يمكن فهم العوامل الديمغرافية والوظيفية التي قد تؤثر على مستوى الابتكار والاستعداد لتبني الممارسات الابتكارية في البنوك، مما يساعد على وضع استراتيجيات وسياسات ملائمة لتعزيز الابتكار.

- أهمية متغير الصفة الوظيفية في دراسة دور الابتكار في تحسين خدمات البنوك تكمن في احتمال اختلاف وجهات النظر وإهتمامات الموظفين إتجاه الابتكار باختلاف مهامهم ومسؤولياتهم الوظيفية، ومستوى صنع القرار والخبرة المتخصصة لديهم، مما يستلزم أخذ هذا المتغير في الحسبان لفهم أفضل للاختلافات وتقديم توصيات ملائمة لتعزيز الابتكار في البنوك.

المطلب الثاني: عرض وتحليل بيانات المستجوبين نحو متغيرات الدراسة

يهدف هذا المطلب إلى عرض وتحليل البيانات المتعلقة بآراء وإتجاهات المستجوبين نحو المتغيرات التي تناولتها الدراسة، حيث سيتم من خلاله تحديد مدى موافقة المستجوبين على عبارات الاستبيان، ومدى أهمية كل متغير بالنسبة لهم. ولتحقيق ذلك، سيتم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي مثل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لتحليل البيانات. كما سيتم مناقشة النتائج وتدوين الملاحظات الهامة المستخلصة من إجابات المستجوبين حول مستوى توفر وتطبيق المتغيرات المدروسة في الواقع العملي.

2-1/ بالنسبة للمتغير المستقل المتعلق بقياس مستويات الابتكار في البنوك قيد الدراسة في ولاية

المسيلة

يحتوي هذا الجزء على وصف وتقييم درجات الموافقة من خلال معرفة آراء وإتجاهات أفراد العينة نحو إجاباتهم على عبارات المحور 02 من الاستبيان (الابتكار) وفيما يلي عرض للنتائج المتحصل عليها وفق الجدول التالي:

جدول رقم (16): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات المحور 02

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	الترتيب	الإتجاه العام
09	يقوم البنك باستخدام برامج متطورة تمنع قرصنة حسابات الزبائن	4,56	0,613	91,25	01	موافقة عالية جدا
06	يعمل البنك على تبسيط العمليات الصعبة للعملاء	4,36	0,661	87,25	02	موافقة عالية جدا
03	يسعى البنك إلى تقديم بما هو مختلف عن المنافسين	4,23	0,711	84,50	03	موافقة عالية جدا
08	يسعى البنك باستمرار لاحتضان أفكار حديثة من المحيط الخارجي	4,09	0,889	81,75	04	موافقة عالية
02	يقوم البنك بإنشاء حصة سوقية من خلال الاستجابة المتفردة للعملاء	3,81	0,731	76,25	05	موافقة عالية
04	يمكن للبنك الكشف عن الرؤية الابداعية لرغبات الزبائن عبر تطبيق معين	3,75	1,000	75,00	06	موافقة عالية
10	يقوم البنك باقتناص الفرص المتاحة أمامه وفق استراتيجية تحليل السوق	3,74	1,111	74,75	07	موافقة عالية
01	يعمل البنك بشكل كبير على التجربة والاكتشاف	3,68	1,041	73,50	08	موافقة عالية
07	يعمل البنك على إيجاد سوق جديدة للأصول البنكية الجديدة	3,65	1,069	73,00	09	موافقة عالية

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

05	يضم البنك مصلحة للبحث والتطوير لاكتشاف خدمات جديدة	3,64	1,046	72,75	10	موافقة عالية
	الدرجة الكلية	3,950 00	0,4133 84	79,00		بدرجة عالية
الوزن النسبي للمتوسط الحسابي (%) = (المتوسط الحسابي * 100) / 5						

المصدر: مخرجات برنامج SPSS. V 28

بناءً على البيانات الواردة في الجدول، يمكن استخلاص النتائج التالية حول آراء واتجاهات أفراد العينة نحو عبارات المحور 02 من الاستبيان المتعلق بقياس مستويات الابتكار بالبنوك قيد الدراسة الميدانية:

- نلاحظ أن المتوسط الحسابي لعبارات المحور يتراوح بين 3.64 و 4.56، مما يشير إلى أن معظم العبارات تحظى بمستوى عالٍ من الموافقة.

- الانحراف المعياري يتراوح بين 0.613 و 1.111 مما يدل على تجانس نسبي في الآراء حول العبارات. الشكل التالي يبين أهمية وترتيب جميع عبارات المحور حسب درجة موافقتهم عليها كما يلي:

-تحليل العبارة 09: [يقوم البنك باستخدام برامج متطورة تمنع قرصنة حسابات الزبائن]، حصلت هذه العبارة على أعلى متوسط حسابي بين العبارات (4.56) وأقل انحراف معياري (0.613)، مما يشير إلى توافق كبير بين أفراد العينة حول أهمية استخدام البنوك لبرامج متطورة لمنع قرصنة حسابات الزبائن.

الإستنتاج: يشير الاتفاق الكبير على هذه العبارة إلى أن البنوك قيد الدراسة في ولاية المسيلة تولي اهتماماً كبيراً للأمان الإلكتروني كجزء من استراتيجياتها الابتكارية، هذا التوجه يعكس إدراك البنوك لأهمية حماية معلومات العملاء وتعزيز الثقة في الخدمات البنكية الرقمية.

-تحليل العبارة 06: [يعمل البنك على تبسيط العمليات الصعبة للعملاء]، حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي مرتفع (4.36) وانحراف معياري منخفض نسبياً (0.661)، مما يشير إلى أن هناك توافق كبير بين أفراد العينة حول جهود البنوك في تبسيط العمليات الصعبة للعملاء.

الإستنتاج: يبين التوافق الكبير على هذه العبارة أن البنوك قيد الدراسة في ولاية المسيلة تدرك أهمية تبسيط العمليات لتعزيز رضا العملاء وتحسين تجربتهم، حيث أن تحسين تجربة العملاء من خلال تبسيط العمليات هو جزء مهم من الابتكار البنكي. وهذا يعكس التوجه نحو تقديم خدمات بنكية أكثر سلاسة وسهولة لزيادة رضا العملاء وجذب عملاء جدد.

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

-تحليل العبارة 03: [يسعى البنك إلى تقديم بما هو مختلف عن المنافسين]، حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي (4.23) وانحراف معياري (0.711)، مما يشير إلى توافق كبير بين أفراد العينة حول سعي البنك لتقديم ما هو مختلف عن المنافسين.

الإستنتاج: يظهر التوافق الكبير على هذه العبارة أن البنوك قيد الدراسة تحرص على تقديم عروض مميزة تميزها عن منافسيها، مما يعزز جاذبيتها للعملاء الحاليين والجدد، حيث أن الابتكار في تقديم منتجات وخدمات جديدة تُعتبر جزءاً أساسياً من استراتيجية البنوك للتميز في السوق.

-تحليل العبارة 08: [يسعى البنك باستمرار لاحتضان أفكار حديثة من المحيط الخارجي]، حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي (4.09) وانحراف معياري أعلى نسبياً (0.889)، مما يشير إلى توافق عالٍ بين أفراد العينة حول سعي البنك لاحتضان الأفكار الحديثة من المحيط الخارجي.

استنتاج: يعكس توافق عالٍ على هذه العبارة أن هناك توجهاً إيجابياً لدى البنوك نحو الانفتاح على الأفكار الخارجية، حيث هناك إقرار بأهمية الإنفتاح على الأفكار الجديدة كجزء من عملية الابتكار.

-تحليل العبارة 05: [يضم البنك مصلحة للبحث والتطوير لاكتشاف خدمات جديدة]، حصلت هذه العبارة على أقل متوسط حسابي بين عبارات المحور (3.64) وانحراف معياري (1.046) مرتفع جداً، مما يشير إلى توافق أقل بين أفراد العينة حول أهمية وجود مصلحة للبحث والتطوير في البنك. هذا يشير إلى أن هناك تفاوتاً في الآراء حول فعالية أو وجود هذه المصلحة، مما يعكس وجود تحديات أو نقص في الجهود المبذولة في هذا المجال.

الإستنتاج: يعكس الإنخفاض النسبي في التوافق حول هذه العبارة أن البنوك قيد الدراسة في ولاية المسيلة قد تحتاج إلى تعزيز أنشطة البحث والتطوير لتكون أكثر فعالية في اكتشاف خدمات جديدة. حيث ينبغي على البنوك الاستثمار في البحث والتطوير لاكتشاف خدمات جديدة تلبي احتياجات السوق وتساهم في تحقيق نمو مستدام.

بشكل عام نجد أن معظم العبارات تشير إلى أن البنوك قيد الدراسة في ولاية المسيلة تولي اهتماماً كبيراً للابتكار في مختلف جوانب خدماتها. يظهر التركيز على الأمان الإلكتروني، تبسيط العمليات، تقديم خدمات مميزة، واحتضان الأفكار الحديثة، هذه الجهود تعزز من تنافسية البنوك وتساهم في تحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم.

الإتجاه العام لإجابات أفراد العينة على عبارات محور الابتكار ككل كان بدرجة عالية، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي 3.95 من 5 بأهمية نسبية 79%. هذا يعني أن آراء الموظفين المستجوبين كانت إيجابية بشكل عام إتجاه مستويات الابتكار المطبقة في البنوك قيد الدراسة الميدانية.

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

لذلك، يمكن القول أن هذه النتيجة الإيجابية تشير إلى أن البنوك قيد الدراسة تولي اهتماماً كبيراً للابتكار وتسعى إلى تعزيز الممارسات الابتكارية في مختلف جوانب عملياتها، وهو ما يتماشى مع أهداف الدراسة الرامية إلى تحديد دور الابتكار في تحسين خدمات البنوك.

2-2/ بالنسبة للمتغير التابع المتعلق بقياس مستوى خدمات البنوك قيد الدراسة في ولاية المسيلة

يحتوي هذا الجزء على وصف وتقييم درجات الموافقة من خلال معرفة آراء واتجاهات أفراد العينة نحو إجاباتهم على عبارات المحور 03 من الاستبيان والمتضمن 15 عبارة من 11 إلى 25 عبارة وهي موزعة على 03 أبعاد (البعد الأول: التواصل والتعامل البشري، البعد الثاني: جودة الخدمة، البعد الثالث: التطوير المستمر) وفيما يلي عرض للنتائج المتحصل عليها وفق الجدول التالي:

جدول رقم (17): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات المحور 03 من الاستبيان: خدمات البنوك

الرمز	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	الاتجاه العام
.11	يستقبل موظفو البنك العملاء بشكل إيجابي ويوجهونهم	4,38	0,624	87,60	موافقة عالية جدا
.12	يفضل البنك التعامل مع العنصر البشري وتطويره	4,17	0,742	83,40	موافقة عالية
.13	يخاطب البنك عملائه باللغة التي يفهمونها	4,31	0,587	86,20	موافقة عالية جدا
.14	يراعي بنك مهارة الموظفين في فهم استفسارات العملاء	4,21	0,791	84,20	موافقة عالية جدا
.15	يسعى البنك لدراسة شكاوى العملاء محاولا إيجاد حلول لها	4,3	0,77	86,00	موافقة عالية جدا
X01	البعد الأول: التواصل والتعامل البشري	4,275	0,3797 0	85,50	بدرجة عالية
.16	نادرا ما يرتكب موظفي البنك أخطاء أثناء تقديمهم لخدمات الزبائن	3,68	0,883	73,60	موافقة عالية

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

17.	يمتلك موظفو البنك الخبرات والمهارات اللازمة للقيام بأعمالهم	4,3	0,624	86,00	موافقة عالية جدا
18.	يتوفر لدى البنك أنظمة توثيق وسجلات دقيقة	4,46	0,615	89,20	موافقة عالية جدا
19.	يتميز البنك بسرعة استجابة الموظفين	3,96	0,863	79,20	موافقة عالية
20.	يتيح البنك للزبون التعرف على الخدمة قبل اقتنائها	4,19	0,765	83,80	موافقة عالية
X0 2	البعد الثاني: جودة الخدمة	4,1175	0,3827 8	82,35	بدرجة عالية
21.	يسعى البنك إلى تقديم مجموعة من الخدمات الجديدة عبر شبكة الأنترنت	4,13	0,986	82,60	موافقة عالية
22.	يوفر البنك للزبون تشكيلة من البطاقات، بطاقة البنك الالي، بطاقة الفيزا	4,63	0,487	92,60	موافقة عالية جدا
23.	يقدم البنك لعملائه خدمات عن بعد باستخدام الهاتف	3,91	0,983	78,20	موافقة عالية
24.	يعتمد البنك على تقنية الدفع بواسطة رمز QR	2,39	0,819	47,80	موافقة ضعيفة
25.	يعتبر البنك الصيرفة الإسلامية جزءا أساسيا من رؤيته لتقديم خدمات مالية شرعية لعملائه	4,4	0,668	88,00	موافقة عالية جدا
X0 3	البعد الثالث: التطوير المستمر	3,89	0,4532 8	77,80	بدرجة عالية
X	المحور 03: ككل	4,0941	0,2807 8	81,88	بدرجة عالية

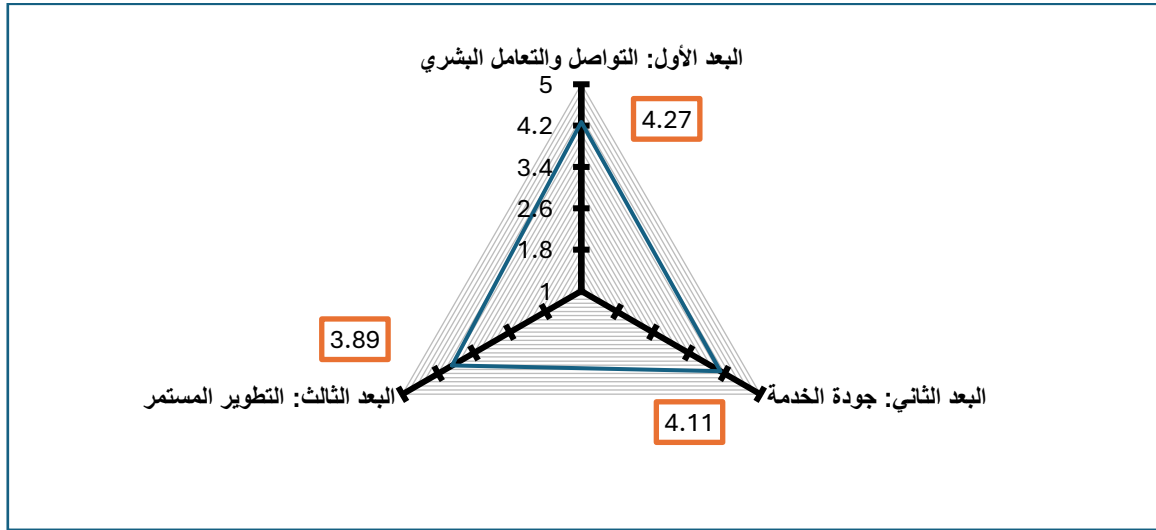
المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS. V28

بناءً على البيانات الواردة في الجدول، يمكن استخلاص النتائج التالية حول آراء واتجاهات أفراد العينة نحو عبارات المحور 03 من الاستبيان المتعلق بقياس مستوى تحسين خدمات البنوك قيد الدراسة في ولاية المسيلة:

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

ترتيب وأهمية تطبيق أبعاد خدمات البنوك حسب وجهة نظر افراد عينة الدراسة كما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل رقم(15) : رسم بياني لترتيب أهمية وتطبيق أبعاد خدمات البنوك قيد الدراسة في ولاية المسيلة



المصدر: برنامج Excel 2010.

أ/ بالنسبة للبعد الأول: التواصل والتعامل البشري

حصل البعد الأول على أعلى متوسط حسابي قدره 4.275 من بين أبعاد المحور وانحراف معياري 0.379707، مما يشير إلى درجة عالية من تقييم المستجوبين للبعد ونسبة 85.50%، هذا يعكس توافقاً كبيراً بين أفراد العينة حول جودة التواصل والتعامل البشري في البنوك قيد الدراسة في ولاية المسيلة. حيث أن العبارات المتعلقة بهذا البعد أبرزت اهتمام البنوك بتوفير استقبال إيجابي للعملاء وتوجيههم بشكل فعال، إضافة إلى مخاطبتهم بلغة يفهمونها، هذه النتائج تشير إلى أن البنوك تضع اهتماماً كبيراً لتقديم خدمة عملاء متميزة تعزز من رضا العملاء وثقتهم في الخدمات المقدمة.

بشكل عام، يمكن القول إن جودة التواصل والتعامل البشري في البنوك قيد الدراسة في ولاية المسيلة هي بدرجة عالية، مما يعكس إرتفاع مستوى جودة الخدمة المقدمة من البنوك. وهو ما يساهم في تعزيز رضا العملاء وبناء ثقتهم في البنك.

ب/ بالنسبة للبعد الثاني: جودة الخدمة

فقد حصل هذا البعد على ثاني أعلى متوسط حسابي من بين أبعاد المحور وهو 4.1175، والانحراف المعياري هو 0.382786 مما يشير إلى درجة عالية من تقييم المستجوبين لجودة الخدمة المقدمة من البنوك في ولاية المسيلة، بنسبة تصل إلى 82.35%، حيث يظهر تقييم العبارات في هذا البعد أن موظفي البنوك يتمتعون

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

بالخبرة والمهارات اللازمة للقيام بأعمالهم بكفاءة، كما يتميز البنك بأنظمة توثيق وسجلات دقيقة تعزز من جودة الخدمة، بالإضافة إلى ذلك يعكس إستجابة الموظفين بسرعة لاحتياجات العملاء وتوفير الفرصة لهم للتعرف على الخدمة قبل إقتنائها، مما يعزز من رضا العملاء ويساهم في بناء ثقتهم في البنك وخدماته المقدمة.

بشكل عام، يمكن القول إن جودة الخدمة المقدمة من البنوك في ولاية المسيلة هي بدرجة عالية. مما يعكس ارتفاع مستوى الإهتمام والتفاني في تلبية إحتياجات العملاء وتحسين تجربتهم.

ج/ بالنسبة للبعد الثالث: التطوير المستمر

حقق متوسط حسابي قدره 3.89 وانحراف معياري 0.453286، مما يدل على تقييم عالي وبنسبة 77.80%. هذا التقييم يعكس إهتمام البنوك في ولاية المسيلة بالتطوير المستمر لخدماتها وتحسينها، ومع ذلك يبدو أن هناك بعض المجالات التي تحتاج إلى تحسين مثل إستخدام تقنية الدفع بواسطة رمز QR التي حصلت على تقييم ضعيف بنسبة 47.80%. ومع ذلك يعكس تقييم البعد الثالث بشكل عام إلتزام البنوك بتقديم خدمات متطورة ومحدثة تلبي إحتياجات العملاء بشكل فعال ومستمر وأن هناك حاجة لتعزيز إعتناء التكنولوجيا الحديثة مثل الدفع بواسطة رمز QR لتحسين الخدمات وتلبية إحتياجات العملاء بشكل أفضل.

بشكل عام، يمكن القول إن مستوى التطوير المستمر في البنوك في ولاية المسيلة هي بدرجة عالية. هذا يعكس ارتفاع مستوى الإهتمام والتفاني في تلبية إحتياجات العملاء وتحسين تجربتهم.

الخلاصة العامة لتطبيق المتغيرين في البنوك قيد الدراسة في ولاية المسيلة

بناءً على التحليل الوصفي لآراء وإتجاهات الموظفين المستجوبين في هذه الدراسة، يمكن التوصل إلى خلاصة عامة بشأن تطبيق المتغيرين في البنوك:

-بالنسبة للابتكار (كمتغير مستقل): أظهر التحليل الوصفي لآراء وإتجاهات الموظفين المستجوبين أن البنوك في ولاية المسيلة تولي إهتمامًا كبيرًا للابتكار في خدماتها، حيث هناك إستخدام برامج متطورة لمنع قرصنة حسابات الزبائن وتبسيط العمليات الصعبة والسعي لتقديم خدمات مختلفة عن المنافسين واستمرارية إحتضان أفكار حديثة.

-بالنسبة لخدمات البنوك (كمتغير تابع): أظهر التحليل الوصفي لآراء وإتجاهات الموظفين المستجوبين أن جودة خدمات البنوك في ولاية المسيلة تعتبر عالية، حيث هناك إستقبال إيجابي للعملاء وتوجيههم بشكل فعال، وتوفير خبرات ومهارات للموظفين، وتوفير أنظمة توثيق دقيقة، وسرعة إستجابة الموظفين، وتيسير تعرف العملاء على الخدمة قبل إقتنائها مع الحاجة لتعزيز إعتناء التكنولوجيا الحديثة بشكل أكثر.

بشكل عام:

- توضح الدراسة أن الابتكار وتحسين خدمات البنوك يُعتبران متغيرين مهمين ومتراطين في تحسين تجربة العملاء ورفع مستوى الرضا والثقة بهم في الخدمات المقدمة.

- بناءً على نتائج تحليل آراء واتجاهات أفراد العينة، سنقوم في المطلب الموالي باختبار الفرضيات المتعلقة بالعلاقة بين المتغيرين، وذلك من أجل إكتشاف ما إذا كان هناك ارتباط أو تأثير لمستويات الابتكار على تحسين خدمات البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.

فبعد التحليل الوصفي لكل متغير على حدى، يأتي دور دراسة العلاقة والتأثير بينهما باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، وذلك لتحديد:

- ✓ وجود ارتباط وقوته واتجاهه (موجب أم سالب، قوي أم ضعيف) بين الابتكار والخدمات البنوك؛
- ✓ تأثير الابتكار (المتغير المستقل) على خدمات البنوك (المتغير التابع)، وما إذا كان التأثير إيجابياً أم سلبياً، وقيمة هذا التأثير؛
- ✓ معرفة مقدار التغير في تحسين خدمات البنوك نتيجة التغير في زيادة الابتكار بمقدار وحدة واحدة؛
- ✓ تساعد هذه النتائج على فهم طبيعة العلاقة بين المتغيرين، ومدى مساهمة الابتكار في تعزيز أو تحسين خدمات البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.

المطلب الثالث: إختبار فرضيات الدراسة

تتمحور فرضيات الدراسة في الكشف عن مدى وجود علاقة ارتباطية بين المتغير المستقل والمتغير التابع وأبعاده أي بين المتغير المستقل المتمثل في الابتكار والمتغير التابع المتمثل في الخدمات البنوك والذي يتكون من 03 أبعاد (التواصل والتعامل البشري، وجودة الخدمة، والتطوير المستمر).

وستتم دراسة ذلك من خلال إستخدامنا لنموذج الانحدار الخطي البسيط حيث يمكننا من إستكشاف وتحديد مدى وجود علاقة ارتباطية بين المتغيرين وكذلك عن مدى تأثير ومساهمة المتغير المستقل في التغيرات التي تحدث في المتغير التابع وهذا من خلال التحليل الإحصائي لمخرجات الانحدار الخطي والمتمثلة في المؤشرات الإحصائية التالية (R: معامل الارتباط، R^2 : معامل التفسير، B: معامل الانحدار للمتغير المستقل، (F-test) لفحص معنوية النموذج (نموذج الانحدار)) وتقع قيمة R^2 بين : $0 \leq R^2 \leq 1$ فكلما إقتربت قيمته من 1 دل ذلك على أهمية المتغير المستقل ودوره ومساهمته في التغيرات التي تحدث في تحسين مستويات المتغير التابع.

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

ولتحديد مدى قبول أو رفض الفرضيات الدراسية وتحديد الدلالة الإحصائية لنتائج المستجوبين، يتعين علينا أولاً إعادة صياغة فرضيات البحث بشكل إحصائي (أي تحويل فرضية البحث إلى فرضية إحصائية عند مستوى دلالة معين يختاره الباحث)، وتتمثل هذه الفرضيات في: فرضية صفرية (العدم) وفرضية بديلة، إضافة إلى تحديد مستوى الدلالة، وهو عادةً ما يكون 0.05، ولاتخاذ القرار بقبول أو رفض الفرضية، يجب النظر إلى قيمة الاختبار الإحصائي (F-test) وقيمة SIG لإختبار (F) في مخرجات وجداول نموذج الانحدار الخطي البسيط حيث:

القرار	نقبل الفرضية الاحصائية الصفرية (H_0)	إذا كانت قيمة مستوى المعنوية Sig، المقابلة للاختبار
	يقابله قرار رفض الفرضية الإحصائية البديلة (H_1)	الإحصائي (F-test) أكبر من المستوى الدلالة (0.05)
القرار	نرفض الفرضية الاحصائية الصفرية (H_0)	إذا كانت قيمة مستوى المعنوية (Significant Sig) المقابلة
	يقابله قرار قبول الفرضية الإحصائية البديلة (H_1)	للاختبار الإحصائي (F-test) أقل من المستوى الدلالة (0.05)

3-1/ اختبار الفرضية الرئيسية

- نص الفرضية: يوجد دور للابتكار في تحسين الخدمة البنكية في البنوك محل الدراسة.

بما أنه يتم إختبار فرضية البحث عند مستوى دلالة 0.05 المختار من طرفنا فإنه من الضروري إعادة صياغتها إلى فرضيات إحصائية: فرضية صفرية (العدم) وفرضية بديلة كما يلي:

- نص الفرضيات الإحصائية:

- الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة إرتباطية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05)

بين الابتكار وتحسين خدمات البنوك في البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.

- الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة إرتباطية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين

الابتكار وتحسين خدمات البنوك في البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.

صياغة نموذج الإنحدار الخطي البسيط للفرضية: من أجل دراسة العلاقة بين المتغير المستقل (المؤثر)

والتابع (المُتأثر) نعتمد على المعادلة التالية:

$$y = B_0 + B_1(x_1) + \varepsilon_i$$

الابتكار = $b_1 + b_0$ (الخدمة البنكية) حيث b_0 : الثابت، b_1 : معامل الانحدار المتغير المستقل

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

والجدول التالي هو ملخص لجدول مخرجات تحليل الانحدار البسيط بالاستعانة ببرنامج SPSS وهي (ملخص نموذج الانحدار (r, R^2) ، تحليل التباين ANOVA، نتائج الدلالة الإحصائية لمعاملات الانحدار (b).... انظر ملحق مخرجات برنامج spss.

جدول رقم (18): نتائج إختبار الفرضية الرئيسية

معنوية التأثير لمعاملات الانحدار بين المتغيرين				معنوية العلاقة بين المتغيرين			
				معامل التفسير	معامل الارتباط	المعنوية الكلية لنموذج الانحدار ANOVA	
(SIG)	t	B	معاملات نموذج الانحدار	R ² R Square	r	(SIG)	
0.000	10.26	2.613	B ₀ الثابت				
0.000	5.849	0.375	B ₁ المتغير المستقل	0.305	0.552	0.000	34.215

المصدر: مخرجات برنامج SPSS. V 28

التعليق على الجدول: يتبن من جدول تحليل الانحدار البسيط ما يلي:

✓ قوة وإتجاه العلاقة الارتباطية بين المتغيرين (الابتكار وخدمات البنوك) ومن خلال معامل الارتباط بيرسون المذكور في الجدول أعلاه (r) : بلغ قيمة $r=0.552$ وهو موجب الإشارة يدل على وجود علاقة طردية متوسطة بين المتغيرين. بمعنى أنه كلما زاد الاهتمام بالابتكار من قبل البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة كلما ساهم ذلك بشكل كبير في تحسين خدمات البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.

✓ معنوية العلاقة الارتباطية بين المتغيرين (الابتكار وخدمات البنوك) إن دراسة قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرات، لا يدل على معنوية العلاقة بينها، بل يجب الإعتماد على الدلالة المعنوية للعلاقة بين المتغيرين.

وعليه نستنتج قرار اختبار الفرضية: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية بين الابتكار وخدمات البنوك في البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.

✓ معنوية العلاقة وقبول الفرضية يؤدي بنا إلى إكمال تفسير باقي المؤشرات الإحصائية لنموذج الإندار الخطي ($\text{sig}, T\text{-test}, B, R^2$) كما يلي:

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

- تفسير قيمة معامل التحديد (R^2): يقيس نسبة التباين في المتغير التابع التي يمكن تفسيرها من خلال

$$\text{المتغير المستقل في حالتنا هذه بلغت قيمة } (R^2) = 0.305$$

هذا يعني أن 30.50% من التباين "خدمات البنوك" يمكن تفسيرها من خلال "الابتكار".

فهذا يعني أن حوالي 30.50% من التغيرات في جودة خدمات البنوك يمكن أن يُفسر من خلال المبادرات المبتكرة التي تتبعها البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة. بمعنى آخر، الابتكار يساهم بنسبة 30.50% في شرح التغيرات التي تحدث في جودة الخدمات المقدمة من البنوك.

والنسبة المتبقية هي 69.50%، هذه النسبة تمثل التأثيرات الأخرى التي قد تؤثر على جودة خدمات البنوك والتي لم يتم تضمينها في الدراسة.

- تفسير قيمة التأثير (معامل الانحدار B): يظهر من الجدول أعلاه أن معامل الانحدار للمتغير المستقل (الابتكار) بلغ قيمة $B=0.375$ وهي قيمة ذات تأثير ايجابي وهي قيمة ذات دلالة احصائية حيث بفحص قيمة (T-test): من الجدول أعلاه نجد قيمة T المحسوبة بلغت ($T= 5.84$) وهي دالة احصائية حيث أن قيمة $\text{sig}=0.000$ المصاحبة لقيمة (T) هي أقل من مستوى الدلالة (0.05) ويمكن تفسير هذه القيمة (0.592) والدلالة الإحصائية لها كما يلي:

قيمة معامل الانحدار $B=0.375$ هي موجبة، مما يشير إلى وجود تأثير إيجابي للمتغير المستقل (الابتكار) على المتغير التابع (خدمات البنوك).

القيمة 0.375 معنوية وموجبة تعني أنه إذا زادت قيمة المتغير المستقل (الابتكار) بمقدار وحدة واحدة، فإن ذلك سيؤدي إلى زيادة قيمة المتغير التابع (خدمات البنوك) بمقدار 0.375 وحدة.

يمكن تفسير هذا بأن الابتكار يدفع البنوك إلى تطوير وتحسين الخدمات التي تقدمها، سواء من خلال تطوير تقنيات جديدة لتسهيل العمليات البنكية، أو إطلاق منتجات مالية جديدة تلبى احتياجات العملاء بشكل أفضل، أو حتى تبسيط العمليات الداخلية لتحسين كفاءة الخدمة. وبالتالي يمكن أن يؤدي الابتكار إلى تحسين الخدمة البنكية المقدمة للعملاء ورفع مستوى رضاهم عن الخدمات التي يحصلون عليها..

3-2/ اختبار الفرضيات الفرعية

تتمحور الفرضيات الفرعية في معرفة العلاقة الارتباطية بين المتغير المستقل (الابتكار) كلا على حدى على المتغير التابع (البعد الأول: التواصل والتعامل البشري. البعد الثاني: جودة الخدمة. البعد الثالث: التطوير المستمر) وعليه فإننا سندرس علاقة التأثير بينهما باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط والجدول التالي هو ملخص لجداول مخرجات تحليل الانحدار البسيط بالإستعانة ببرنامج SPSS وهي (ملخص نموذج الانحدار

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

($r.R^2$)، تحليل التباين ANOVA، نتائج الدلالة الإحصائية لمعاملات الانحدار (b) انظر ملحق مخرجات برنامج spss.

جدول رقم (19): نتائج اختبار الفرضيات الفرعية

المعنوية الجزئية لنموذج الانحدار (معنوية معامل الانحدار)			نتيجة الفرضية	المعنوية الكلية للنموذج (معنوية العلاقة بين المتغيرين)				المتغير التابع	المتغير التابع	
sig	t	B		R^2	r	(SIG)	قيمة F		الخدمات البنوك	
0.000	10.61	0.586	(H_1)	0.591	0.769	0.000	112.7	الخدمات البنوك	01	
0.000	7.63	0.480	(H_1)	0.428	0.654	0.000	58.36	الخدمات البنوك	02	
0.000	7.79	0.410	(H_1)	0.438	0.662	0.000	60.81	الخدمات البنوك	03	

توجد علاقة ارتباطية بين المتغيرين لأن قيمة **SIG** المصاحبة لقيمة (**F**) هي أقل من مستوى الدلالة (0.05)

المصدر: مخرجات برنامج SPSS. V 28

3-2-1/ اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

- نص الفرضية: يوجد دور للابتكار في تعزيز التواصل والتعامل البشري في البنوك محل الدراسة.
- بما أنه يتم إختبار فرضية البحث عند مستوى دلالة 0.05 المختار من طرفنا فإنه من الضروري إعادة صياغتها إلى فرضيات إحصائية فرضية صفرية (العدم) وفرضية بديلة كما يلي:
- نص الفرضيات الإحصائية:
- الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين الابتكار وتعزيز التواصل والتعامل البشري لدى البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.
- الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين الابتكار وتعزيز التواصل والتعامل البشري لدى البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.

من الجدول أعلاه نجد:

معنوية العلاقة الارتباطية بين المتغيرين يتبين من الجدول أعلاه أن قيمة F المحسوبة بلغت ($F_{cal}=112.7$) وأن قيمة $SIG=0.000$ المصاحبة لقيمة (F) هي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يشير إلى وجود علاقة تأثير دال إحصائياً بين المتغيرين وعليه نستنتج قرار إختبار الفرضية:

وعليه نستنتج قرار إختبار الفرضية: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين الابتكار وتعزيز التواصل والتعامل البشري لدى البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة

-معامل التحديد (R-squared): قيمة معامل التحديد لهذا البُعد هي **0.591**، مما يعني أن الابتكار يمكن أن يفسر **59.10%** من التباين في التواصل والتعامل البشري لدى البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.
-معامل الانحدار: قيمة معامل الانحدار (B) لهذا البُعد هي **0.586**، بقيمة اختبار t قدرها **10.61** وبمستوى دلالة **0.000** وهذا يشير إلى أن معامل الانحدار ذو دلالة إحصائية. وعليه أنه إذا قامت البنوك محل الدراسة بزيادة في مستويات (الابتكار) بمقدار وحدة واحدة، فإن ذلك سيؤدي إلى زيادة في التواصل والتعامل البشري في البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة بمقدار **0.586** وحدة.

وهي قيمة جيدة تدل على أن الابتكار يلعب دوراً مهماً في تحسين جودة التواصل والتعامل البشري في البنوك، حيث يمكن أن يساهم في تطوير أساليب الاتصال مع العملاء، وتحسين تجربتهم أثناء التفاعل مع البنك، وتقديم خدمات جديدة ومبتكرة تلبي احتياجاتهم بشكل أفضل. وبالتالي فإن زيادة مستويات الابتكار تعزز القدرة التنافسية للبنوك، وتعزز التفاعل الإيجابي بين الموظفين والعملاء، مما يؤدي في النهاية إلى تعزيز رضا العملاء وبناء علاقات قوية ومستدامة معهم.

3-2-2/ اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

-نص الفرضية: يوجد دور للابتكار في تحسين جودة الخدمة البنكية في البنوك محل الدراسة بما أنه يتم اختبار فرضية البحث عند مستوى الدلالة 0.05 المختار من طرفنا فإنه من الضروري إعادة صياغتها إلى فرضيات إحصائية، فرضية صفرية (العدم) وفرضية بديلة كما يلي:

- نص الفرضيات الإحصائية:

-الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين الابتكار وتحسين جودة الخدمة لدى البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

-الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين الابتكار وتحسين جودة الخدمة لدى البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.
من الجدول أعلاه نجد:

معنوية العلاقة الارتباطية بين المتغيرين يتبين من الجدول أعلاه: أن قيمة F المحسوبة بلغت ($F_{cal}=58.36$) وأن قيمة $SIG=0.000$ المصاحبة لقيمة (F) هي أقل من مستوى دلالة (0.05) وهذا يشير إلى وجود علاقة تأثير دال احصائياً بين المتغيرين وعليه نستنتج قرار اختبار الفرضية:

وعليه نستنتج قرار اختبار الفرضية: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين الابتكار وتحسين جودة الخدمة لدى البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.

- **معامل التحديد (R-squared):** قيمة معامل التحديد لهذا البعد هي **0.428**، مما يعني أن الابتكار يمكن أن يفسر **42.80%** من التباين في جودة الخدمة لدى البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.
- **معامل الانحدار:** قيمة معامل الانحدار (B) لهذا البعد هي **0.480**، بقيمة اختبار t قدرها **7.63** وبمستوى دلالة **0.000** وهذا يشير إلى أن معامل الانحدار ذو دلالة إحصائية وعليه أنه إذا قامت البنوك محل الدراسة بالزيادة في مستويات (الابتكار) بمقدار وحدة واحدة، فإن ذلك سيؤدي إلى الزيادة في جودة الخدمة في البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة بمقدار **0.480** وحدة.

وهي قيمة جيدة تدل على أن الابتكار يلعب دوراً حيوياً في تطوير وتحسين جودة الخدمة في البنوك من خلال الابتكار، تستطيع البنوك تقديم حلول مبتكرة وخدمات جديدة تلبي احتياجات وتطلعات العملاء بشكل فعال. بفضل الابتكار، يتم تبسيط العمليات وتحسين تجربة العملاء، ويتم توفير خدمات مالية متقدمة تساهم في تحقيق رضا العملاء وزيادة الثقة في البنك. وبالتالي فإن الابتكار يعتبر عاملاً أساسياً لرفع مستوى الجودة في خدمات البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة وتعزيز مكانتها في السوق المالية.

3-2-3 / اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

-**نص الفرضية:** يوجد دور للابتكار في التطوير المستمر للخدمة البنكية في البنوك محل الدراسة.

بما أنه يتم اختبار فرضية البحث عند مستوى دلالة 0.05 المختار من طرفنا فإنه من الضروري إعادة صياغتها إلى فرضيات إحصائية، فرضية صفرية (العدم) وفرضية بديلة كما يلي:

- نص الفرضيات الاحصائية:

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

- الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين الابتكار والتطوير المستمر للخدمة البنكية لدى البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.
- الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين الابتكار والتطوير المستمر للخدمة البنكية لدى البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.

من الجدول أعلاه نجد:

0.01 معنوية العلاقة الارتباطية بين المتغيرين يتبين من الجدول أعلاه: أن قيمة F المحسوبة بلغت ($F_{cal}=60.81$) وأن قيمة SIG=0.000 المصاحبة لقيمة (F) هي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يشير إلى وجود علاقة تأثير دال احصائيا بين المتغيرين وعليه نستنتج قرار اختبار الفرضية:

وعليه نستنتج قرار اختبار الفرضية: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين الابتكار والتطوير المستمر للخدمة البنكية لدى البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.

-معامل التحديد (R-squared): قيمة معامل التحديد لهذا البعد هي **0.438**، مما يعني أن الابتكار يمكن أن يفسر **43.80%** من التباين في التطوير المستمر للخدمة البنكية لدى البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة.

-معامل الانحدار: قيمة معامل الانحدار (B) لهذا البعد هي **0.410**، بقيمة اختبار t قدرها **7.79** وبمستوى دلالة **0.000** وهذا يشير إلى أن معامل الانحدار ذو دلالة إحصائية وعليه أنه إذا قامت البنوك محل الدراسة بالزيادة في مستويات (الابتكار) بمقدار وحدة واحدة، فإن ذلك سيؤدي إلى الزيادة في جودة الخدمة في البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة بمقدار **0.410** وحدة.

وهي قيمة جيدة تدل على أن الابتكار يلعب دوراً حيوياً في التطوير المستمر للخدمة البنكية لدى البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة. من خلال الابتكار تستطيع البنوك تطوير وتحسين الخدمات البنكية التي تقدمها للعملاء، سواءً عبر إطلاق منتجات وخدمات جديدة تلبي احتياجاتهم المتغيرة، أو عبر تحسين العمليات القائمة لتكون أكثر فعالية وسلاسة.

"على سبيل المثال، يمكن للبنوك استخدام الابتكار لتطوير خدمات الخدمة الذاتية عبر الإنترنت من خلال تطوير تطبيق مصرفي محسن يوفر واجهة مستخدم مبتكرة ومريحة، بالإضافة إلى إضافة ميزات جديدة مثل التعرف على الوجه لتسهيل عمليات التسجيل والتحقق من الهوية كما يمكن للبنوك تقديم خدمات بنكية رقمية مبتكرة مثل التحويلات المالية الفورية والدفع عبر الهاتف المحمول باستخدام تقنيات الدفع المتقدمة مثل الباركود أو التعرف على الصوت، هذه التطورات تساهم في تعزيز تجربة العميل وجعل الخدمات البنكية أكثر سهولة وفاعلية."

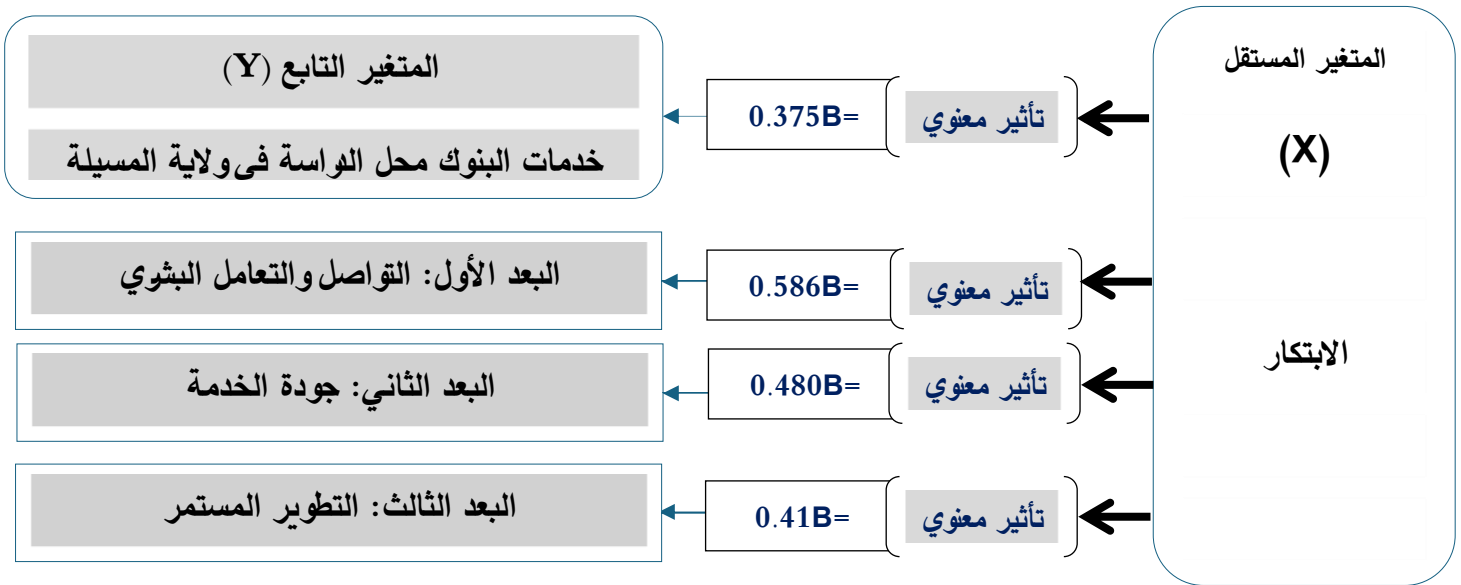
الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

بشكل عام بفضل الابتكار يمكن للبنوك تحسين تجربة العملاء، وزيادة رضاهم، وبالتالي تعزيز التفاعل الإيجابي مع الخدمات المصرفية وبناء علاقات دائمة ومستدامة مع العملاء.

3-3/ رسم النموذج الميداني للدراسة حسب بيانات المستجوبين

وفيما يلي النموذج الميداني لنتائج اختبار الفرضيات ودراسة العلاقات بين المتغيرات بالمؤسسة محل الدراسة والمطابق لبيانات العينة ووفق آرائهم كمايلي:

الشكل (16): النموذج الميداني للدراسة



المصدر: بالإعتماد على نتائج الدراسة

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل قمنا بإجراء دراسة ميدانية في مجموعة من وكالات البنوك بولاية المسيلة، من خلال إجراء استقصاء عينة من الموظفين العاملين بهذه البنوك بالاعتماد على الاستبيان، والذي قمنا بتوزيعه على 80 موظف وباستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة قمنا بتحليل بيانات المستجوبين وتقييم العلاقات بين متغيرات الدراسة واختبار الفرضيات وتوصلنا إلى جملة من النتائج الملخصة في الجدول التالي:

نص فرضيات البحث	(القبول/أو/الرفض)
أظهر التحليل الوصفي لآراء واتجاهات الموظفين المستجوبين أن البنوك في ولاية المسيلة تولي اهتمامًا كبيرًا للابتكار في خدماتها.	
أظهر التحليل الوصفي لآراء واتجاهات الموظفين المستجوبين أن جودة خدمات البنوك في ولاية المسيلة تعتبر عالية.	
الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين الابتكار وتحسين خدمات البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة	القبول
الفرضية الفرعية 01: توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين الابتكار وتعزيز التواصل والتعامل البشري لدى البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة	القبول
الفرضية الفرعية 02: توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين الابتكار وتحسين جودة الخدمة لدى البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة	القبول
الفرضية الفرعية 03: توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين الابتكار والتطوير المستمر للخدمة البنكية لدى البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة	القبول

الخاتمة:

هدفت هذه الدراسة إلى فهم دور الابتكار في تحسين جودة خدمات البنوك، وقد تم تحقيق هذا الهدف من خلال تبني منهجية بحثية شاملة وتحليلية بدأت الدراسة بتقديم إطار نظري لمفاهيم متغيرات الدراسة، مما أسهم في وضوح المفاهيم المستخدمة وتوجيه التحليل اللاحق.

تلتها المرحلة الميدانية من الدراسة عبر إجراء استطلاع على عينة من موظفي البنوك في ولاية المسيلة، حيث تم جمع البيانات وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة أسفرت هذه العملية على نتائج مهمة كشفت عن تفاصيل العلاقة بين المتغيرين المدروسين بناءً على النتائج سنقدم توصيات واقتراحات تهدف إلى تعزيز فهمنا وتحسين الممارسات في مجال الخدمات البنكية وفي الختام، سنقدم نظرة مستقبلية نسلط الضوء على التوجهات المحتملة للبحث والتطوير في هذا المجال الحيوي.

نتائج الدراسة الميدانية:

من خلال التحليل الوصفي لآراء المستجوبين توصلنا الى:

- أظهر التحليل الوصفي لآراء واتجاهات الموظفين المستجوبين أن البنوك في ولاية المسيلة تولي اهتمامًا كبيرًا للابتكار في خدماتها، حيث هناك استخدام برامج متطورة لمنع قرصنة حسابات الزبائن وتبسيط العمليات الصعبة والسعي لتقديم خدمات مختلفة عن المنافسين واستمرارية احتضان أفكار حديثة.
- أظهر التحليل الوصفي لآراء واتجاهات الموظفين المستجوبين أن جودة خدمات البنوك في ولاية المسيلة تعتبر عالية، حيث هناك استقبال إيجابي للعملاء وتوجيههم بشكل فعال، وتوفير خبرات ومهارات للموظفين، وتوفير أنظمة توثيق دقيقة، وسرعة استجابة الموظفين، وتيسير تعرف العملاء على الخدمة قبل اقتنائها مع الحاجة لتعزيز اعتماد التكنولوجيا الحديثة بشكل أكثر.

من خلال تحليل نتائج اختبار الفرضيات توصلنا الى:

- تم اثبات صحة الفرضية الرئيسية والتي تنص أنه: " يوجد دور للابتكار في تحسين الخدمة البنكية في البنوك محل الدراسة." فالابتكار يدفع البنوك إلى تطوير وتحسين الخدمات التي تقدمها، سواء من خلال تطوير تقنيات جديدة لتسهيل العمليات البنكية، أو إطلاق منتجات مالية جديدة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل، أو حتى تبسيط العمليات الداخلية لتحسين كفاءة الخدمة وبالتالي، يمكن أن يؤدي الابتكار إلى تحسين الخدمة البنكية المقدمة للعملاء ورفع مستوى رضاهم عن الخدمات التي يحصلون عليها.

- تم إثبات صحة الفرضية الفرعية الأولى التي تقول: "يوجد دور للابتكار في تعزيز التواصل والتعامل البشري في البنوك محل الدراسة." فالابتكار يلعب دورًا بارزًا في تحسين جودة التواصل والتعامل البشري في البنوك، حيث يمكن أن يساهم في تطوير أساليب الاتصال مع العملاء، وتحسين تجربتهم أثناء التفاعل مع البنك، وتقديم خدمات جديدة ومبتكرة تلبي احتياجاتهم بشكل أفضل، وبالتالي تعزز زيادة مستويات الابتكار القدرة التنافسية

الفصل الثاني:الدراسة الميدانية

للبنوك، وتعزز التفاعل الإيجابي بين الموظفين والعملاء، مما يؤدي في النهاية إلى تعزيز رضا العملاء وبناء علاقات قوية ومستدامة معهم.

• تم اثبات صحة الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص أنه: " يوجد دور للابتكار في تحسين جودة الخدمة البنكية في البنوك محل الدراسة " فمن خلال الابتكار، تستطيع البنوك تقديم حلول مبتكرة وخدمات جديدة تلبي احتياجات وتطلعات العملاء بشكل فعال. بفضل الابتكار، يتم تبسيط العمليات وتحسين تجربة العملاء، ويتم توفير خدمات مالية متقدمة تساهم في تحقيق رضا العملاء وزيادة الثقة في البنك. بالتالي، فإن الابتكار يعتبر عاملاً أساسياً لرفع مستوى الجودة في خدمات البنوك محل الدراسة في ولاية المسيلة وتعزيز مكانتها في السوق المالية.

• تم اثبات صحة الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص أنه: " يوجد دور للابتكار في التطوير المستمر للخدمة البنكية في البنوك محل الدراسة " فمن خلال الابتكار، تستطيع البنوك تطوير وتحسين الخدمات البنكية التي تقدمها للعملاء، سواءً عبر إطلاق منتجات وخدمات جديدة تلبي احتياجاتهم المتغيرة، أو عبر تحسين العمليات القائمة لتكون أكثر فعالية وسلاسة. بفضل الابتكار، يمكن للبنوك تحسين تجربة العملاء، وزيادة رضاهم، وبالتالي تعزيز التفاعل الإيجابي مع الخدمات البنكية وبناء علاقات دائمة ومستدامة مع العملاء.

اقتراحات وتوصيات:

على ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن تقديم بعض التوصيات والاقتراحات من بينها:

- يجب أن تكون البنوك ملتزمة بتعزيز ثقافة الابتكار داخل أقسامها وتشجيع الموظفين على اقتراح الأفكار الجديدة والمبتكرة لتحسين الخدمات المقدمة.
- ينبغي على البنوك الاستثمار في تطوير البنية التحتية التكنولوجية لإمكانية تقديم خدمات بنكية متطورة ومبتكرة، مع التركيز على الأمان وحماية بيانات العملاء.
- ينبغي على البنوك تقديم برامج تدريبية مستمرة للموظفين لتطوير مهاراتهم ومعرفتهم بأحدث التقنيات والممارسات في صناعة الخدمات المصرفية.
- يجب على البنوك تحسين تجربة العملاء عبر تبسيط العمليات، وتوفير واجهات استخدام مستخدم مبتكرة وسلسة، وتقديم خدمات مالية مخصصة تلبي احتياجات وتطلعات العملاء.
- ينبغي على البنوك متابعة الاتجاهات السوقية وتحليل أداء المنافسين لضمان توجيه استراتيجياتها بشكل ملائم والاستفادة من الفرص الناشئة في سوق الخدمات المصرفية.
- يجب على البنوك تعزيز التفاعل والتواصل مع العملاء من خلال تقديم خدمات بنكية شفافة ومبتكرة، والاستماع إلى ملاحظاتهم ومتطلباتهم وتكييف الخدمات وفقاً لها.
- تلك هي بعض التوصيات والاقتراحات التي يمكن تقديمها بناءً على نتائج الدراسة، والتي من شأنها دعم البنوك في ولاية المسيلة في تحسين خدماتها وتحقيق أهدافها بنجاح في سوق الخدمات البنكية.

أفاق الدراسة:

يمكن مواصلة البحث في مجال دراستنا هذه من جوانب أخرى متعددة، وإمكانية طرح مواضيع جديدة تصلح كبحوث مستقبلية، نذكر منها:

- دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي كمتغير وسيط لتعزيز العلاقة بين الابتكار وجودة خدمات البنوك دراسة مقارنة بين البنوك العامة والخاصة في الجزائر.
- دور الابتكار في تطوير خدمات الدفع الالكتروني.
- دور الابتكار في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- هذه بعض الأفاق التي يمكن أن تكون مواضيع بحثية مستقبلية في مجال دراستنا.

وفي الختام، نعبر عن أملنا بأننا قد أسهمنا في تسليط الضوء على هذا الموضوع المهم من خلال تقديم النتائج والتوصيات، وأيضاً من خلال رسم صورة للأفاق المستقبلية للبحث الأكاديمي في هذا المجال.

المصادر والمراجع

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب

1. أحمد محمود درويش، مناهج البحث في العلوم الإنساني ، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع ،مصر، مصر، 2018.
2. أمين أسامة ربيع، التحليل الإحصائي باستخدام برنامج الاحصائي (SPSS) مهارات أساسية اختبارات الفروض الاحصائية (البارامترية- اللابارامترية)، الجزء الأول الدار العالمية، القاهرة، مصر، 2008.
3. أنس البكري، و وليد صافي، النقود والبنوك بين النظرية والتطبيق، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الطبعة 01، قطر، 2010.
4. إيهاب نظمي إبراهيم، و ابراهيم علي القاضي، التسويق المصرفي، دار الكتاب الجامعي، الطبعة 01، الامارات العربية المتحدة، 2014.
5. تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة 01، عمان، الأردن، 2005.
6. ثامر قدوي، و بركات سامر، أنظمة المعلومات المالية والمصرفية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، الطبعة 01، القاهرة، 2010.
7. حسين حريم، إدارة المنظمات(منظور كلي)، دار حامد، الطبعة 01، عمان، الأردن، 2003.
8. خالد أمين عبد الله، و إسماعيل إبراهيم الطراد، إدارة العمليات المصرفية (المحلية والدولية)، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة 01، عمان، 2006.
9. رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، دار التواصل العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
10. صباح محمد أبو تايه، التسويق المصرفي بين النظرية والتطبيق، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة 01، عمان، 2008.
11. عايدة نخلة رزق الله، دليل الباحثين في التحليل الاحصائي الاختبار والتفسير، الطبعة 01، 2002.
12. عبد الحميد عبد المجيد البلداوي، الأساليب التطبيقية لتحليل وإعداد البحوث العلمية مع حالات دراسية باستخدام برنامج spss، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.

13. علاء محمد سيد قنديل، القيادة الإدارية وإدارة الابتكار، دار الفكر ناشرون وموزعون، الطبعة 01، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية، 2009.
14. عمار بوحوش، و آخرون، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
- عبد الكريم بوحفص، الأساليب الإحصائية وتطبيقاتها يدويا وباستخدام برنامج spss، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013.
15. فريد كورتل، تسويق الخدمات، دار الكنوز المعرفية العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة 01، عمان، 2009.
16. محمد ابراهيم عبيدات، سلوك المستهلك (مدخل استراتيجي)، دار وائل للنشر، الطبعة 02، عمان الأردن، 2002.
17. محمد بلال الزعبي، و عباس الطلافحة، النظام الإحصائي spss فهم وتحليل البيانات الإحصائية دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة 02، 2012.
18. محمد بلال الزعبي، و آخرون، النظام الاحصائي spss- فهم وتحليل البيانات الإحصائية، دار وائل للنشر. الطبعة 03، عمان، 2012.
19. محمد خير سليم أبو زيد، التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss، دار جرير للنشر والتوزيع. الرياض، السعودية، 2005.
20. محمود جاسم الصميدعي، و ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي (مدخل استراتيجي، كمي، تحليلي)، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة 01، عمان، 2005.
21. محمود محمد أبو فروة، الخدمات البكية الالكترونية عبر الإنترنت ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة 02، الأردن، 2012.
22. مصطفى طويطي، التحليل الإحصائي لبيانات الاستبيان تطبيقات عملية على برنامج Excel الجزء الأول، النشر الجامعي الجديد، تلمسان، الجزائر، 2018.
23. مصطفى طويطي، و ميلود وعيل، أساليب تصميم و إعداد الدراسات الميدانية - منظور إحصائي، 2008.
24. مصطفى نمر دعمس، منهجية البحث العلمي في التربية والعلوم الاجتماعية، دار غيداء للنشر، عمان، 2008.

25. ناجي ذيب معلا، الأصول العملية للتسويق المصرفي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة 01، عمان، 2015.

26. نجم عبود نجم إدارة الابتكار (المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة)، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة 01، عمان، 2003.

27. نجم عبود نجم، القيادة وإدارة الابتكار، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة 02، عمان، الأردن، 2011.

ثانياً: الرسائل الجامعية

1. أحلام حامدي، دور إدارة الابتكار في تحسين الميزة التنافسية في ظل مبادئ المسؤولية المجتمعية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2020.

2. بيان بلال محمد سلامة، محددات وعوائق الابتكار في الشركات الصناعية العائلية في فلسطين، رسالة ماجستير، عمادة الدراسات العليا، جامعة القدس، فلسطين، 2022.

3. بلقاسم بلقيوم، مطبوعة دروس في التحليل الإحصائي المعلوماتي باستخدام برنامج SPSS، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2016.

4. حسان بوزيان، الابتكار التسويقي وأثره على الميزة التنافسية للمؤسسة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 2 علي لونيبي، البليدة، 2021.

5. حياة علي، دور ابتكار في خدمات المصرفية في تحقيق التفوق التسويقي، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2020.

6. خليل سعيدان، و صلاح سلطاني، أثر تمكين المورد البشري في تحسين جودة الخدمة المصرفية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد الشيخ العربي، تبسة 2023.

7. رشيد شداد، و عادل عيداوي، الابتكار في المؤسسات الناشئة، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2022.

8. سماح ميهوب، الإتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005.

9. صفاء بياضي، مساهمة الابتكار التكنولوجي في تعزيز تنافسية المجمعات الصناعية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020.

10. صورية لعزور، أهمية التسويق المصرفي في تحسين العلاقة مع الزبون، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2008.
11. عادل مستوي، تحليل واقع الخدمات البنكية في الجزائر وفاق تطورها خلال الفترة: 1990-2013، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2014.
12. عامر ملايكية، واقع الابتكار ودوره في رفع القدرات التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار، عنابة، 2013.
13. عائشة عوماري، دور التدقيق الداخلي في تحسين جودة الخدمات البنكية من وجهة نظر موظفي البنك، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2018.
14. عبد الرزاق حميدي، جودة الخدمات البنكية كمدخل لتحقيق رضل العملاء وزيادة القدرة التنافسية للبنوك، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بومرداس، بومرداس، 2008.
15. عبدالعزيز بوزنادة، أساليب ادماج وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر لتحسين الخدمة البنكية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015.
16. محمد سليمان، الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007.
17. نادية قرني، و نهاد فرماس، تطوير الخدمات البنكية واثرها على تحسين الميزة التنافسية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2016.
18. نريمان حيواني، الابتكار المبني على إدارة الموارد البشرية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، (2015).

ثالثا: المجالات والملتقيات العلمية

1. أحمد دن، و عبد الحكيم بن سالم، دور الابتكار في دعم وتنمية تنافسية منظمات الاعمال في الجزائر، مجلة دراسات، المجلد 7، صفحة 250_264، 2015.
2. أحمد طرطار، وسارة حليمي، جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، الملتقي الدولي، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010.
3. أروى بنت عبد الله الزامل، متطلبات ادارة الابتكار في الجامعات السعودية، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والإجتماع، المجلد 85، الصفحات 112-135، 2022.

المصادر والمراجع

4. أمينة عدنان، الابتكار والتطوير التكنولوجي في البنوك الجزائرية، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 03، العدد 01، الصفحات 26-52، 2017.
5. عبد الكريم حساني، و جبار بو كثير، تقييم أبعاد جودة الخدمة البنكية وأثرها على رضا الزبائن، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 05، العدد 01. 2018.
6. علي محبوب، و علي سنوسي، واقع الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02، 2020.
7. فتحي علي فتحي، التعريف بالبنوك الخلوية، مجلة الرافدين للحقوق، المجلد 14، العدد 51، الصفحات 320-331، 2016.
8. فراح شعبان، و داني الكبير امعاشو، جودة الخدمات البنكية بين تحقيق فعالية الأداء وتعزيز القدرات التنافسية، مجلة الابتكار والتسويق، المجلد 05، العدد 01، الصفحات 141-161، 2018.
9. كريمة بن شريف، و عبد الحق رايس، اثر تفعيل الابتكار في المنتج في تطوير خدمات مصرفية جديدة، مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة، المجلد 08، العدد 01، الصفحات 118-138، 2023.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. fanny, p., & carricano, m. (2009). ,Analyse de données avec spss .
2. Nicolas, M. (2009). Amélioration de la performance en conception par l'apprentissage en réseau de la conception innovation (thèse Doctorat). seinces de l'ingénieur physics, France: l'université de Strasbourg.
3. trootl, p. (2005). Innovation Management and New product développement (éd. third ed). U.K, U.K: FT. prentice Hall.
4. vorglimow, M. (2004). Organizations, BEHAVIOR (éd. Eighth ed). Chicago, chicago: Mcgraw hill Éducation.
5. wingate, L. M. (2015). project management for Research and Développement (éd. first i). London, London: CRC Ptes.
6. Manuel d'Oslo,* directives consonant la collecte et l'interprétation des données sur l'innovation.

الملاحق

الملحق رقم (01): الاستبيان



جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

استبيان

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

تحية طيبة وبعد:

نضع بين أيديكم هذا الاستبيان والذي يندرج في إطار انجاز مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر الموسومة بالعنوان التالي: "دور الابتكار في تحسين خدمات البنوك"، تخصص إدارة الأعمال - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة محمد بوضياف - المسيلة.

يمثل هذا الاستبيان أحد الجوانب الهامة في اعداد هذه المذكرة، الذي يهدف إلى فهم وتقييم تأثير الابتكار على تحسين خدمات البنوك ولاية المسيلة.

لذا يرجى من سيادتكم التكرم بالإجابة على هذا الاستبيان مع العلم أن هذه الدراسة هي لغرض البحث العلمي وان هذه المعلومات الواردة فيها سيتم التعامل معها بسرية تامة وعناية علمية فائقة.

تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير والشكر على تعاونكم.

الأستاذ المشرف: د. لعشاش عبد الحليم

الطالبتين:

سويح مروة

عمرون فلة

المحور الأول: البيانات الشخصية

يرجى منكم وضع علامة (x) أمام العبارة التي تمثل وجهة نظركم:

1- الجنس: أنثى ذكر2- العمر: أقل من 30 سنة من 30 إلى 40 سنة من 41 إلى 50 سنة أكثر من 50 سنة3- المؤهل العلمي: أخرى دراسات عليا جامعي ثانوي4- الخبرة المهنية: أقل من 05 سنوات من 05 إلى 10 سنوات من 11 إلى 15 سنة أكثر من 15 سنة5- الصفة الوظيفية: اداري رئيس قسم رئيس مصلحة مدير

المحور الثاني: الابتكار

درجة الموافقة					العبارة	رقم العبارة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
					يعمل البنك بشكل كبير على التجربة والاكتشاف	01

					يقوم البنك بإنشاء حصة سوقية من خلال الاستجابة المتفردة للعملاء	02
					يسعى البنك إلى تقديم بما هو مختلف عن المنافسين	03
					يمكن للبنك الكشف عن الرؤية الإبداعية لرغبات الزبائن عبر تطبيق معين	04
					يضم البنك مصلحة للبحث والتطوير لاكتشاف خدمات جديدة	05
					يعمل البنك على تبسيط العمليات الصعبة للعملاء	06
					يعمل البنك على إيجاد سوق جديدة للأصول البنكية الجديدة	07
					يسعى البنك باستمرار لاحتضان أفكار حديثة من المحيط الخارجي	08
					يقوم البنك باستخدام برامج متطورة تمنع قرصنة حسابات الزبائن	09
					يقوم البنك باقتناص الفرص المتاحة أمامه وفق استراتيجية تحليل السوق	10

المحور الثالث: الخدمات البنكية

درجة الموافقة					العبارات	رقم العبارة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
البعد الأول: التواصل والتعامل البشري						
					يستقبل موظفو البنك العملاء بشكل إيجابي ويوجهونهم	11
					يفضل البنك التعامل مع العنصر البشري وتطويره	12

					13	يخاطب البنك عملائه باللغة التي يفهمونها
					14	يراعي بنك مهارة الموظفين في فهم استفسارات العملاء
					15	يسعى البنك لدراسة شكاوي العملاء محاولا إيجاد حلول لها
البعد الثاني: جودة الخدمة						
					16	نادرا ما يرتكب موظفي البنك أخطاء أثناء تقديمهم لخدمات الزبائن
					17	يملك موظفو البنك الخبرات والمهارات اللازمة للقيام بأعمالهم
					18	يتوفر لدى البنك أنظمة توثيق وسجلات دقيقة
					19	يتميز البنك بسرعة استجابة الموظفين
					20	يتيح البنك للزبون التعرف على الخدمة قبل اقتنائها
البعد الثالث: التطوير المستمر						
					21	يسعى البنك إلى تقديم مجموعة من الخدمات الجديدة عبر شبكة الأنترنت
					22	يوفر البنك للزبون تشكيلة من البطاقات، بطاقة البنك الالي، بطاقة الفيزا
					23	يقدم البنك لعملائه خدمات عن بعد باستخدام الهاتف
					24	يعتمد البنك على تقنية الدفع بواسطة رمز QR
					25	يعتبر البنك الصيرفة الإسلامية جزءا أساسيا من رؤيته لتقديم خدمات مالية شرعية لعملائه

نشكركم على حسن تعاونكم



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم : علوم التسيير



تصريح شرقي

بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا المضي أسفله:

الطالب(ة): المولود بتاريخ 2000/08/04 أكسيلتة
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية أو (رس) رقم: 2008 93 04 05
الصادرة بتاريخ 2006/02/03 عن أكسيلتة
المسجل(ة) بالسنة الثانية ماستر شعبة: علوم التسيير، تخصص: إدارة أعمال
خلال السنة الجامعية: 2024/2023
والمعدة) لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان:

دور الابتكار في تمييز خدمات البنوك
دراسة حالة مجموعة بنوك أكسيلتة

أصرح بشرقي أنني التزمت بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة
الماستر بالعنوان المذكور أعلاه

حرر بتاريخ: 2024/05/06

02 جوان 2024

المصادقة



التوقيع والبصمة

Signature and red stamp of the student.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم : علوم التسيير



تصريح شرقي

بالاتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي أسفله:

الطالب(ة): عمرو بن قلة المولود بتاريخ: 2000/8/26 المسيلة
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية أو (رس) رقم: 209648785
الصادرة بتاريخ: 2023/10/08 عن بلدية المسيلة
المسجل(ة) بالسنة الثانية ماستر شعبة: علوم التسيير، تخصص: إدارة أعمال
خلال السنة الجامعية: 2024/2023
والمعدة) لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان:

دور الجبوك في تحسين خدمات البنوك
دراسة حالة حقوق بنوك المسيلة

أصرح بشرقي أنني التزمت بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة
الماستر بالعنوان المذكور أعلاه

حرر بتاريخ: 02 جون 2024

02 جون 2024

للمصادقة



نظروا في علي التوقيع
سيد
السيد/ة

التوقيع والبصمة

هو رئيس المجلس التتبعي
وهتقويض منه لوقف العمل
صمارة بنوك المسيلة



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم التسيير



المسيلة في: 2024.01.14

رقم: /

إلى السيد: صديق بلاء السلام
عن: المسيلة

الموضوع: طلب مساعدة الطلبة على إجراء الترخيص الميداني.

سيدي المحترم، تحية طيبة وبعد...

في إطار افتتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي والإداري، ومن أجل مساعدة الطلبة في إعداد مذكرات التخرج، التي تدخل ضمن متطلبات

نيل شهادة الماستر في شعبة: علوم التسيير تخصص: إدارة الأعمال

فإنه يشرفنا أن نطلب من سيادتكم مساعدة الطلبة المذكورين في الجدول أدناه، على إجراء ترخيصهم الميداني بمؤسستكم.

تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام.

الطلبة:

الرقم	الاسم واللقب	رقم بطاقة الطالب	رقم ب.ت.و/ ر.س	الإمضاء
01	دسويح مروة	191935072038	088930405	
02	عمرون فلتة	191935071923	209648785	

عنوان المذكرة: تأثير دور الإرشاد في تحسين نتائج تعلم الطلبة في مادة المحاسبة
دراسة حالة: مجموعة من بنوك وكبرى المؤسسات المالية

المشرف (الاسم واللقب و الإمضاء)	الهيئة الترخيص (الإمضاء والختم)	رئيس القسم (الإمضاء والختم)
عبد الحليم لعتاش كلنا	سيد عثمان مريوم مدير فرع فرع المسيلة	قراوي أحمد الصغير

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

1985
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Bouafia - M'sila

المسيلة في: 20/03/2022

رقم:

إلى السيد:

الموضوع: طلب مساعدة الطلبة على إجراء الترخيص الميداني.

سيدي المحترم، تحية طيبة و بعد...
في إطار افتتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي والإداري، ومن أجل مساعدة الطلبة في إعداد مذكرات التخرج، التي تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في شعبة: تخصص:
فإنه يشرفنا أن نطلب من سيادتكم مساعدة الطلبة المذكورين في الجدول أدناه، على إجراء ترخيصهم الميداني بمؤسساتكم.
تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام.

الطلبة:

الرقم	الاسم واللقب	رقم بطاقة الطالب	رقم ب.ت.و/ر.س	الإمضاء
01	هرونة سويح	191935072032	208930405	
02	فلكة حمرون	191935074923	209648785	

عنوان المذكرة:
بالكلية:
رئيس القسم (الإمضاء والختم)

المشرف (الاسم واللقب و الإمضاء)	هيئة الترخيص (الإمضاء والختم)	رئيس القسم (الإمضاء والختم)
لمشرفه كنا		

http://virtuelcampus.univ-m'sila.dz/facsege
https://www.facebook.com/Vice-Doyen-CEQE-SEGC-M'sila-475721049930765

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
ص ب: 166 المسيلة 28000 الجزائر. ☎ : 33-33-035

الملحق رقم 02: مخرجات برنامج الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) اصدار

رقم: 28

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences: V28

```

COMPUTE xxxxtotal=MEAN(x01 to x10).
EXECUTE.
COMPUTE Y01=MEAN(ya11 to ya15).
EXECUTE.
COMPUTE Y02=MEAN(yb16 to yb20).
EXECUTE.
COMPUTE Y03=MEAN(yc21 to yc25).
EXECUTE.
COMPUTE YYYTOTALLL=MEAN(ya11 to yc25).
EXECUTE.
COMPUTE TOTALLL=MEAN(x01 to yc25).
EXECUTE.

```

*. مخرجات برنامج SPSS تتعلق بكشف: نوع توزيع البيانات المستجوبين نحو محاور الاستبيان:

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
الابتكار : الثاني المحور	,090	80	,170	,974	80	,098
البنكية الخدمات : الثالث المحور	,093	80	,084	,955	80	,007

a. Lilliefors Significance Correction

*. مخرجات برنامج SPSS تتعلق بحساب: صدق الاستبيان

		الابتكار : الثاني المحور
x01	Pearson Correlation	,465**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	80
x02	Pearson Correlation	,224*
	Sig. (2-tailed)	,046
	N	80
x03	Pearson Correlation	,366**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	80
x04	Pearson Correlation	,514**

	Sig. (2-tailed)	,000
	N	80
x05	Pearson Correlation	,558**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	80
x06	Pearson Correlation	,378**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	80
x07	Pearson Correlation	,527**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	80
x08	Pearson Correlation	,498**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	80
x09	Pearson Correlation	,502**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	80
x10	Pearson Correlation	,509**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	80
الابتكار : الثاني المحور	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	80

Correlations

		ya11	ya12	ya13	ya14	ya15	التواصل: الأول البعد البشري والتعامل
والتعامل التواصل: الأول البعد البشري	Pearson Correlation	,478**	,483**	,575**	,604**	,554**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		yb16	yb17	yb18	yb19	yb20	جودة: الثاني البعد الخدمة
الخدمة جودة: الثاني البعد	Pearson Correlation	,497**	,582**	,433**	,519**	,521**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	

N	80	80	80	80	80	80
---	----	----	----	----	----	----

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		yc21	yc22	yc23	yc24	yc25	الثالث البعد المستمر التطوير
التطوير :الثالث البعد المستمر	Pearson	,739**	,384**	,756**	,566**	,706**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N		80	80	80	80	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		التواصل :الأول البعد البشري والتعامل	جودة :الثاني البعد الخدمة	التطوير :الثالث البعد المستمر	الثالث المحور : البنكية الخدمات
البنكية الخدمات : الثالث المحور	Pearson Correlation	,769**	,654**	,662**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		الثاني المحور : الابتكار	الثالث المحور : البنكية الخدمات	TOTALLL
TOTALLL	Pearson Correlation	,879**	,883**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	80	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. مخرجات برنامج SPSS تتعلق بحساب: الثبات الاستبيان

RELIABILITY

```
/VARIABLES=x01 x02 x03 x04 x05 x06 x07 x08 x09 x10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,678	10

RELIABILITY

```
/VARIABLES=ya11 ya12 ya13 ya14 ya15
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,682	5

RELIABILITY

```

/VARIABLES=yb16 yb17 yb18 yb19 yb20
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,668	5

RELIABILITY

```

/VARIABLES=yc21 yc22 yc23 yc24 yc25
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,649	5

RELIABILITY

```

/VARIABLES=ya11 ya12 ya13 ya14 ya15 yb16 yb17 yb18 yb19 yb20 yc21 yc22 yc23
yc24 yc25
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,708	15

RELIABILITY

```

/VARIABLES=x01 x02 x03 x04 x05 x06 x07 x08 x09 x10 ya11 ya12 ya13 ya14 ya15
yb16 yb17 yb18 yb19
yb20 yc21 yc22 yc23 yc24 yc25
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,717	25

*_ مخرجات برنامج SPSS تتعلق بحساب: عرض وتحليل الوصفي للبيانات الشخصية لأفراد العينة

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	52	65,0	65,0	65,0
	أنثى	28	35,0	35,0	100,0
Total		80	100,0	100,0	

السن

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid سنة 30 من أقل	8	10,0	10,0	10,0
Valid سنة 40 الى 30 من	46	57,5	57,5	67,5
Valid سنة 50 الى 41 من	21	26,3	26,3	93,8
Valid سنة 50 من أكثر	5	6,3	6,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

العلمي المؤهل

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ثانوي	9	11,3	11,3	11,3
Valid جامعي	47	58,8	58,8	70,0
Valid عليا دراسات	18	22,5	22,5	92,5
Valid أخرى	6	7,5	7,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

المهنية الخبرة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid سنوات 05 من أقل	15	18,8	18,8	18,8
Valid سنوات 10 الى 05 من	33	41,3	41,3	60,0
Valid سنة 15 الى 11 من	15	18,8	18,8	78,8
Valid سنة 15 من أكثر	17	21,3	21,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

الوظيفية الصفة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid مدير	4	5,0	5,0	5,0
Valid مصلحة رئيس	8	10,0	10,0	15,0
Valid قسم رئيس	7	8,8	8,8	23,8
Valid اداري	61	76,3	76,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

* مخرجات برنامج SPSS تتعلق بحساب: بتحليل الوصفي للبيانات المستجوبين نحو عبارات المحور
:01

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x01	80	1	5	3,67	1,041
x02	80	2	5	3,81	,731
x03	80	2	5	4,23	,711
x04	80	1	5	3,75	1,000
x05	80	1	5	3,64	1,046
x06	80	2	5	4,36	,661
x07	80	1	5	3,65	1,069
x08	80	1	5	4,09	,889
x09	80	3	5	4,56	,613
x10	80	1	5	3,74	1,111
الابتكار : الثاني المحور	80	2,800	4,700	3,95000	,413384
Valid N (listwise)	80				

* مخرجات برنامج SPSS تتعلق بحساب: بتحليل الوصفي للبيانات المستجوبين نحو عبارات المحور
:02

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ya11	80	2	5	4,38	,624
ya12	80	2	5	4,17	,742
ya13	80	3	5	4,31	,587
ya14	80	2	5	4,21	,791
ya15	80	2	5	4,30	,770
البشري والتعامل التواصل : الأول البعد	80	2,800	4,800	4,27500	,379707
yb16	80	1	5	3,68	,883
yb17	80	3	5	4,30	,624
yb18	80	3	5	4,46	,615
yb19	80	1	5	3,96	,863
yb20	80	1	5	4,19	,765
الخدمة جودة : الثاني البعد	80	3,000	4,600	4,11750	,382786
yc21	80	1	5	4,13	,986
yc22	80	4	5	4,63	,487

yc23	80	2	5	3,91	,983
yc24	80	1	5	2,39	,819
yc25	80	2	5	4,40	,668
المستمر التطوير : الثالث البعد	80	2,800	4,600	3,89000	,453286
البنكية الخدمات : الثالث المحور	80	3,200	4,533	4,09417	,280785
Valid N (listwise)	80				

* مخرجات برنامج SPSS تتعلق بحساب: نتائج اختبار الفرضيات

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الابتكار : الثاني المحور ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: البنكية الخدمات : الثالث المحور

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,552 ^a	,305	,296	,235593

a. Predictors: (Constant), الابتكار : الثاني المحور

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,899	1	1,899	34,215	,000 ^b
	Residual	4,329	78	,056		
	Total	6,228	79			

a. Dependent Variable: البنكية الخدمات : الثالث المحور

b. Predictors: (Constant), الابتكار : الثاني المحور

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,613	,255		10,260	,000
	الابتكار : الثاني المحور	,375	,064	,552	5,849	,000

a. Dependent Variable: البنكية الخدمات : الثالث المحور

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	جودة :الثاني البعد الخدمة ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: البنكية الخدمات : الثالث المحور

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,654 ^a	,428	,421	,213720

a. Predictors: (Constant), الخدمة جودة :الثاني البعد

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,666	1	2,666	58,360	,000 ^b
	Residual	3,563	78	,046		
	Total	6,228	79			

a. Dependent Variable: البنكية الخدمات : الثالث المحور

b. Predictors: (Constant), الخدمة جودة :الثاني البعد

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,118	,260		8,155	,000
	الخدمة جودة :الثاني البعد	,480	,063	,654	7,639	,000

a. Dependent Variable: البنكية الخدمات : الثالث المحور

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	التطوير :الثالث البعد المستمر ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: البنكية الخدمات : الثالث المحور

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,662 ^a	,438	,431	,211818

a. Predictors: (Constant), المستمر التطوير: الثالث البعد

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,729	1	2,729	60,819	,000 ^b
	Residual	3,500	78	,045		
	Total	6,228	79			

a. Dependent Variable: البنكية الخدمات : الثالث المحور

b. Predictors: (Constant), المستمر التطوير: الثالث البعد

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,499	,206		12,139	,000
	المستمر التطوير: الثالث البعد	,410	,053	,662	7,799	,000

a. Dependent Variable: البنكية الخدمات : الثالث المحور

